

Univerzita Karlova
Pedagogická fakulta

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2019

Nikola Hunalová

Univerzita Karlova
Pedagogická fakulta
Katedra francouzského jazyka a literatury

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Internet 2.0 en France

Internet 2.0 in France

Internet 2.0 a Francie

Nikola Hunalová

Vedoucí práce: Mgr. Tomáš Klinka, Ph.D.
Studijní program: Specializace v pedagogice
Studijní obor: Anglický jazyk se zaměřením na vzdělávání -
Francouzský jazyk se zaměřením na vzdělávání

2019

Odevzdáním této bakalářské práce na téma *Internet 2.0 en France* potvrzují, že jsem ji vypracovala pod vedením vedoucího práce samostatně za použití v práci uvedených pramenů a literatury. Dále potvrzují, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

16. 04. 2019 Praha

Poděkování

Ráda bych zde poděkovala vedoucímu své bakalářské práce Mgr. Tomáši Klinkovi, Ph.D. za jeho cenné rady a užitečné podněty, za možnost psát práci pod jeho vedením a za čas, který mi během psaní práce věnoval.

ABSTRAKT

Bakalářská práce s názvem *Internet 2.0 en France* se zabývá fenoménem internetu ve francouzském prostředí. Práce přináší ucelený obraz toho, jak internet vznikl a jak se nyní využívá, ale rovněž předestírá i určitá nebezpečí, na která může uživatel internetu narazit. Srovnáním statistik užívání internetu v českém a francouzském prostředí práce dokládá jeho stále rostoucí oblibu. Část práce je věnována tématice sociálních sítí, a to jak celosvětově užívaných, tak i lokálních, které v současnosti představují jeden z velmi populárních způsobů využití internetu. Představené myšlenky jsou propojeny s konkrétními příklady z daných oblastí, ať se jedná o již výše zmíněné statistiky, názvy konkrétních stránek či jména tvůrců, za účelem hlubšího poznání dané tematiky.

KLÍČOVÁ SLOVA

Internet, Internet 2.0, web, sociální síť, YouTube, Facebook, jazyk internetové komunikace, vzdělávání na internetu, nástrahy internetu, bezpečnost na internetu

ABSTRACT

The aim of this bachelor thesis called *Internet 2.0 in France* is to describe the phenomenon of the Internet in the French milieu. It attempts to depict the whole perspective from the Internet emergence and the way it is used today. It also outlines the dangers which can be encountered during its usage. The comparison of the Internet use statistics in Czech and French society is introduced in order to prove its still growing popularity. One part of the thesis presents the topic of social networks, both internationally known and their representatives on the local level which have lately become a very popular way of the use of the Internet. The attempt of this thesis is to link the introduced ideas with the concrete examples from the described area like the statistics mentioned above, the titles of websites or the names of the authors in order to provide a better understanding of the topic.

KEYWORDS

Internet, Internet 2.0, Web, social networks, YouTube, Facebook, Internet communication language, education on the Internet, dangers of the Internet, Internet safety

Sommaire

L'introduction	8
1. L'Internet.....	10
1.1. La naissance de l'Internet.....	10
1.2. Minitel, le précurseur de l'Internet français	11
1.3. Les différences entre Minitel et Internet	12
1.4. Internet – la définition	12
1.5. Web – la définition	13
2. L'accès sur Internet et Web.....	16
2.1. Le navigateur	16
2.2. Les moteurs de recherche	17
3. Les réseaux sociaux.....	18
3.1. Qu'est-ce que c'est un réseau social ?.....	19
3.2. Le nombre de visites et la popularité des réseaux sociaux.....	21
3.3. Les deux réseaux sociaux principaux.....	24
3.4. Les réseaux sociaux locaux	34
3.5. Les blogs personnels	36
4. La langue de l'Internet	39
5. Web 2.0 comme un outil éducatif	41
6. L'Internet et les réseaux sociaux de point de vue critique	44
6.1. L'hypocrisie sur les réseaux sociaux.....	45
6.2. La perte de la vie privée	46
6.3. La dépendance sur l'Internet	47
6.4. La sécurité sur l'Internet.....	48
La conclusion	52
Résumé.....	54

Bibliographie.....	56
Sources Internet.....	57
Chapitre 1 : L’Internet.....	57
Chapitre 2 : L’accès sur Internet et Web.....	59
Chapitre 3 : Les réseaux sociaux.....	60
Chapitre 4 : La langue de l’Internet	65
Chapitre 5 : Web 2.0 comme un outil éducatif	65
Chapitre 6 : L’Internet et les réseaux sociaux de point de vue critique	66
Annexes.....	1
1. Les figures	1
2. La liste des réseaux sociaux mentionnés.....	5
3. La langue de l’Internet	7

L'introduction

Le but de ce mémoire de licence est la description du phénomène l'Internet 2.0 en France et la concrétisation des faits observés pour le contexte francophone. L'omniprésence de l'Internet qui forme un trait typique de la société moderne m'a incitée à choisir ce sujet. Il est intéressant de s'interroger comment une idée de l'Internet était née en comparaison avec la puissance et l'importance qu'il profite aujourd'hui. Il est évident que l'Internet occupe la vie des gens de nos jours de plus en plus et qu'il les influence.

Ce mémoire travaille avec les sources bibliographiques et les sources Internet qui sont citées à la fin de ce travail et il essaie de synthétiser les informations pour créer un portrait détaillé de ce phénomène. Parmi les sources majeures pour cette synthèse, on compte le livre *Dějiny informatiky: od abaku k internetu* de Friedrich Naumann [7] qui retrace le développement du concept de l'Internet, le livre *Dictionnaire informatique & numérique* d'Henri Lilen [6] qui offre les explications des termes spécialisés numériques, les rapports statistiques de l'Office statistique tchèque [90][91], du Conseil général de l'économie de gouvernement français [52][53] et de l'Eurostat [69][72] et en dernier lieu les sites officiels des réseaux sociaux qui sont les fournisseurs de l'information comment les réseaux fonctionnent en réalité. Les sources Internet sont rangées par les chapitres afin de rendre l'orientation dans les sources Internet plus ordonnée. Certaines de ces sources sont disponibles en anglais et les traductions produites dans le texte sont créées par l'auteur de ce mémoire.

Le mémoire est divisé en 6 chapitres et sa structure essaie de donner une image cohérente de la naissance de l'Internet, ses avantages et les possibilités de l'utilisation jusqu'aux problèmes qu'ils sont associés à son utilisation. En annexe 1 de ce mémoire de licence, ils se trouvent les figures qui illustrent certains sujets discutés dans le texte.

Le premier chapitre est dédié à la naissance de l'Internet aux États-Unis. Alors, la courte description de l'histoire de développement de l'Internet est faite et la continuation introduit le concept français de l'Internet qui se cache sous la forme de Minitel. Ce qui aussi fait partie de ce chapitre, ce sont les définitions des termes : l'Internet, le Web et l'Internet 2.0 qui essaient d'éclairer la signification de ces termes numériques.

Après cette excursion historique et terminologique, il suivra le deuxième chapitre avec le prolongement de la thématique générale de l'Internet par la présentation des façons comment l'individu peut accéder au service de l'Internet. Il dépeint quels logiciels et programmes doivent être installés dans un ordinateur de l'internaute et examine quels navigateurs et moteurs de recherche sont préférés en France et dans le monde entier.

Dans le troisième chapitre, le mémoire quitte le concept de l'Internet général et se concentre sur un des traits typiques de l'Internet 2.0 - les réseaux sociaux. Ces réseaux rendent possible la communication à travers la messagerie instantanée, ils relient les gens autour de la planète et ils deviennent une partie de la vie de tous les jours. Le mémoire propose au lecteur la description des réseaux sociaux connus et utilisés mondialement et de même la description des réseaux sociaux locaux en France. À part des réseaux sociaux, nous présentons dans ce chapitre aussi les blogs qui contribuent à la diversité de l'Internet et qui sont étroitement liés avec ceux-ci. Le chapitre est complété par l'annexe 2 qui contient une liste de tous les réseaux sociaux mentionnés dans le mémoire.

Le quatrième chapitre parle de la langue de l'Internet. Il mentionne les raisons pourquoi et comment l'Internet influence la communication en ligne. Certains exemples concrets des expressions modifiées sont cités dans le texte mais la liste plus détaillée est présentée dans l'annexe 3.

Le chapitre numéro cinq tourne l'attention vers les possibilités éducatives sur l'Internet. Il montre comment l'Internet aide les enseignants à faciliter leur travail et quel matériel peut être trouvé en ligne. À cet égard, le chapitre produit aussi les exemples des sites où on peut trouver des exercices ou des explications de grammaire qui peuvent être utilisés par les enseignants ou les autodidactes.

Enfin, le dernier chapitre capte les vues critiques et certains dangers qui sont attribués à l'Internet. Parce que chaque progrès doit être perçu avec la prudence et la situation bénéfique a toujours le revers de la médaille. Dans certains chapitres, la description commence par les informations plus générales et ensuite le texte continue par la concrétisation pour le milieu français.

Éventuellement, le mémoire emploie la comparaison de certains sujets comme l'accès sur l'Internet entre la France et la République tchèque pour concrétiser et illustrer mieux la situation décrite. Ces comparaisons peuvent être trouvées en majorité dans le chapitre traitant les réseaux sociaux pour se faire une idée de la situation concrète.

1. L'Internet

Le premier chapitre de ce mémoire de licence se concentra sur le concept de l'Internet en général. Comment et pourquoi il a été inventé et les premiers pas dans le développement de ce réseau seront décrits. Puis, il est nécessaire de mentionner le Minitel, un précurseur de l'Internet en France. Et pour avoir une image complète, ces deux services seront comparés pour explorer la raison pour laquelle le Minitel a perdu sa position et il a été remplacé par l'Internet. Si l'un parle de l'Internet, les gens pensent souvent à la page de moteur de recherche où ils sont redirigés vers les sites précis. Mais cette idée n'est pas si vraie.

Comme les termes Internet et Web sont souvent employés de la façon interchangeable. Donc, il y a les définitions de l'Internet et du Web ajoutées pour mieux s'orienter dans la terminologie numérique. Et enfin, autre information importante dans ce chapitre, c'est la distinction de Web de première génération et de Web de deuxième génération.

1.1. La naissance de l'Internet

Le concept de l'Internet est né après la Seconde Guerre mondiale, plus précisément pendant la période de la Guerre Froide entre les États-Unis et l'Union soviétique dans les années 1950. Ce qui était la motivation pour la création de l'agence ARPA (Advanced Research Projects Agency) qui se focalise sur le développement du réseau similaire à l'Internet d'aujourd'hui, c'était le lancement de Spoutnik ([7], p. 347). Les Américains ont désiré de créer un réseau qui pouvait connecter les ordinateurs du gouvernement, des académiciens et de l'armée. Ce réseau-là doit être protégé et permet la communication continue entre les organisations et les institutions mentionnées au cas où l'un des ordinateurs serait hors-service. Le développement n'était pas facile. Le premier succès, c'était le réseau ARPANET introduit en 1969 dans les universités américaines. Ce projet était géré par l'agence ARPA, plus précisément par le ministère de la Défense des États-Unis. Le réseau a reçu le nom qui était une combinaison de nom de l'agence et de mot network ([19], p. 18). Mais le développement n'avait pas cessé. En 1972, un ingénieur français Louis Pouzin a eu l'intention de créer un réseau semblable à l'ARPANET, appelé CYCLADES ([7], p. 356). Mais il n'avait pas assez de soutien et il a renoncé à son projet ([19], p.19).

Premièrement, la communication entre les ordinateurs n'était pas attractive pour l'usage commercial mais cette situation aurait dû changer. En même temps avec ARPANET, le réseau NSFNET a été créé et en 1990 NSFNET a remplacé ARPANET complètement. Depuis ce

moment-là, le monde de nouvelles possibilités a été ouvert pour les utilisateurs. La France s'est connectée à l'Internet en 1988 et la République tchèque en 1991 ([7], p. 357).

Un autre phénomène technique étroitement lié à l'Internet est connu sous le nom du Web. Cette invention rend l'Internet accessible au public. Les acteurs majeurs dans le développement du Web, ce sont un Anglais Tim Berners-Lee et un Belge Robert Cailliau, les scientifiques de l'Organisation européenne pour la recherche nucléaire, CERN [24]. En 1989, Tim Berner Lee a proposé l'idée de World Wide Web pour faciliter l'orientation dans les informations partagées grâce aux liens hypertextes interconnectés ([7], p. 361). Ce format avec l'expansion des ordinateurs portables a donné le départ pour le phénomène de l'Internet que nous connaissons aujourd'hui.

1.2. Minitel, le précurseur de l'Internet français

En France le développement de nouvelles technologies a aussi prospéré. L'un des exemples les plus significatifs de ces tentatives à poursuivre les courants de la communication par le réseau des ordinateurs, s'appelle le *Minitel*. Cette abréviation signifie le Médium Interactif par Numérisation d'Information téléphonique. Il s'agit d'un appareil qui est considéré d'être l'un des services les plus utilisés avant la montée de l'Internet et World Wide Web. Constituant de l'écran et du clavier, ce petit appareil devenait un succès économique pour la compagnie *France Télécom*. Selon la page Minitel.fr [28], il n'avait pas un seul inventeur, la coopération et le mélange des divers projets donnaient la naissance au Minitel. L'apparition de cet appareil est datée en 1978 en Bretagne où il a été testé et en 1982, il était disponible en toute la France. Les appareils sont aussi développés avec le temps et pendant son existence il y avait plusieurs modèles comme *Le Minitel 1*, *Le Minitel 1 Couleur* ou *Le Minitel 10* et *Le Minitel 12* ([8], p.14). Pour l'illustration, les deux photos des appareils Minitel, Figure 1 et Figure 2, sont jointes en annexe 1 - Les figures. Les fonctions s'amélioraient progressivement et elles rendaient possible la communication par le précurseur de courriel électronique, la réservation des billets pour le train, l'opération bancaire, la prévision météorologique ou la recherche du numéro de téléphone dans le répertoire des numéros et d'autres services qui sont attribués à l'Internet.

La question de l'existence de Minitel et son déclin sont marqués par l'émergence de World Wide Web. La structure de Minitel n'était pas suffisante pour les besoins des usagers. Exemplifiant par des procédés lents de transmission et de vidéo et l'impossibilité de basculer d'un page à l'autre. Donc, en 1993 la diminution dans la vente des appareils et le

commencement de Word Wide Web qui facilite l'accès à l'information à l'aide du langage HTML pronostiquaient le déclin de Minitel. Et en 2012, après 30 ans de service, Minitel a terminé son activité [34]. Au fur et à mesure, Minitel devenait seulement un objet pour les collecteurs des appareils électroniques comme une partie de l'histoire du développement de cette technologie numérique.

1.3. Les différences entre Minitel et Internet

Les services qui sont proposés par le Minitel et l'Internet pouvaient sembler comparable. Donc, quelle est la différence dramatique qui a fait sortir le Minitel de la scène des modernes appareils pour la communication. D'après Minitel.fr [28], la réponse pour cette question réside en affichage des images. L'Internet à la différence du Minitel possède cette capacité. De plus, les informations sur Minitel étaient moins étoffées et la lenteur dans la visualisation de page compliquait la situation pour Minitel. La focalisation française de Minitel pouvait être un autre désavantage. Par contre, Internet aspirait à l'être international et disponible pour tout le monde. Pour être objectif, Minitel possédait un indiscutable avantage. C'était une discrétion pour l'utilisateur de Minitel concernant la trace d'identité. Sur Internet, chaque usager a sa propre trace d'identité qui peut être surveillée. Ce n'était pas le cas pour Minitel.

1.4. Internet – la définition

La définition de l'Internet n'est pas simple parce qu'il en existe beaucoup de versions. La plus simple d'elles dit que l'Internet est un système immense de télécommunications informatiques développé au niveau international, qui permet d'accéder à des données de toutes sortes, textes, musique, vidéos, photos, grâce à un codage universalisé [17]. Dans son dictionnaire, Lilen [6] dit que l'Internet est un réseau mondial d'ordinateurs reliés entre eux par le tissage des voies téléphonique et offrant de nombreuses applications aux utilisateurs connectés. Et la dernière définition introduite dans ce paragraphe sera celle de Larousse : Encyclopédie en ligne [24] qui affirme que l'Internet est un réseau télématique international, qui résulte de l'interconnexion des ordinateurs du monde entier un utilisant un protocole commun d'échanges de données afin de dialoguer entre eux via les lignes de télécommunication (lignes téléphoniques, liaisons numériques, câble).

Ce qui est évident c'est le progrès que les programmeurs et créateurs de ce réseau devaient faire pour former un réseau attractif pour les clients. Donc, le développement de cette

technologie a subi plusieurs phases pour satisfaire les internautes. Autre point intéressant - les termes Internet et Web sont maintenant utilisés comme interchangeables mais ils ne sont pas vraiment pareils. C'est la raison pour laquelle l'exploration de ces termes est nécessaire.

1.5. Web – la définition

Le Web ou World Wide Web ce qui est le nom propre est différent de l'Internet. Il existe aussi plusieurs définitions du Web. La seule présentée sur L'Internaute.fr [18] désigne le World Wide Web comme un système hypertexte utilisant le protocole http (hypertext transfer protocol), permettant de visiter des pages sur le réseau Internet. Pour comparer, la définition de Lilen [6] dit que le Web ou la toile mondiale est un service offert sur Internet et permettant de surfer sur des sites distribués dans le monde entier en modes multimédias et hypertextes. Les Français appellent le Web aussi la Toile ou la toile araignée. Pour synthétiser ces deux définitions, il peut être déclaré que le Web est une collection des documents et des contenus différents de sites et cet ensemble des informations est interconnecté en même temps ce qui facilite la communication entre les gens qui sont branchés dans le site [26]. Les paragraphes suivants signaleront le changement entre le Web de la première génération et le Web de la deuxième génération.

1.5.1. Web 1.0

Le Web de la première génération, Web 1.0, est une désignation pour la phase du progrès du Web dans les années 1990 et au début des années 2000. Les sites sur ce Web étaient créés dans le langage HTML et la communication avec l'utilisateur était à sens unique.

Il y a quelques traits typiques pour cette époque de l'Internet de Web 1.0 par Website Builders [36]:

- Les pages sont statiques et dans une certaine mesure ont un seul objet, celui d'informer l'utilisateur. Elles manquent d'interactivité et les clients peuvent seulement lire les informations posées sur les sites.
- Le contenu des sites est déposé dans les fiches du Web et non dans la base de données.
- Le style des pages est installé dans la page en abusant le HTML et ses éléments.
- HTML tags qui devait faciliter la manipulation avec les sites de Web n'était pas souvent compatible avec les moteurs de recherche.

- Les commentaires ne sont pas attribués à l'article et le contenu lu ou vu. Mais ils sont mis dans la page de visiteurs où ils sont accumulés.
- La communication par l'email était plus compliquée parce que le Web devait recevoir le formulaire d'un client dans son adresse électronique.

Donc, il peut être constaté qu'aujourd'hui beaucoup d'utilisateurs pourraient être surpris comment l'outil qu'ils utilisent chaque jour avait l'air il y a 20 ans. Le progrès dans cette branche de la technologie est imparable et les ingénieurs trouvent toujours les améliorations.

1.5.2. Web 2.0

Le Web de deuxième génération, Web 2.0, correspond aux besoins des utilisateurs qui sont placés dans le centre de l'intérêt. Le terme Web 2.0 est né en 2004, il a son origine dans la série des conférences de Tim O'Reilly [20]. Il élargit le potentiel du Web 1.0 par l'amélioration des services existants ([3], p.36). Il intègre le contenu qui est généré par les utilisateurs eux-mêmes, il respecte leurs expériences et améliore l'interopérabilité. Voici, quelques différences majeures par rapport au Web 1.0. :

- Le contenu qui est généré par les utilisateurs. Ce sont par exemple les blogs, les réseaux sociaux où les gens peuvent partager leur vie, les pages avec les critiques ou les comptes-rendus de certains produits, ou les articles sur les encyclopédies électroniques comme Wikipédia où chacun peut faire une publication sans être le maître de la discipline donnée [37].
- L'accent qui est posé sur les utilisateurs et leurs expériences. Les sites et les applications sur Web permettent de créer les comptes personnalisés pour chaque utilisateur et l'interactivité du Web rend possible par exemple d'envisager votre voyage en carte virtuelle avec tous les arrêts etc. Donc, le Web est complètement ouvert aux données des utilisateurs [37].
- Le dernier point, c'est l'amélioration de l'interopérabilité qui facilite le travail avec le contenu de site [37].
- Les techniques Ajax (Asynchronous JavaScript et XML) qui ouvrent la voie à une complète réactivité entre les internautes et les sites qu'ils visitent [25].
- Une parfaite interactivité avec l'utilisateur, ce qui signifie que chaque page se modifie en temps réel sans qu'il soit besoin de la recharger ([1], p. 5).

Pour conclure la description de Web 1.0 et Web 2.0, il y a une image, Figure 3, en annexe 1 - Les figures, qui compare les changements de toutes les deux générations du Web. Cette image présente les différences entre Web 1.0 et Web 2.0. Pour bien comprendre les points particuliers, il a y la traduction en français des termes utilisés dans la comparaison.

Pour Web 1.0 : Web est surtout lu ; 45 millions d'usagers dans le monde entier en 1996 ; concentré sur les entreprises ; les pages d'accueil ; posséder le contenu ; HTML, les portes ; Web formulaire ; Netscape = célèbre navigateur Internet créé en 1994 qui a dominé pendant quelques années [6] ; les pages vues.

Et pour Web 2.0 : Web est largement lu mais aussi écrit ; plus de 1 milliard d'usagers globaux en 2006 ; concentré sur les communautés ; blogs ; XML = langage de programmation sur le Web [6], RSS = la technique permettant de recevoir des informations via Internet sans avoir à les solliciter à chaque fois [6] ; Web applications ; Google ; le coût par le clic.

Ce qui est explicite, c'est le nombre d'usagers qui a augmenté énormément et aussi le changement des structures utilisées pour créer le contenu de Web. De plus, le Web est plus concentré sur les internautes. Ils peuvent non seulement acquérir les informations mais s'ils ont les connaissances et les expériences ils peuvent créer leur contenu sur le Web. Mais le développement du Web ne cesse pas et le Web 2.0 n'est pas une version finale. Le Web 3.0 est en progrès parce que les internautes demandent toujours plus de service et meilleure interface d'utilisateur etc. Donc, les technologies numériques ont une tendance à se développer et leur caractère indispensable dans la vie des hommes modernes souligne la nécessité pour ce développement.

2. L'accès sur Internet et Web

Dans ce chapitre, les outils qui aident notre ordinateur ou notre téléphone portable à accéder sur l'Internet et profiter de ce service seront introduits. Premièrement, il est nécessaire d'avoir la connexion au site qui est produite par des fournisseurs de ce service. Les possibilités de connexion sont diverses : par le fil, sans le fil (par l'air) ou par la connexion mobile. Chaque façon de connexion diffère dans la rapidité et la stabilité. Mais ce ne sont pas des facteurs importants pour ce passage. Si la connexion est établie, le pas suivant, c'est l'installation du navigateur. Ce qui est le navigateur de Web sera expliqué dans le sous-chapitre suivant. Et puis le deuxième sous-chapitre examine les moteurs de recherche et présente ceux qui sont les plus utilisés pour trouver les informations sur l'Internet.

2.1. Le navigateur

L'espace de l'Internet est accessible grâce aux programmes qui rendent possible la connexion. Ces programmes sont intitulés les navigateurs. Ils servent à naviguer sur l'Internet et le Web et à traiter leurs ressources [6]. Ces logiciels informatiques doivent être installés dans l'ordinateur ou le téléphone portable pour vous permettre l'accès au Web. Parmi les navigateurs les plus connus appartiennent *Google Chrome*, *Safari*, *Internet Explorer*, *Mozilla Firefox*, *Opera*, *Edge*. L'un peut être déjà installé dans votre appareil mais vous pouvez choisir d'installer un autre selon votre préférence, étant donné qu'ils sont disponibles gratuitement sur l'Internet.

Les graphiques, Figure 4 et Figure 5, qui montrent la popularité des navigateurs dans l'année dernière dans le monde entier en comparaison avec la situation en France, sont joints en annexe 1 - Les figures. Selon eux, il est évident que le navigateur de la compagnie *Google* qui s'appelle *Google Chrome* domine dans tous les deux diagrammes avec plus de 50%. Le second est le navigateur *Safari* de la compagnie *Apple* qui est un peu plus populaire en France avec 19% en comparaison avec 14% dans le monde. Et la troisième place revient à *UC Browser* mondialement avec 6% et à *Mozilla Firefox* en France avec 10%. Les places suivantes diffèrent dans le classement des navigateurs mais les navigateurs inclus sont plus ou moins les mêmes dans tous les deux diagrammes.

2.2. Les moteurs de recherche

Les outils qui nous servent à nous orienter sur l'Internet sont les moteurs de recherche. Au début, il faut définir ce que c'est un moteur de recherche. C'est un site de Web qui entretient de vastes index et sert à fournir l'adresse des sites répondants aux critères que l'utilisateur a posés. Les résultats sont visualisés par ordre de pertinence [6]. Les moteurs de recherche exigent l'insertion des mots-clés pour exécuter la recherche de l'internaute. Simplement dit, ce sont des applications Web qui rendent la recherche sur Web plus facile. Elles explorent toutes les informations du Web et affichent les résultats concrets à l'internaute en fonction des mots-clés qu'il a entrés.

Avec le développement de l'Internet les moteurs de recherche ont aussi subi le progrès pendant le temps. Le premier moteur de recherche, c'était *Archie* en 1990 [48]. Il travaillait sur le protocole de transfert de fichier FTP (File Transfer Protocol). Il s'agit du protocole de communication destiné à l'échange des fichiers sur Internet [6]. Pendant les années suivantes, les moteurs comme *Infoseek*, *Lycos*, *AltaVista* ou *Yahoo* apparaissaient à la disposition. Mais 1998, c'est une année de l'introduction de *Google*, le moteur qui a influencé le monde de l'Internet le plus [44].

Aujourd'hui le moteur multilingue qui est le plus important est celui appelé *Google*. Ce moteur de recherche domine auprès des utilisateurs et il est le plus populaire en global. Mais il existe plusieurs fournisseurs de ce service comme *Bing*, *Yahoo!*, *DuckDuckGo*, *Baidu* (chinois), *Naver* (coréen), *Yandex* (russe) etc. Ceux qui représentent les moteurs de recherche français, ce sont *LeMoteur* ou *Qwant*. Même si en République tchèque c'est un site *Seznam* qui sert comme le moteur de recherche populaire. Alors, il est évident que la variété existe dans l'espace des moteurs et ce sont les usagers qui les rendent populaires.

Selon les deux graphiques, Figure 6 et Figure 7 qui sont joints en annexe 1 - Les figures, le sous-chapitre compare la popularité et l'usage des moteurs de recherche l'année dernière au monde et en France. Ce qui est perçu immédiatement, c'est la domination de *Google*. Il obtient plus de 90% dans tous les deux diagrammes. Les deux places suivantes sont occupées par *Bing* de la compagnie *Microsoft* et *Yahoo!* de la compagnie *Verizon Media*, les moteurs internationaux et multilingues. Alors que le monde reflète la tendance de grand pays qui sont assez peuplés comme la Russie et la Chine dans le déroulement de classement. La France favorise le moteur de recherche local *Qwant*.

3. Les réseaux sociaux

Après avoir démontré comment l'Internet s'est-il développé du point de vue historique et aussi un peu technique, après avoir révélé quels programmes et logiciels rendent possible l'accès au service de l'Internet et du Web sur nos ordinateurs, téléphones portables ou tablettes, il nous semble logique de transférer l'intérêt sur un phénomène qui est étroitement lié avec l'Internet 2.0. Ce sont les réseaux sociaux.

Ils forment une considérable partie de l'Internet et même de la vie du public. Comme l'Internet 2.0 oriente son attention vers les communautés et la créativité de l'internaute, les pages qui offrent la rencontre, la mise au courant ou la communication avec les amis, les camarades de classe ou les membres de la famille qui vivent à l'étranger sans les voir ou rencontrer en réalité physique deviennent extrêmement populaires. Les réseaux sociaux éveillent le sentiment de la proximité dans l'espace virtuel et soutiennent la tentation humaine pour être en contact avec son entourage. C'est pourquoi le chapitre suivant est dédié aux réseaux sociaux.

D'abord, il faut définir la signification de terme réseau social dans le contexte numérique et brièvement introduire les représentants des réseaux les plus connus mondialement. Les exemples choisis montrent la variété dans l'orientation de ces sites. Afin d'examiner la popularité des réseaux sociaux, il est nécessaire d'indiquer le nombre de visites des réseaux sociaux et le comparer avec le nombre des foyers qui possèdent l'accès à l'Internet.

Ensuite, les deux majeurs réseaux, *Facebook* et *YouTube* seront présentés plus précisément. Le sous-chapitre sur *YouTube* sera plus détaillé parce que *YouTube* est un réseau qui est très recherché et influent en société, principalement entre les adolescents et les enfants. De plus, les créateurs des vidéos deviennent presque les célébrités modernes. Le sous-chapitre consécutif change un peu la focalisation parce que le thème des réseaux sociaux majeurs sera remplacé par le thème des réseaux sociaux locaux. Il est intéressant de voir combien des sites locaux existent et comment ils essaient de survivre dans la concurrence immense.

Enfin, le dernier sous-chapitre fait découvrir le monde des blogs personnels. Ils sont associés aux réseaux sociaux parce que leurs auteurs sont souvent très actifs sur les réseaux sociaux où ils présentent des nouveaux articles placés sur le blog ou communiquent avec leurs abonnés ou leurs supporteurs. Alors, un blogueur ou une blogueuse profitent des réseaux sociaux afin d'attirer l'attention à son blog et de voir comment le public réagit à sa production.

3.1. Qu'est-ce que c'est un réseau social ?

Premièrement, il faut dire qu'il existe la différence entre un réseau social du point de vue sociologique et un réseau social du point de vue numérique. Dans la vidéo de chaîne *Les SES en vidéos* [61], le réseau social est défini de l'égard de la sociologie comme un ensemble d'acteurs sociaux qui ont des relations directes ou indirectes entre eux. Au contraire la définition du réseau social numérique selon le dictionnaire l'Internaute.fr [64] dit que le réseau social est un site de l'Internet qui permet aux internautes de créer une page personnelle afin de partager et d'échanger des informations, des photos et des vidéos avec leur communauté d'amis et leur réseau de connaissances. Et pour comparaison une autre définition numérique trouvée chez Lilen [6], le réseau social est une communauté d'individus ou d'organisations à laquelle on adhère gratuitement et gravitant autour des centres d'intérêt communs : désir d'échanges, goûts musicaux, passions, rejet de la solitude etc. En somme, il est évident que les réseaux sociaux numériques partent de la définition sociologique et la transforment dans le milieu virtuel. Ils tirent profit du caractère humain qui désire d'avoir la compagnie et servent comme un moyen de communication entre les internautes à l'aide des messageries virtuelles, du partage des photos ou vidéos etc.

De nos jours, les réseaux sociaux forment une énorme partie de l'Internet et il est impossible de ne pas admettre leur valeur et importance pour les sociétés modernes. Certains peuvent argumenter qu'ils ont remplacé les relations interpersonnelles mais en même temps, leur grand avantage, c'est la possibilité de connecter les gens peu importe dans quelle partie du monde ils se trouvent, s'ils ont la connexion à Internet. Donc, la popularité des réseaux qui augmente sans cesse leur donne la position inébranlable dans la vie de la population contemporaine.

Sur Internet, on peut découvrir un grand nombre des réseaux sociaux et chaque réseau social a son usage et sa structure spécifique. Le réseau a habituellement un but ou un objet pour lequel les internautes s'inscrivent dans le site. La communication et l'échange des informations forment une base de tous les réseaux sociaux. Certains réseaux travaillent seulement avec le texte, d'autres avec les photos ou les vidéos. Les possibilités sont innombrables. En ce moment-là, l'introduction des réseaux sociaux populaires mondialement va suivre comme par exemple :

Facebook

C'est un réseau qui est vraiment populaire et son objet majeur, c'est de créer la connexion entre les gens, les familles et de faire le monde plus ouvert et social. En même temps, il offre aussi l'accès aux certaines communautés des gens avec les opinions ou les intérêts similaires.

YouTube

Un autre site qui forme la société d'aujourd'hui. *YouTube* est un site fondé sur le partage des vidéos des usagers. Il y a un énorme nombre des vidéos qui sont enregistrées sur le site. La liberté de l'accès aux vidéos et de les publier est une base de ce site. Les internautes peuvent aussi commenter les vidéos. De cette façon le site assure la connexion et la communication entre les usagers. On peut dire que *YouTube* est une forme de la télévision moderne avec l'accès libre et gratuit.

Instagram

La spécialité de ce réseau social est le partage des photos et des vidéos courtes à une minute qui sont fournies de la légende, des émoticônes et des hashtag (un mot-clic) qui est introduit par le symbole de croisillon #. Souvent les images qui sont partagées sont perfectionnées par les filtres. La possibilité de la messagerie instantanée est aussi donnée aux usagers de ce réseau et le site essaie d'améliorer son service. Récemment, le service d'IGTV était introduit. Ce service imite la télévision et rend possible de créer de longues vidéos sans le temps limité.

LinkedIn

Le réseau qui interconnecte les gens de professions. La mission de ce site est de créer un environnement où les usagers peuvent trouver un nouveau travail ou l'occasion pour la croissance de carrière et où les entreprises et les compagnies partagent leurs offres de recrutement et peuvent discuter avec les candidats.

Twitter

Un réseau similaire dans le domaine de connexion des gens. Il fournit les usagers des informations qui sont populaires et discutées. La notion la plus important, c'est l'actualité des informations. *Twitter* fonctionne comme un court blog. Les gens partagent leurs opinions ou problèmes par rapport à la situation concrète. Mettre tout simplement, *Twitter* est de ce qui les gens parlent, les sujets politiques, économiques, culturels etc.

Une importante question concernant les réseaux sociaux, c'est la sécurité. Comme il est normal de partager les commentaires, les opinions ou les photos personnelles, les créateurs de ces sites doivent trouver une solution pour protéger les données de leurs clients. Il est certain qu'ils essayent de préserver les données de façon la plus efficace mais de temps en temps les hackers réussissent et volent certaines informations des sites. Ce n'est pas seulement un problème des réseaux sociaux, mais la protection des données personnelles est aussi un

problème général de l'Internet et il y aura un seul chapitre dédié à la sécurité sur l'Internet dans ce mémoire de licence.

3.2. Le nombre de visites et la popularité des réseaux sociaux

C'est qui est évident, c'est la popularité des réseaux sociaux. De plus en plus les nombres de visites augmentent et les internautes passent leur temps en observant les réseaux sociaux. Elles deviennent les éléments importants dans la vie de gens d'aujourd'hui. Le principe de partage des moments de la vie de l'individu avec ses amis est vraiment attractif. Néanmoins le plus grand avantage des réseaux sociaux est leur accessibilité parce que presque tous sont gratuits. C'est définitivement un élément attirant si quelqu'un vous permet de communiquer avec vos proches sans frais.

L'augmentation de la popularité des réseaux sociaux ne serait pas possible sans l'expansion de l'Internet qui rend ces services possibles. Comme le nombre de maisons et d'utilisateurs qui sont connectés à l'Internet grossit, l'influence des sites sociaux est plus marquante dans la société. Dans les paragraphes suivants la comparaison de l'usage de l'Internet et les réseaux sociaux en France et en République tchèque dans les deux dernières années seront examinés.

3.2.1. La situation en République tchèque en 2017

La tendance de dernières années est apparente, les gens ont de plus en plus l'accès aux services de l'Internet. La situation en République tchèque suit cette tendance ce qui est démontré dans le rapport de l'Office statistique tchèque de l'année 2017 de l'usage des techniques numériques et communicatives en maison et entre les individus [90]. En 2017, il y avait 75% de la population tchèque qui avait un accès à l'ordinateur et 77% de la population qui en avait un à l'Internet.

En ce qui concerne de l'utilisation de l'Internet par les individus en 2017, le nombre d'utilisateurs est grimpé en 79% (les personnes âgées de 16 ans et plus, ces qui égalent à 6,9 millions de personnes) et de ce groupe 95 % utilise l'Internet au moins une fois par semaine. De plus, 4 sur 5 usagers utilisent le service de l'Internet chaque jour ou presque chaque jour. Le groupe qui est connecté le plus, ce sont les personnes entre 16 et 24 ans, c'est 97% de la population. Au contraire, les retraités avec 57% sont le moins connectés.

Regardant les réseaux sociaux, en 2017 il y avait 44% des internautes qui les usent. L'expansion la plus marquante était entre les années 2009 et 2012. Dès lors, l'augmentation du nombre d'utilisateurs des réseaux sociaux ne diminue pas de manière significative. Les réseaux sociaux traditionnels comme *Facebook* ou *Twitter* sont plus populaires que les réseaux sociaux professionnels comme *LinkedIn*. Ce type est utilisé seulement par 4% de la population.

3.2.2. La situation en République tchèque en 2018

Selon le rapport de l'Office statistique tchèque de l'utilisation des techniques numériques et communicatives en maison et entre les individus en 2018 [91], les constatations indiquent la tendance de l'augmentation comme vraie. Car, les résultats prouvent que l'accessibilité de l'Internet a grossi de 77% au 81%, ce nombre représente 7 millions de gens âgés de plus de 16 ans. Le même cas, c'est le pourcentage des individus avec l'accès à l'ordinateur en 2018 qui marque que 78% des maisons possèdent l'ordinateur. Donc, l'augmentation n'était pas si rapide, ce sont seulement 2% par année, mais elle continue progressivement. De ce groupe avec l'accès à l'Internet, 97% des gens sont connectés régulièrement au moins une fois par semaine et 87% usent la connexion chaque jour ou presque chaque jour.

Observant les réseaux sociaux, il y a plus que 4,5 millions de gens qui possèdent un compte sur un réseau social ce qui est 52% de la population. La plupart de ces internautes sont les étudiants et la génération entre 16 et 24 ans dont 97% sont actifs sur les réseaux sociaux. Donc, l'expansion qui est observable est entre la génération plus âgée qui découvre les possibilités des réseaux sociaux. Notamment la population à l'âge avant de retraite s'intéresse plus aux réseaux sociaux, dans 5 dernières années, le pourcentage de l'usage des réseaux sociaux augmenté de 10% à 28%.

3.2.3. La situation en France en 2017

Pour illustrer la situation en France, les données citées sont originaires du rapport *Baromètre numérique 2017* qui est réalisé par CREDOC (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie) sur le site du Conseil général de l'économie du gouvernement français [52][54]. La tendance numérique est comparable avec celle de la République tchèque. La possession de l'ordinateur est courante en 81% de la population française dont 53% l'utilise chaque jour. De plus, un accès à l'Internet

est considéré comme indispensable chez 9 sur 10 Français. Donc, ce sont 88% qui sont connectés au service de l'Internet. En outre, chez le groupe des Français entre 12 à 39 ans, chaque membre est un internaute en 100%. Les ordinateurs ne sont pas les seuls appareils qui permettent l'accès à l'Internet. Les smartphones et les tablettes jouent aussi un rôle important dans ce secteur. Examinant la popularité des réseaux sociaux, les comptes sur les réseaux sociaux possèdent 59% de la population française qui profite de leur service sur l'Internet.

3.2.4. La situation en France en 2018

Ce sous-chapitre puise aux sources du rapport *Baromètre numérique 2018* du Conseil général de l'économie du gouvernement français qui est disponible sur le site Web [53][55][56]. La position des ordinateurs est un peu affaiblie. Seulement 78% des Français ont un ordinateur. Les smartphones sont utilisés plus que les ordinateurs pour la connexion numérique et avec le développement technologique des outils qui garantissent la connexion à l'Internet les internautes vont changer leurs habitudes numériques. 75 % des Français possèdent un smartphone et 46% de la population française en utilise pour la connexion sur l'Internet. Au contraire, 35% des Français se connectent avec l'ordinateur. En observant, l'utilisation des réseaux sociaux, la situation reste stable, 59% de la population profite de l'Internet pour consulter le réseau social.

En regardant le standard en Europe pour l'année 2017 présenté par Eurostat [72], il y avait en moyenne 87% des maisons avec l'accès à l'internet. La République tchèque est au-dessous de cette moyenne avec 83% des maisons et la France aussi avec 86% des maisons. Si la situation de 2017 est comparée avec celle de 2018, l'UE (28 pays) compte 89% des maisons avec l'accès. La République tchèque reste au-dessous de ce chiffre avec 86% et la France est sur le même niveau avec 89%.

D'un autre côté, la participation aux réseaux sociaux selon le rapport de l'Eurostat des activités sur l'Internet [69] marque la moyenne en l'UE sur 56% en 2018. La France se trouve au-dessous de ce pourcentage avec 42%, et 56% est attribué à la République tchèque. Le nombre total d'utilisateurs diffère si le nombre d'habitants des pays est pris en considération. Mais la tendance de l'usage de l'Internet s'implante dans

la société et le partage de la vie sur les réseaux sociaux est de même un élément signifiant et caractéristique pour l'époque moderne.

3.3. Les deux réseaux sociaux principaux

Sur le Web il y a un énorme nombre de réseaux sociaux différents qui partagent certains traits typiques pour lesquels les usagers choisissent de les utiliser. En global, les réseaux les plus élargis sont *Facebook* et *YouTube*. Chacune de ces deux plateformes offre aux internautes les services différents mais tous les deux sont énormément populaires et trouvent une audience nombreuse. La focalisation majeure dans ce chapitre est donnée au site *YouTube*. Mais sans la caractéristique du site qui est une première pierre dans le groupe entier des réseaux sociaux, qui a popularisé les réseaux sociaux comme un phénomène global et qui est un trait typique de l'époque moderne, la description ne sera pas complète. De ce fait, le site *Facebook* sera décrit au premier lieu et ensuite le site *YouTube* sera examiné en détail avec les exemples des créateurs français qui sont actifs sur ce site.

3.3.1. Facebook

En premier lieu, il faut faire la connaissance de l'histoire et du développement du réseau social *Facebook*. D'après les informations fournies sur le site officiel de *Facebook* [65], il a été fondé en février 2004 par Mark Zuckerberg et ses condisciples Dustin Moskovitz, Chris Hughes et Eduardo Saverin sous le nom « *thefacebook.com* » comme le site destiné aux étudiants d'Harvard. Mais la popularité était si massive que après un mois les autres universités américaines comme Stanford, Columbia ou Yale devenaient connectées et plusieurs suivaient cet exemple. En septembre 2005, le nom de site a perdu l'article défini « the » et devenait seulement *Facebook.com*. En 2006, le site est successivement dispersé dans le monde entier et chacun qui possède une adresse électronique peut s'enregistrer au *Facebook* avec un accès gratuit garanti. Le site gagnait de l'argent par le placement des publicités sur l'interface utilisateur. Et en décembre 2006 le site comptait 12 millions de membres actifs.

Le développement du site était continu suivant la demande de ses usagers. Par exemple en 2009 le bouton de *Like* (*J'aime*) était introduit. La popularité du site a augmenté successivement, en octobre 2012, il y avait un milliard d'utilisateurs actifs. Les compagnies comme *Google* ou *Yahoo* voulaient acheter le site mais Mark Zuckerberg a refusé leurs offres. Au contraire la compagnie *Facebook* a fait l'acquisition de

plusieurs réseaux sociaux, sites de web ou applications comme *Instagram*, *Atlas*, *WhatsApp* et certains d'autres. Regardant le nombre de visites récentes, en décembre 2018 les statistiques montrent que *Facebook* a en moyenne 1,52 milliard des usagers actifs chaque jour.

La caractéristique la plus importante de *Facebook* ou on peut dire sa mission, qui aide le site à devenir si populaire et élargi, c'est la possibilité de donner aux usagers le pouvoir de créer les communautés des amis et de rapprocher le monde. Les gens utilisent le service de *Facebook* pour rester connectés avec leurs amis et leur famille, pour découvrir ce qui se passe dans le monde et pour partager et exprimer ce qui est important pour eux.

Récemment, le pouvoir de *Facebook* permet aux compagnies et aux magasins d'utiliser le site pour la publicité et la promotion. Ce ne sont pas seulement de compagnies mais aussi les partis politiques qui présentent leurs membres ou leur programme sur *Facebook*. Donc, il peut sembler que *Facebook* devienne la partie intégrante de nos vies quotidiennes.

Mais il ne contient pas d'avantages, il y a aussi certains risques cachés avec l'utilisation de ce réseau social. La grande question, c'est la sécurité sur l'Internet en général. Les données personnelles qui sont placées à la disposition du site peuvent encore sembler compréhensibles. Mais les gens ne considèrent pas précisément quelle information ils partagent avec les autres internautes. Le manque des pensées critiques devient plus visible avec les réseaux sociaux. Le nombre de fausses nouvelles placées sur le site est plus facilement à disséminer. Un autre problème qui apparaît est le temps passé sur *Facebook* ou un autre réseau social. La connexion avec les autres gens est perçue presque comme une dépendance. La chasse à une photo ou une publication la plus aimée peut évoquer une obsession et spécialement les enfants ne sont pas capables de distinguer ce qui est acceptable parce qu'ils perçoivent la réalité plus naïvement. Ils sont assez susceptibles à l'influence de leurs entourages et les réseaux sociaux peuvent créer un milieu soit bénéfique soit dangereux et stressant.

3.3.2. YouTube

Ce sous-chapitre observe le deuxième réseau social le plus visité qui a l'histoire un peu similaire tel que *Facebook*. Ni *YouTube* ni *Facebook* n'étaient pas les premiers essais pour créer un réseau social mais ils deviennent les sites les plus populaires et

utilisés [83]. D'après l'article de Ondřej Voců [88], le trio des créateurs et fondateurs du site *YouTube* se compose de Chad Hurley, Steve Chen et Jawed Karim, les ex-employés de la compagnie *Paypal*. L'enregistrement de domaine avec le nom *YouTube.com* était fait en février 2005 et la première vidéo téléversée vers le serveur en avril 2005 s'appelait « *Moi au Zoo* ». Elle a été enregistrée par l'un des fondateurs Jawed Karim. Cette vidéo est toujours accessible sur le site. En novembre 2005 le site est mis en service réel. Un autre événement important dans l'histoire de *YouTube* est l'acquisition de site par la compagnie *Google* en novembre 2006. Le prix total était 1,65 milliard de dollars américains ce qui fait en conversion 37 milliards de couronnes tchèques ou 1,46 milliard d'euros. Le progrès et le développement du site continuaient. Pour attirer plusieurs spectateurs et créateurs des vidéos, le site a élargi ses variantes linguistiques en 2007 et les autres ont été ajoutées en 2008. Le site a aussi négocié avec les compagnies de télévision ou les compagnies musicales pour rendre l'accès aux films ou aux clips des chansons aux usagers. Les améliorations du style du site et des services offerts suivaient le progrès continu. En avril 2010, le nombre de visites montait en 2 milliards d'utilisateurs par jour. Avec cette popularité *YouTube* devenait l'un des sites les plus visités sur l'Internet.

Une plateforme créative qui rend possible de partager les vidéos avec tout le monde, qui forme les communautés de créateurs, supporteurs ou admirateurs et qui devient un réseau social où chacun peut téléverser sa vidéo ou exprimer son opinion sous la vidéo de quelqu'un d'autre. Le site est fondé sur les quatre principes qui sont décrits sur le site officiel de *YouTube* [95]. Tous les quatre principes partent de la notion de la liberté. C'est une liberté d'expression qui signifie que chaque opinion a sa valeur, chacun peut participer à la discussion ouverte et la créativité sans limites qui ouvre de nouveaux horizons. Puis, la liberté des informations, *YouTube* fournit ses usagers avec l'accès aux informations sans limites et déclare que la vidéo est un outil puissant pour l'éducation. Troisièmement, la liberté des possibilités, c'est un principe qui proclame que chacun a le droit d'être découvert, de construire sa propre entreprise et d'avoir le succès. Dernièrement, la liberté de devenir un membre de la communauté qui intègre l'ambition de supporter les connexions interpersonnelles entre les usagers qui ont les intérêts similaires.

Le créateur de vidéo peut être chacun qui a une caméra ou un téléphone portable. Mais les créateurs qui ont le succès sont souvent équipés avec les caméras ou les appareils photo plus chers et plus professionnels. Comme, ils veulent créer les vidéos de qualité,

les plus regardées et populaires. Mais quels sont les éléments décisifs pour publier une vidéo populaire ? *YouTube* est une grande plateforme qui fonctionne autour du monde et les clés pour le succès sont différentes dans chaque pays. Mais certains types de vidéo sont populaires presque partout. Donc les auteurs locaux profitent de cette tendance et utilisent le contenu ou l'idée similaire pour créer un nouveau vidéo sur leur chaîne. L'inspiration passe d'un vidéaste à l'autre mais chacun essaie d'ajouter une valeur typique pour lui. L'algorithme du site *YouTube* offre aussi une liste des vidéos les plus visionnées et populaires dans une interface locale sous un onglet qui s'appelle : *Tendances*.

Dans l'époque moderne les vidéastes et les créateurs des vidéos sur *YouTube* deviennent les célébrités et les modèles pour les générations plus jeunes. Donc, il existe beaucoup de livres qui expliquent comment peut-on devenir un youtubeur à succès avec les histoires de vie de votre créateur préféré. Mais les publications ne focalisent pas seulement vers cette direction, il y a aussi un grand nombre de publications comment gagner de l'argent et les stratégies de mercatique pour profiter le plus de votre chaîne. Il y a un business caché dans le fonctionnement de *YouTube*.

Mais la monétisation des vidéos n'est pas garantie. Premièrement, vous devrez l'autoriser sur votre chaîne et ensuite la compagnie *YouTube* doit la permettre. Toutefois, il existe les règles. Alors la monétisation est autorisée exclusivement avec les vidéos qui conviennent aux annonceurs [88]. Donc, il est possible de gagner beaucoup d'argent mais ce n'est pas si facile. Votre base d'abonnés doit être assez nombreuse si vous voulez être youtubeur professionnel et gagner votre vie par cet emploi. Une autre possibilité de gagner de l'argent par *YouTube*, c'est la coopération avec la compagnie elle-même. Un youtubeur connecte le produit dans la vidéo directement. Or, ce type de la coopération devrait être indiqué dans la vidéo afin que les spectateurs ne soient pas induits en erreur par l'impression que votre vidéaste préféré utilise ce produit de soi-même, et d'après sa recommandation ils l'achèteraient.

La politique de *YouTube* vers les créateurs essaie de les encourager le plus possible de créer de nouvelles vidéos et d'élargir le nombre de spectateurs. Le système des niveaux de prestations est réfléchi et les auteurs reçoivent les prix pour le nombre d'abonnés précis. Les prix les plus connus sont le bouton en argent pour 100 milles d'abonnés, le bouton en or pour 1 million d'abonnés et le bouton en diamant pour 10 millions d'abonnés [93]. Les créateurs partagent souvent avec son audience l'obtention de ce bouton par une vidéo ou ils remercient son audience pour le soutien et la faveur dans le nombre des vues. Avant ces trois prix, il y a plusieurs stades de développement

de la chaîne qui le créateur offre une assistance avec la création ou un conseil comment améliorer la chaîne. Donc, la hiérarchie des créateurs est décrite sur leur site destiné aux créateurs, elle est donnée par la politique de *YouTube* et chacun qui veut publier ses vidéos sur ce site doit accepter leurs conditions et respecter leurs règles.

Le site a un onglet destiné à l'annonce publicitaire pour les compagnies et les informations présentées sont tirées de cet onglet [92]. Les publicités sont placées au début de la vidéo et au minimum les 5 ou 10 secondes doivent être visionnées avant que le spectateur puisse les sauter. Si la vidéo est plus longue que 10 minutes le nombre de publicités n'est pas limité et le créateur de vidéo peut placer le nombre de publicités qui est satisfaisant pour lui. Le service pour les compagnies qui veulent mettre leurs publicités sur *YouTube* est bien structuré et le soutien est offert. Le fonctionnement est similaire comme dans la télévision, les créateurs sont payés par l'argent gagné des publications des vidéos des annonces publicitaires. Les compagnies peuvent choisir son groupe cible et la publicité est localisée vers les créateurs qui correspondent aux demandes de la compagnie. Donc, le système marche bien et constitue une plateforme innovative qui connecte les créateurs, les compagnies et l'audience ou le client potentiel. Dans le stade où le site se trouve maintenant est normal qu'entier principe de partage des vidéos soit éclipsé par la chasse de l'argent et la force créative et l'enthousiasme des créateurs peuvent être discutables.

L'impact de ce réseau social concret est immense et sa popularité grossit. Selon les informations disponibles dans un onglet de *YouTube* dédié à la presse [94], le réseau est accessible en version locale dans plus de 91 pays du monde et le nombre de mutations linguistiques est 80. Ce qui fait 95% des usagers de l'Internet. Le nombre de visites par mois est plus de 1,9 milliard d'usagers enregistrés et chaque jour les gens regardent plus d'un milliard d'heures de vidéo. Le support pour les auteurs aide à créer les chaînes plus abonnées avec le revenu admirable. Le nombre de chaînes qui gagnent le montant à six chiffres en dollars augmente de 40% d'année en année et le nombre de chaînes qui gagnent le montant à cinq chiffres en dollars augmente de 50% d'année en année. De plus, les chaînes qui ont plus de 1 million d'abonnés augmentent de 75% d'année en année. Alors, la communauté des créateurs et son audience forment une forte structure qui d'un côté amuse l'audience et de l'autre côté crée les opportunités d'emploi créatif pour les auteurs qui sont pris sous le patronage du site *YouTube*.

Les droits d'auteur sont une grande issue pour le site parce qu'ils doivent être protégés. Le contenu des vidéos est surveillé par le système nommé Content ID [51]. Ce

système forme une grande base de données où il garde les vidéos. Il les observe et essaye de trouver les similarités avec les autres vidéos pour protéger l'authenticité des vidéos et les droits d'auteur ou des créateurs originaux. La réforme des droits d'auteur qui est préparée maintenant par l'UE peut rendre les possibilités créatives plus limitées et changer le fonctionnement de l'Internet et des réseaux sociaux comme ils sont connus aujourd'hui.

Le dernier point concernant le site *YouTube*, c'est son audience. Chaque auteur qui a sa propre chaîne aspire à avoir le plus grand nombre d'abonnés parce qu'une récompense en argent ou un prix qui apprécie son effort sont une motivation pour poursuivre ce but. Chaque créateur a sa propre audience qui est intéressée par les vidéos qu'il publie. Les premiers pas ne sont pas faciles mais si quelqu'un trouve sa vidéo intéressante, il peut la partager avec ses amis et une vague de vues est mise en marche. Si les nombreux précis des usagers sont pris en considération, en République tchèque il y avait 3,8 millions (44,1%) d'usagers qui regardent des vidéos sur *YouTube*, selon le rapport de l'Office statistique tchèque de l'année 2018 [91]. Parmi les youtubeurs les plus populaires se rangent *Viral Brothers, MenT, Jirka Král, Stejk, Anna Sulc, Teri ou Get The Louk* [98]. Les données de web Statista.fr [59] décrivent la situation en France en 2017 où il y avait 4,054 millions de visiteurs par jour ce qui est 50% des Français regardant *YouTube*. Les Français choisissent d'aller sur *YouTube* pour se relaxer et se divertir (64%), pour s'informer, apprendre et progresser (52%) ou pour trouver des informations sur des produits et des offres (14%). Top 3 youtubeurs de la scène française sont *Cyprien, Norman fait des vidéos* et *Squeezie*.

Les communautés forment le caractère de ce réseau social. Comme la plateforme supporte la communication libre, l'audience peut communiquer avec l'auteur par la section des commentaires qui est située sous des vidéos où ils peuvent exprimer leurs opinions, leurs suggestions pour la vidéo prochaine ou discuter avec les supporteurs de ce créateur concret. L'appréciation de vidéo peut être faite par cliquer sur le bouton *J'aime* ou *Je n'aime pas* ou par le partage sur d'autres réseaux sociaux par exemple *Facebook*. La popularité de site crée des nouvelles célébrités et des influenceurs qui inspirent les générations des enfants et des adolescents. Le pouvoir qui est en disposition de ces gens est immense. Les enfants sont facilement influençables et le contenu de certains vidéastes n'est pas adéquat pour certains âges. Ils sont obligés de donner un avertissement avant le commencement de vidéo que le contenu ne convient au moins de 15 ans par exemple. Mais c'est difficile de juger les vidéos de ces gens, parce que la

responsabilité des parents doit être aussi prise en considération. Comme, ils laissent leurs enfants regarder les vidéos. Donc, la situation concernant particulièrement ce réseau, social a deux faces de la médaille : les créateurs et les spectateurs ou bien leurs parents, et chaque partie doit réaliser son rôle et sa responsabilité.

Les paragraphes suivants se concentrent sur les vidéastes eux-mêmes. Les façons comment les supporters peuvent rencontrer leur favori et comment ils peuvent les supporter. Le mémoire va comparer la situation en République tchèque et en France pour observer les tendances similaires ou différentes dans les deux scènes.

D'abord la scène de *YouTube* en République tchèque sera décrite. Les youtubeurs ont un festival appelé *Utubering* à Prague et à Brno en avril où ils se rencontrent avec leurs fans. L'entrée est payante et les participants peuvent visiter les stands des youtubeurs ou suivre le programme commun. Le monde des vidéastes est si populaire qu'il y avait une édition des livres publiés concernant les célébrités youtubeurs, nommée *Já, Jůtuber*¹ où les créateurs décrivent leur chemin vers la chaîne de *YouTube* populaire. Il y a des interviews avec eux et ils partagent les conseils et les astuces comment créer les vidéos visionnées. Puis, les créateurs eux-mêmes publient les livres plus personnalisés, ainsi *Ovšem* de Kovy, *Tary : příběh parkouristy*, *Nejfake – 10 let pod maskou*, *Móda, krása a životní styl* de A Cup of Style, *Get the Louk* [97].

En outre, le phénomène de *YouTube* a gagné sa place sur le marché des jeux de table avec le jeu nommé *Play* où les joueurs essaient d'obtenir un million d'abonnés. Une autre possibilité que les vidéastes donnent à leurs supporters est celle d'acheter les marchandises avec leur logo ou caricature. Ce revenu de la vente crée une partie de salaire des vidéastes et ils peuvent organiser la vente soit eux-mêmes ce qui est au niveau de l'organisation plus compliqué au début, soit par l'intermédiaire de l'agence ce qui est une option choisie plus souvent.

En République tchèque existe aussi une compétition qui donne les prix aux personnes les plus actives et créatives sur les réseaux sociaux. Au début elle a été concentrée sur les blogueurs, nommé *Bloggerka roku*, mais avec l'agrandissement des créateurs sur l'Internet son orientation a changé le contenu et contient plusieurs catégories avec le changement de nom sur *Czech Blog Award* [70] Mais le développement vers la tendance américaine a apporté de nouveau le changement du nom et maintenant elle s'appelle *Czech Social Awards*. Le principe est simple. Les supporters votent sur le web

¹ La traduction française : *Moi, Youtubeur*

pour leurs favoris et celui avec le plus grand nombre de votes gagne un prix. Les prix sont distribués en plusieurs catégories comme Instagram de l'année, le vidéo blogueur et la vidéo blogueuse etc. En 2018, la compétition tchèque *Czech Social Awards* a joint le patronage mondial et il en résulte qu'il y aura une cérémonie de *Global Social Awards* à Prague en mai 2019.

Il faut aussi mentionner l'organisation *4Camps* qui organise des colonies de vacances en coopération avec les youtubeurs tchèques. Les colonies ont un thème et selon le thème (les jeux vidéo, la beauté, la danse etc.) et les youtubeurs de chaque domaine collaborent. De plus, il existe aussi les agences qui aident les créateurs avec le progrès de leur chaîne et avec la communication des compagnies qui veulent collaborer avec un youtubeur comme *Tubrr.cz*.

La situation en France est à une certaine mesure similaire. La popularité des jeunes vidéo créateurs, qui semblent accessibles au public assez facilement, exige leur branchement avec leurs supporteurs. Il est possible que vous rencontriez votre favori dans la rue. Mais ce type de rencontre pourrait être désagréable pour votre idole. Donc, les rencontres sont organisées comme un festival de rencontre avec les youtubeurs qui s'appelle *Vidéo City Paris*. Le festival est payant et donne aux supporteurs les rencontres face à face avec leur youtubeur favori pour poser des questions ou seulement voir le vidéaste en réalité.

En 2015, selon le journal L'Express [79], certain vidéaste a organisé les rencontres soi-même. Un exemple démontrant cette situation peut être une rencontre organisée par Norman, un youtubeur français. Il a annoncé 24 heures avant sur *Facebook* qu'il serait demain de 18 heures à 19 heures à la Fnac Saint-Lazare à Paris. Il voulait y promouvoir son spectacle et il y avait des centaines d'adolescents qu'ils attendaient là et voulaient le rencontrer. Ou un autre exemple, c'est une tournée de youtubeuse EnjoyPhoenix dans une quinzaine de villes.

En ce qui concerne la compétition pour les youtubeurs ou influenceurs en France, il n'existe pas la cérémonie similaire comme en République tchèque pour les personnes actives sur les réseaux sociaux. Mais il y avait un prix pour *Youtubeur d'Histoire* organisé en 2018 par l'association Histoire de Lire, salon du livre d'histoire de Versailles² et BNP Paribas. Cette compétition a voulu apprécier les plus belles initiatives pour transmettre

² Le salon Histoire de Lire, selon leur site du Web [96], est un événement qui a pour objectif de promouvoir des œuvres de grande qualité historique et accessibles à un large public. Il essaie de rendre l'Histoire plus accessible à des publics avertis et d'élargir ainsi son audience aux plus jeunes.

l'Histoire via le médium de vidéo sur *YouTube*. Les critères jugés, c'étaient le savoir historique, la pédagogie, l'humour, la mise en scène. Les vidéos nominées postulaient à deux prix, l'un du Jury ou le deuxième du Public. En 2018, la chaîne *Confessions d'Histoire* a remporté le Prix de Jury et la chaîne *Brandon's stories* a remporté Prix du Public [96].

La tendance de publication des livres par les youtubeurs français est aussi intervenue sur le marché de livre français. Voilà quelques exemples des livres du site Livres Youtubeurs [73] : *Iconne* de Natoo, *Princesse 2.0* de Andy, *Le livre dont vous êtes le zéro* de Kemar, *Roger et ses humains* de Cyprien ou *Tourne la page* de Squeezie etc. Ou, le jeu de société nommé *YouTube Quiz* qui teste la connaissance concernant les youtubeurs et leurs vidéos. De même, en France existent les agences pour les créateurs des vidéos qui les aident de la carrière comme *Talent Web*, le réseau de nouveaux talents en France.

Si l'un observe la situation dans les autres pays francophones, elle copie la tendance mondiale des rencontres d'un vidéaste favoris et les prix d'appréciation ont la modification locale dans certains pays. Regardant le Canada et plus précisément sa partie francophone, le Québec, un festival intitulé *Oh My Fest !* est organisé pour rendre possible le rencontre entre les supporteurs et les vidéastes. Le prix qui évalue les artistes, les créateurs et les entrepreneurs locaux au Canada entière, s'appelle *Niagara Social Awards* et le *YouTube* chaîne de l'année 2018 était *Dex Arson*, la catégorie de Réalisation mondiale exceptionnelle a gagné le youtubeur Matthew Santoro[70]. Choissant un exemple de livre publié par un youtubeur canadien, le livre « *Tout va ben été* » de PL Cloutier peut être mentionné [73].

La Belgique donne le festival *Belgian Tube Days* [58] pour les fans et les prix qui encouragent les créateurs sur Internet en Belgique sont par exemple *Belgian Food Blog Awards* [57] ou *Travel Blog Awards* [86]. Continuant en Europe, la Suisse tient aussi un festival *Le Royaume du Web* [71] qui rassemble les créateurs et leurs supporteurs et *Swiss Social Video Awards* [76] pour les créateurs sur le Web. Une vue sur la situation en Afrique plus spécifiquement le territoire du Maghreb, l'Algérie organise *Algerian YouTubers Awards* [49], le Maroc avec son *Maroc Web Awards* [75] et la Tunisie avec son *Tunisia Web Awards* [78].

Il est évident que la vie en *YouTube* et la vie réelle se mélangent et influencent tous les deux, les créateurs et leurs supporteurs. Comme les groupes cibles de youtubeurs sont souvent les adolescents ou les enfants, cette nouvelle obsession influence aussi la vie

de leurs parents. Ce groupe n'a pas d'opinions pareilles, alors une discussion est menée sur le sujet de *YouTube*, son impact et le rôle des parents. De côté des créateurs, au départ ils essaient de trouver une activité qui sera intéressante pour eux et qui les égaiera. Ce sont les arguments les plus souvent utilisés comme réponse à la question pourquoi ils ont commencé à créer les vidéos et les publier sur le Web. La monétisation et la promotion de certains produits dans la vidéo arrivent plus tard quand le créateur obtient l'audience assez nombreuse pour devenir attractif pour les compagnies. Les collaborations avec certaines compagnies doivent être indiquées dans la vidéo mais ce n'est pas le cas pour chacun. Et ensemble avec ce comportement inconvenable le problème de la confiance se forme.

Pour les adolescents ou les enfants il est difficile de reconnaître si la promotion faite par un youtubeur est payée par une compagnie ou si le youtubeur recommande un produit dont il est lui-même satisfait. En ce moment-là, les parents devraient entrer en scène. Ils doivent expliquer à leurs enfants pourquoi ils ne vont pas acheter cette chose-là. Le cercle des arguments, de peur etc. se met à tourner et la collision des opinions des générations dissemblables forme un trait typique de la société moderne.

D'un autre côté la situation du créateur des vidéos n'est pas si parfaite comme il peut sembler. Selon les articles de *Le Monde* [74] et le journal canadien *le Droit* [84], il y a une augmentation en responsabilité du contenu qu'ils produisent et la créativité n'est pas inépuisable. Donc, le métier de rêve peut devenir un cauchemar assez facilement. Si vous n'êtes pas habile de vous adapter à l'environnement qui est en constant change et de présenter de nouvelles idées dans vos vidéos, la pression de votre entourage transforme votre rêve en quelque chose de détestable. Les impulsions pour quitter la carrière de youtubeur sont diverses et plusieurs entre eux essaient de prendre une pause dans la création et la publication des vidéos pour trouver l'inspiration perdue, mais certains décident de finir leur carrière pour toujours.

Il est difficile d'imaginer quelles démarches doivent être suivies et combien de temps il faut pour préparer une vidéo à la publication. S'ils produisent les vidéos tous seuls ou s'ils coopèrent avec quelqu'un d'autre. Le mélange de tous ces facteurs crée un milieu d'insécurité. Les vidéastes sont forcés par leur audience de publier plusieurs vidéos par semaine s'ils veulent avoir la rémunération suffisante. Après le tournage pour certaines périodes de temps, il est probable que la création d'une vidéo nouvelle n'est pas si difficile comme au début et la préparation pour la vidéo ne prend si longtemps. De même les youtubeurs peuvent préenregistrer des vidéos qu'ils vont publier plus tard. La

situation n'est pas idéale. Un journaliste français Vincent Manilève a écrit le livre *YouTube derrière les écrans. Ses artistes, ses héros, ses escrocs* où sous la forme d'une enquête personnelle et fouillée, l'auteur nous fait découvrir le fonctionnement de *YouTube*. Malheureusement, je ne pouvais pas lire ce livre mais je crois qu'il produit les informations intéressantes et utiles à partir des entretiens de l'auteur que j'ai vus [68][77][80].

Alors, les parents ou bien les enseignants sont forcés de faire face au phénomène qui est toujours en développement et les stratégies pour gérer bien la situation ne sont pas stabilisées. Donc, la discussion et l'observation des tendances sur le site sont nécessaires mais les enfants ou les spectateurs en général devraient trouver une balance entre le temps passé sur le site dans la réalité virtuelle et la vie réelle.

3.4. Les réseaux sociaux locaux

Le succès des réseaux sociaux utilisés globalement est indiscutable. Les possibilités de plusieurs interfaces linguistiques garantissent la sympathie de plus grands nombres d'utilisateurs. Mais les précurseurs aux niveaux locaux dans les pays tracent le chemin pour les corporations internationales. Donc, la mention de certains d'eux peut décrire le milieu dans lequel les internautes de nos jours sont situés. Leur avantage était qu'ils étaient créés pour la région ou le pays précis alors que la limitation linguistique empêche l'expansion dans le monde entier. Les possibilités dans le marché local sont minimales et beaucoup de ces sites perdent sa position avec l'émergence des sites originaires américaines qui aspirent à être disponibles mondialement et connecter le plus grand nombre d'utilisateurs possible. Le déclin ou le changement de l'orientation des réseaux locaux étaient inévitables. Certains ne fonctionnent plus ou se trouvent sur le bord du déclin permanent. Mais les exceptions existent aussi. Le changement de l'orientation rend la survie possible mais avec un nombre d'utilisateurs bien moins considérable qu'au début.

En ce qui concerne des exemples de ces réseaux en difficultés pour le milieu français, les sites comme *Viadeo*, *Copain d'Avant* ou *Skyblogs* peuvent être cités [81]. L'Internet en France n'accepte pas si rapidement les influences américaines ou anglophones. Souvenons-nous de Minitel décrit dans le premier chapitre de ce mémoire qui supporte cette assertion. Les réseaux sociaux français avaient un concept original, mais le retard de l'arrivée des sites américains influence l'apparence de l'Internet français au début.

Observons les trois exemples des sites cités dans le paragraphe précédent plus en détail. *Viadeo* et *Skyblogs* restent les réseaux toujours utilisés et fréquentés en France. *Viadeo*, lancé en 2004, est un site qui fait une concurrence locale pour *LinkedIn*. Il se spécialise dans la recherche d'emploi et réunit les gens de professions. La compagnie n'a pas réussi à lancer le site international, elle a donc renoncé à cette intention et elle a remonté comme l'objet la France et les PME qui ne sont pas si couverts par *LinkedIn*. *Skyblogs* de la radio *Skyrock*, lancé en 2002 permet aux utilisateurs de créer un page avec les données personnelles en quelques clics. Et *Copains d'Avant* formé en 2001, apporte une idée de nostalgie sur le site, l'objectif de ce site était de trouver des anciens camarades de classe et rester en contact avec eux. L'arrivée de *Facebook* et d'autres réseaux sociaux américains en adaptation française sont datés en 2008. Le fonctionnement des réseaux français était menacé par eux, parce que l'accès au service de ces sites était gratuit. Comme les compagnies sont financées par les annonceurs et leurs publicités placées sur les sites.

Quant aux autres réseaux sociaux locaux, *Vie de Merde (VDM)* un site montrant les petites histoires malheureuses de la vie quotidienne pour amuser les autres et de ne pas sentir si mauvais ou *Sens critique*, site où vous pouvez partager vos opinions sur un film, une série, un jeu vidéo, une musique etc. sont les exemples des réseaux français qui existent mais ils ne sont pas si populaires. Les exemples des sites français qui se focalisent aux voisins et aux communautés de villes pour améliorer leur fonctionnement s'appellent *Ensembl'* ou *Peuplade*. *Ensembl'* est un réseau social où vous pouvez redécouvrir la vie de votre quartier et échanger les informations ou les produits avec vos voisins. Le site est basé sur la vie de quartier, les usagers profitent des discussions avec leurs voisins, ils peuvent prêter d'objets, participer aux événements ou partager des idées où aller au dîner ou où se trouve le bon magasin. Le site est gratuit ce qui est un grand avantage. Le site *Peuplade* a fonctionné sur le concept similaire de partage de bons plans avec vos voisins. Si l'un cherche la concurrence pour *YouTube* dans le milieu français, c'est un site *Dailymotion.com* [6] qui fonctionne sur le principe de partage de vidéos offrant un service gratuit d'hébergement, de partage et de visionnage de vidéos en ligne.

La scène tchèque et ses sites d'origine tchèque sont démontrés par les sites comme *Spolužáci.cz* qui regroupe les anciens camarades de classe. Malheureusement, le fonctionnement de ce site était supprimé en septembre 2018. Un autre exemple de réseau social tchèque est le site *Lidé.cz* qui essaie de connecter les usagers sur le principe similaire que *Facebook* fait. Mais la popularité de ce site est discutable parce que *Facebook* et les autres sites internationaux occupent les places de premier rang. Le site *čsfd.cz* construit une communauté de fans des films et des séries. Ses usagers peuvent évaluer le film ou la série alors le site aide

aussi les internautes à s'orienter en masse du film production de l'époque moderne. Les gens peuvent écrire une critique et partager leurs opinions. Les sites sont conceptuellement similaires mais leur nombre de visites n'est pas excessif en comparaison avec les sites internationalement utilisés.

À propos de la situation dans les pays francophones, en Belgique, le site d'origine belge *Hoplr.com* offre le service du réseau social pour les voisins. *Hoplr* se concentre sur le voisinage et les interactions parmi les résidents. Les activités que l'utilisateur peut faire sur le site, ce sont par exemple l'échange des services ou des produits, organiser l'activité dans le voisinage ou recevoir les reports des autorités locales et services communes etc. Au Canada, le site *Flickr* [6] est né en 2004, un réseau social qui est basé sur le partage gratuit des photos et des vidéos avec certaines fonctions payantes. Pour terminer cette énumération, le concept de site *UP-Campus.org* a pour son but de réunir les acteurs du changement sur une même plateforme et permettre à chacun de changer le monde à son échelle. Le site opère en France, en Belgique, en Suisse et au Canada. L'annexe 2 contient une liste de tous les réseaux sociaux mentionnés dans ce mémoire avec les liens directs sur leurs sites.

Il existe un spectre des réseaux sociaux locaux qui se concentrent sur un objet plus spécialisé ou essaient de trouver un élément ou un trait qui serait intéressant pour les internautes et qui populariserait le site de plus. Mais la concurrence est excessive et les sites qui sont accessibles au public général et rendent les services exagérés toujours gagnent la popularité plus facilement. Alors, la tâche pour les réseaux locaux est d'être originaire et offrir au public le service engageant.

3.5. Les blogs personnels

Le dernier sous-chapitre se concentre sur les blogs abordables sur l'Internet qui créent une manière d'expression libre et de la créativité. Ils soulignent le trait de Web 2.0. C'est celui de la pouvoir des usagers non seulement consumer les informations mais aussi la possibilité de créer le contenu de Web et d'être un internaute actif sur le site. Les blogueurs et les blogueuses forment un autre grand groupe des célébrités de l'Internet. Ce qui les caractérise, c'est une page personnelle sur l'Internet où ils partagent leurs expériences de la vie, leurs voyages, leurs photos de la nature ou des vêtements ou leurs recettes [87]. Il existe beaucoup de catégorie des blogs et chaque auteur choisit sa spécialité. Par exemple : la cuisine, la beauté, la mode, le voyage, le style de vie, l'écologie etc. Dans plusieurs cas l'auteur combine plus de thèmes pour faire une impression sur son audience. Les plateformes sur lesquelles les blogs sont créés, ce

sont par exemple *Blogger.com*, *Wordpress.com* ou *Livejournal.com*, celles sont gratuites, ou *Typepad.com*, une plateforme payante ([2], p. 20). Certains blogs servent comme le carnet personnel de son auteur mais il existe aussi les blogs de journal qui sont créés par plusieurs auteurs ou des blogs des entreprises.

Ils sont souvent constitués de plusieurs rubriques spécialisées qui contiennent soit les articles, soit le carnet de photo ou la vidéo. Les blogueurs construisent une communauté des supporteurs qui sont inspirés par leurs blogs. Cette communauté peut assurer que le blogueur sera perçu par une compagnie et tout d'un coup il peut devenir un influenceur. Les termes un blogueur ou un influenceur sont aujourd'hui utilisés de manière interchangeable. Il représente une personne qui par son activité sur l'Internet influence ou inspire un groupe des gens.

Les blogueurs sont mentionnés car ils communiquent souvent avec leurs supporteurs via les réseaux sociaux. Donc, les réseaux sociaux fonctionnent comme le médiateur de communication avec les fans et aussi comme un outil du travail. Les réseaux sociaux qui contribuent au maintien de la communication entre les supporteurs et les blogueurs, ce sont *Facebook* mais plus souvent *Instagram* où des photos ou des vidéos courtes sont partagées particulièrement. La combinaison de blog avec une chaîne de *YouTube* n'est pas une exception. Alors, la popularité de ces influenceurs modernes est mesurée par le nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux et le nombre de vues sur leur blog. Il est intéressant comment la société absorbe la tendance de la chasse pour les abonnés et les « *Likes* ».

La blogosphère française compte beaucoup de blogs avec les contenus différents et il n'est pas possible de les nommer tous. Mais il faut présenter quelques blogueurs et blogueuses d'origine française : *Coline, et pourquoi pas* ; *MakeMyLemonade* ; *You Make Fashion* ; *La Penderie de Chloe* ; *Romain Costa* ; *Valhery* ; *Le Petit Français* ou *Comme un camion* [85]. Ces blogs sont souvent une combinaison de plusieurs thèmes pour devenir une inspiration pour le vaste public. Le blog possède une possibilité de changer la langue en anglais pour inspirer plus d'internautes. Il est évident que le groupe cible de blogueurs n'est pas seulement la France mais aussi le public international. Comme, l'anglais est aujourd'hui la langue la plus utilisée en communication globale.

Les blogueurs devraient maîtriser plusieurs domaines comme la photographie et ses adaptations, la création et la gestion de la page personnelle sur Web, le découpage de vidéo, la communication avec les supporteurs et les compagnies, le fonctionnement des réseaux sociaux etc. Le travail de blogueur peut sembler assez facile et relaxant si vous n'êtes pas familier avec tous les aspects de ce travail. Mais les savoir-faire demandés et la pression pour poster un article créatif et inspirant rendent ce travail assez stressant et exigeant, si vous voulez avoir du

succès. Vous devriez captiver l'attention de public et cette mission n'est pas facile surtout de nos jours où chacun pense qu'il peut devenir célèbre sur l'Internet. Il est discutable de quelle mesure les blogueurs fameux gèrent le blog eux-mêmes, ils peuvent avoir un groupe de gens qui les aident, parce que la gestion devient assez coûteuse en temps.

Pour terminer ce sous-chapitre, il faut dire que les blogueurs et blogueuses fassent une partie inséparable de la communauté de l'Internet de la deuxième génération et qu'ils combinent l'usage de l'Internet comme un espace créatif avec la maîtrise des réseaux sociaux qui assurent la communication facile avec leurs supporteurs.

4. La langue de l'Internet

Un autre sujet connecté à l'utilisation de l'Internet et les téléphones portables est la langue. Celle-ci s'adapte aux besoins des internautes. Les formes sous lesquelles sont les informations transmises sur l'Internet sont : un texte comme le support majoritaire de la communication, une image, un son comme une piste sonore ou un multimédia ce qui est une combinaison du texte, de l'image et du son comme par exemple une vidéoconférence ([12], p. 110).

Comme le développement de nouvelles technologies progresse rapidement, les usagers de l'Internet sentent le besoin de s'exprimer d'une manière plus rapide, plus courte et cependant compréhensible. Les preuves peuvent être trouvées dans les sections des commentaires sur les réseaux sociaux ou dans les messageries instantanées ou les e-mails. Il y a des exemples de la section des commentaires d'une vidéo sur *YouTube* de *Norman fait des vidéos* [103]: « G 9 ans et heureusement il est eNcore là » ; « C drôle ca mon pere c tt l'inverse » ou « je suis MDR a cause du papi ». Ce n'est pas seulement la grammaire qui souffre mais aussi la ponctuation et l'emploi des lettres majuscules. L'Internet et la communication par SMS sont un paradis des abréviations et des expressions pressées comme la rapidité de l'époque influence nos expressions [104]. Nous sommes toujours en courant de faire plusieurs choses en même temps et le temps est une chose dont nous manquons. Donc, nous essayons d'économiser un peu de temps par les messages courts et clairs. Mais les abréviations peuvent devenir les énigmes pour quelqu'un qui ne s'oriente pas dans leurs utilisations. Une liste d'exemples de la langue de l'Internet se trouve en annexe 3 de ce mémoire de licence.

Selon Šmahel [12], un autre trait de la communication moderne, c'est un emploi des émoticônes ou des frimousses. Ces petites images de visage remplacent les émotions dans les conversations des adolescents. La conversation sans eux peut sembler difficile à comprendre pour la génération qui a grandi avec eux. La conversation de cette façon peut évoquer que vous êtes fâchés ou tristes. Au contraire les générations qui ne sont pas des natifs numériques trouvent difficile à s'orienter dans la conversation avec le tas des frimousses qui n'ont aucune signification pour eux. Alors, la communication entre ces deux groupes peut sembler confuse pour l'un ou l'autre participant. De plus, le nombre de frimousses augmente toujours. Ils n'expriment pas seulement les émotions, mais aussi les animaux, les drapeaux des pays, les moyens de transport etc. La variété est immense.

Il est évident que la langue de l'Internet a ses spécificités et il peut contenir certaines difficultés avant qu'on s'oriente dans son sens. Mais les tendances sont compréhensibles parce

qu'ils épargnent le temps et passent le sens de presque la même façon comme les mots propres. La grammaire n'est pas respectée de temps en temps et on peut se demander si ce n'est pas la communication rapide qui en est la cause. Elle gêne notre respect pour les règles de la grammaire. Alors, les uns constatent que la communication via l'Internet détruit nos compétences communicatives et diminue notre éloquence. Les autres trouvent que la communication numérique est une source du développement de la langue de l'avenir. Ils admirent la créativité dans de nouveaux mots qui commencent à exister.

On peut dire que l'Internet a sa propre vie. Son développement agrandit aussi le nombre de langues qui sont utilisées pour la création de Web lui-même et des applications numériques qui doivent être construites par les langues de programmeurs. La structure des langues a sa propre logique et ils assurent que les usagers perçoivent les sites dans l'ordre compréhensible et visuellement attractif.

Donc, l'Internet a son pouvoir créatif de former les nouvelles langues, les nouveaux usages pour les mots existants ou les abréviations qui accélèrent la communication. Ce qui est important pour les internautes, c'est une bonne orientation dans ce développement. L'orientation peut sembler difficile premièrement, mais souvent il existe une certaine logique qui nous aide à trouver le sens dans les mots. Il est nécessaire de ne pas se laisser décourager par les problèmes de l'incompréhension.

5. Web 2.0 comme un outil éducatif

Quelles sont les possibilités éducatives sur l'Internet de nos jours ? Comme l'Internet est un vaste espace, il donne à ses usagers de nombreuses pistes pour trouver les sites éducatifs. Les enthousiastes de l'autoéducation considèrent l'Internet comme une source majeure d'informations. C'est l'un des traits typiques de Web 2.0. Il est fournisseur d'informations. La connexion avec le site et les internautes, plus la communication à travers le monde facilitent l'acquisition des informations.

Ses options peuvent servir aux buts éducatifs ou à l'amusement. L'objectif qui nous intéresse est son pouvoir éducatif. Premièrement, il est important de distinguer les sites qui sont les fournisseurs des informations éducatives. Il est nécessaire de contrôler les sources et vérifier leur crédibilité. Parce que l'Internet est engorgé de fausses informations et la vérification de la source et l'attention sont obligatoires. L'Internet facilite l'accès aux informations mais c'est toujours un individu qui travaille avec elles.

Sur le Web il existe plusieurs groupes des sites qui ont le sens caché éducatif. D'un côté ce sont les réseaux sociaux. La communication avec les étrangers qui vient de l'autre partie de monde pour pratiquer la langue est rendue possible si vous êtes si courageux. Une autre possibilité est cachée dans les chaînes sur *YouTube*. Elles peuvent fournir l'amusement avec l'éducation en même temps. Il existe des chaînes des enseignants des langues qui donnent les idées comment améliorer vos expressions orales ou écrites comme *Français avec Pierre* ou *Français Authentique*. Ou les chaînes qui se spécialisent sur par exemple l'histoire, les maths ou d'autres matières à l'école. Les gens donnent leur explication d'un problème et il est souvent profitable d'avoir plusieurs points de vue sur une problématique. Sauf ces propositions, il y a beaucoup d'encyclopédies en ligne, de dictionnaires, de journaux et d'autres services qui sont en disposition pour les buts éducatifs.

De plus, il existe les sites pour les enseignants où ils s'enregistrent et puis ils peuvent partager les documents et leurs expériences avec les autres enseignants, par exemple *islcollective.com* [110]. Ce site connecte les enseignants et il est accessible dans 6 langues. Comme ce site du partage commun entre les enseignants eux-mêmes, il se trouve sur Web les sites qui créent les vidéos éducatives que les enseignants peuvent utiliser pendant leurs cours comme *TV5monde.fr*. [111]. Les autres sources d'inspiration pour les enseignants ou pour l'autoéducation sont par exemple *françaisfacile.com* [112][112], *lepointdufle.net* [113], *bonjourdefrance.com* [114], *ortholud.com* [115] ou *ljourlactu.com* [116].

Donc, l'Internet avec son pouvoir de connecter les gens mais il connecte aussi la communauté des enseignants. Ce qui les aide à créer les cours interactifs et plus intéressants. S'ils veulent captiver l'attention de leurs élèves, ils doivent rester au courant avec le développement technique et s'adapter dans l'époque moderne. L'exemple du milieu français, cité de l'article *Le numérique à l'école : quel bilan en tirer ?* [109], est le *Plan numérique* lancé en 2015 qui essaie d'intégrer les outils numériques dans l'enseignement ou mettre à disposition de ressources numériques pour les enseignants – *Banques de Ressource Numériques Éducatives (BRNE)*. Le progrès de technologie reflète aussi le changement de comportement de la société et les enseignants comme les formateurs des générations à venir doivent respecter ces tendances et progresser leur approche vers la formation mais aussi conserver les traditions et les notions de la société. Ce sont les méthodes traditionnelles combinées avec les traits de nouvelles technologies qui sont le futur de l'éducation. Par exemple : l'écriture d'un blog peut améliorer les expressions écrites [106]. Les matériels audio-visuels ou le partage des documents à imprimer reflètent ce changement dans l'attitude des enseignants.

Selon l'article de l'Express par Dedieu [107], il existe aussi les sites pour les enseignants qui leur permettent de créer les cours en ligne, ou rendre un livre disponible aux élèves. La tendance de l'autoéducation marque cette nouvelle possibilité de l'apprentissage des élèves. Un site utile pour les enseignants mais de même les autodidactes s'appelle *Quizlet* [118] et les usagers peuvent y créer les listes de vocabulaire et les pratiquer. Un autre site qui aide les étudiantes des langues est par exemple *Wordreference.com* [117]. Ce site fonctionne comme un forum où l'un peut poser la question et les membres de la communauté de site essaient de lui répondre. C'est une source des informations et des exemples authentiques. Les étudiants peuvent accéder aux informations plus facilement et ils peuvent aussi étudier à la maison sans être distraits par les camarades de classe. Donc, les avantages sont évidents. Les élèves peuvent choisir le temps le plus convenable pour eux et l'endroit où ils vont faire leurs devoirs en ligne. Les enseignants ont la possibilité de convenir plus d'informations quand la dotation de temps à l'école est limitée. Ou ils peuvent recommander aux étudiants les sites pour la pratique profonde.

Les cours qui sont accessibles seulement sur l'Internet créent un autre chapitre de l'éducation sur Web. Les enseignants ou les compagnies créent les cours pour leurs élèves, clients ou employés. Cette éducation virtuelle fonctionne souvent par la correspondance avec le client et le créateur du cours ou par les vidéos-téléphones en ligne. Le contact entre l'enseignant et l'étudiant peut remplacer l'écran et les écouteurs. Vous pouvez prendre un cours de français dans votre maison. Le confort et l'instantanéité de ce service le rendent populaire.

Le revers de la médaille existe toujours : les nombreuses sources d'information, la difficulté de s'orienter sur Web et l'attitude des étudiants qu'ils sentent que la mémorisation n'est pas nécessaire dans cette époque. Ils ont toutes les informations à la disposition. La position des enseignants est fragile. Ils doivent motiver les étudiants, les encourager et inspirer. En même temps, il est difficile de suivre les tendances technologiques et les implémenter dans les cours tout de coup. L'introduction des technologies ne simplifie pas la tâche de l'enseignant mais la rend plus riche, plus varié. Les enseignants doivent préparer les élèves d'être capables de les utiliser avec conscience, compétence et esprit critique [108].

La technique facilite actuellement certains procédés éducatifs mais elle n'a pas remplacé le facteur humain dans la conception de l'éducation [107]. Il est difficile de prévoir la direction et la position que l'Internet va avoir dans le futur mais ce qui est certain c'est sa dominance et son importance dans nos vies. Il ouvre de nouvelles possibilités pour les internautes qui sont observables dans tous les secteurs, de même en sphère éducative.

6. L'Internet et les réseaux sociaux de point de vue critique

L'Internet et les réseaux sociaux sont devenus la partie de nos vies quotidiennes. La majorité de la population les utilise presque chaque jour. Le statistique de *Blog du Modérateur* [120] de l'année 2018 montrent qu'il y avait 4,12 milliards d'internautes ce qui égale à 54% de la population mondiale et 3,36 milliards d'utilisateurs sont inscrits sur les réseaux sociaux. La même source présente les résultats en France [120] : 88 % des Français ont accès à l'Internet (57, 29 millions de personnes) et 58% des Français sont des utilisateurs actifs de réseaux sociaux (38 millions de personnes). Mais cette absorption complète implique aussi la question de la sécurité de l'Internet et de tous les réseaux sociaux. Est-il bon pour la santé de les utiliser sans se demander pourquoi ou se donner des limites ? La question qui doit être posée est combien de temps on passe sur l'Internet. Les nouvelles générations ne peuvent pas imaginer un jour sans être connecté sur l'Internet. La frontière entre l'utilisation qui est bénéfique et l'utilisation excessive est fragile. Nous allons essayer de répondre à tous ces sujets dans ce chapitre.

La communauté d'utilisateurs de l'Internet d'un côté profite de leur service mais d'un autre côté une discussion est menée comment la disponibilité des informations, la connexion permanente et les autres traits de l'Internet influencent l'individu physiquement et psychologiquement. L'intégration des technologies dans la vie quotidienne facilite cette tendance négative mais elle ouvre aussi la porte pour de nouveaux problèmes. Il existe un conflit entre les générations qui sont nées dans la période digitale et celles qui devaient adopter les technologies plus tard dans leurs vies. Chaque génération a sa propre opinion qui forme la perception de l'Internet dans la société.

De toute manière, le milieu de l'Internet est surchargé d'informations et de divers réseaux sociaux qui créent les communautés des internautes. Ceux-ci partagent leurs expériences, leurs idées ou les moments importants de leur vie, mais en même temps, ils se trouvent dans un milieu numérique difficile à s'orienter et à trouver les informations crédibles.

En outre, les gens considèrent souvent les réseaux sociaux comme une source d'informations. Ils consomment les articles et les annonces présentées sur le site sans les vérifier plus précisément. L'accessibilité d'information et le confort aboutissent dans la consommation massive et la possibilité de l'expansion des désinformations. Les réseaux sociaux ont leurs avantages mais ils sont accompagnés par les désavantages plus ou moins cachés. Cette considération nous mène vers les points problématiques qui sont connectés avec l'Internet et les réseaux sociaux.

L'anonymité et le sentiment de pouvoir exprimer l'opinion librement sans pénalité grave forment de l'Internet un outil très puissant de nos jours. Si le site est destiné pour les

usagers locaux ou s'il est désigné pour la population mondiale les données personnelles sont à disposition de ce site et personne ne sait pas comment elles sont protégées et comment elles sont manipulées. De plus, la société peut se radicaliser à travers des réseaux sociaux. Il est plus facile de trouver quelqu'un qui partage les pensées un peu similaires et de les radicaliser.

De même l'Internet peut être utilisé à des fins criminelles. La structure n'est pas proprement transparente. Il existe les endroits de l'Internet où se regroupent les criminels, les hackers (fouineurs) etc. Ces sites ne sont pas accessibles aux usagers quotidiens mais ça existe.

Comme les grands sites travaillent avec l'algorithme qui vous fait voir le contenu qui est similaire aux pages que vous avez marquées comme *J'aime* et ainsi une bulle de contenu préféré se forme autour de votre profil et les annonces affichées sont plus spécifiées. Notre comportement sur le Web est monitoré, les données sont collectionnées etc. Alors, profitez de l'Internet mais de la prudence. Autrement, il y a beaucoup de risques et sans attention on peut se trouver dans la situation inattendue et les conséquences peuvent être surprenantes. La sécurité est sur la première position.

Nous n'avons que mentionné quelques sujets liés à l'Internet de manière critique : la désinformation, la manipulation, la surveillance de l'activité d'un internaute, voire le comportement criminel. Les sous-chapitres suivants observeront certains de ces sujets d'un point de vue complémentaire.

6.1. L'hypocrisie sur les réseaux sociaux

Partons de la constatation que la valeur de la vérité sur l'Internet peut être discutable. Si l'un observe les profils sur les réseaux sociaux qui sont publics, il peut remarquer que les gens présentent les moments heureux, les vacances, les voyages, les soirées ou les fêtes etc. Les moments qui reflètent la vie parfaite et sans soucis. Mais ainsi les profils perdent de l'authenticité. Les émotions négatives sont souvent supprimées et oubliées. Cette tendance est similaire avec les gens ordinaires mais aussi avec les gens fameux. En ce qui concerne les célébrités et les influenceurs, leurs profils sont souvent pleins des publicités et des coopérations sponsorisées par les compagnies qui rendent un voyage possible. Donc, de quelle mesure sont les profils sur les réseaux sociaux les miroirs de nos vies réelles et de quelle mesure représentent-ils les outils pour se vanter de la vie parfaite ?

D'un côté chacun a le droit de partager ce qu'il veut, en condition que sa publication n'est pas offensive. Mais en ce qui concerne par exemple les enfants, ils sont facilement influencés par les contributions de leurs amis plus âgés ou des personnes fameuses et connues

sur le Web. Chacun essaie d'être le meilleur, cache sa propre identité sur un profil de l'Internet. L'anonymité de l'Internet fournit les usagers avec la puissance de dire et écrire presque tout. Les insultes sur l'Internet sont assez courantes. Car les limites sont en situation d'anonymité moins fortes. De plus, le comportement mauvais comme le harcèlement domine sur les réseaux sociaux. Alors, l'Internet n'est pas seulement une source de la bonté dans nos vies, mais il peut aussi supporter et diffuser plus facilement le comportement mauvais et nuisible.

6.2. La perte de la vie privée

Regardant le problème de la vie privée qui est partagée sur les réseaux sociaux, on peut constater qu'à l'époque numérique chacun peut décider quel contenu et quels moments de sa vie il veut rendre publics. Il peut sembler que la décision demeure sur l'individu. Mais ce n'est pas complètement vrai. Les gens ordinaires probablement ne sentent pas la perte si fortement comme les personnes connues grâce à l'Internet.

Citons par exemple le domaine professionnel. Les employeurs consultent souvent les profils sur les réseaux sociaux avant l'embauche d'un candidat. Ils examinent les photos ou les statuts partagés sur *Facebook* ou les autres réseaux sociaux. Cette observation serve comme une sonde dans la vie privée du candidat et montre son comportement. Donc, les informations partagées sur les réseaux sociaux peuvent influencer la carrière professionnelle de l'individu.

La perte de la vie privée est une partie inséparable du travail de l'influenceur, blogueur ou youtubeur. La communauté des abonnés est accoutumée à la disponibilité immédiate du créateur sur le réseau. Les supporters se mettent en rapport avec lui très facilement et l'impression que le créateur est l'un des amis de l'enfant ou du spectateur est renforcée par la structure et le fonctionnement de base des réseaux sociaux. La vie des influenceurs est plus ou moins similaire à la vie des acteurs ou des chanteurs ou des autres célébrités fameuses.

La communauté des fans de ces jeunes créateurs est un phénomène de cette époque. De temps en temps l'obsession des fans est admirable mais en même temps elle peut faire peur. Souvent, les fans ne distinguent pas de frontière de ce qui est tolérable et de ce qui excède cette frontière. Citons l'article de Jeanne Masse [129], les abonnés n'hésitent plus à sonner au domicile de leurs idoles ou y camper. Les youtubeuses françaises *Emma Cake Cup* ou *Natoo* se trouvaient dans ces situations où leurs fans harcelaient leur vie privée. Ils attendaient devant leur appartement juste pour les voir et saluer en réalité.

La perte de la vie privée est d'une mesure influencée par la décision du créateur. Mais les supporters veulent souvent savoir le plus grand nombre d'informations possibles de la vie

de leur créateur favori. Les nouvelles célébrités cèdent à protéger leurs vies privées. La différence entre le partage des conseils de la vie privée avec les supporters et le partage de votre vie privée existe. Mais la nécessité d'information privée de côté des supporters est immense. Les formats des vidéos avec les questions posées par les spectateurs sont l'un des formats les plus populaires. Citons un exemple : la série des vidéos de *Cyprien – Cyprien répond à vos questions !* [121]. Il est difficile de trouver un équilibre entre ce qui est partageable et ce qui ne l'est pas. Certains créateurs ne partagent aucune information de leur vie privée et d'autres partagent presque toutes les informations. La recette idéale probablement n'existe pas.

Alors, le sujet de la perte de la vie privée résonne entre les célébrités de l'Internet mais il est aussi important pour les gens ordinaires comme ils peuvent être jugés à travers leur publications sur les réseaux sociaux assez facilement. Il est important de réfléchir quelles informations nous partageons.

6.3. La dépendance sur l'Internet

L'Internet est une partie importante de nos vies. Les personnes qui travaillent avec l'ordinateur tous les jours sont nombreux. Mais non seulement le travail mais aussi le temps libre est occupé par l'ordinateur ou les smartphones qui permettent l'accès à l'Internet. L'interconnexion et la mécanisation facilitent notre travail, mais en même temps notre dépendance sur la technique augmente de plus en plus. Savez-vous combien de temps vous passez sur l'Internet chaque jour ? Les tendances dans la société inclinent vers la dépendance sur l'Internet. Le but de la société doit trouver l'équilibre entre l'utilisation excessive et l'utilisation profitable.

De la vue psychologique de Šmahel [12] et Ševčíková [11], les gens peuvent devenir dépendants sur l'usage de l'Internet. Ce sont souvent les réseaux sociaux ou les jeux vidéo qui stimulent cette dépendance. Comme ils exigent la présence des usagers, ils les motivent de regarder la page et la faire défiler pour savoir ce que leurs amis font. Cette envie d'être connecté et de consommer le plus grand nombre d'informations possibles est incluse dans le fonctionnement des réseaux sociaux.

Le cerveau humain change avec le progrès des technologies. Les réseaux sociaux ou les jeux vidéo stimulent les hormones dans notre organisme et créent une impulsion pour consommer leurs services de plus en plus ([11][12], p. 44). L'effet est similaire de celui de drogues. Les gens ne reconnaissent pas souvent l'obsession parce que presque chacun utilise l'Internet. Dans cette consommation massive la distinction entre le normal et le problème est difficile. Le plus

souvent ce sont les parents qui pensent que leur enfant peut avoir le problème avec la dépendance. Si vous êtes adulte la situation se complique de plus. Vous devrez vous-mêmes distinguer le problème.

Selon l'article de la cyberdépendance [127], il existe certains risques pour la santé. Plus exactement les yeux qui font mal si vous regardez assez longtemps à l'écran ou le souris qui peut vous donner mal aux mains. La disponibilité de l'amusement constant ou de la vie dans une autre réalité est séduisante mais tout doit être régulé. Le cerveau est sans cesse exposé aux impulsions diverses et la puissance de l'Internet approfondit sa concentration totale. Si on pense que regarder la vidéo ou faire défiler la page de réseau social sont une forme de relaxation, le contraire est vrai. On consume le nombre d'informations et le cerveau marche constamment. L'Internet nous rend à la portée de main presque tout le temps et l'équilibre entre le repos propre et le temps comme on considère comme le repos est inégale. Cet état peut causer les problèmes avec le sommeil, de la concentration sur une tâche etc. Ce qui affecte la santé physique et de même la disposition mentale. Parmi les conséquences sociales, on peut nommer l'isolement, l'absence de relations amoureuses ou les mauvaises notes à l'école.

Observons les chiffres concrets pour la France. Selon l'étude *Junior Connect 2017* [125], les enfants de l'âge 1-6 ans passent 4 heures 37 minutes sur l'Internet par semaine, les 7-12 ans passent 6 heures 10 minutes sur l'Internet par semaine et pour les 13-19 ans ça fait 15 heures 11 minutes par semaine. L'étude confirme que la consommation des vidéos explose, notamment via YouTube, 96% des adolescents y regardent les vidéos. Le 64% des 11-18 ans ont un appareil numérique en permanence avec eux et 35% entre eux se réveillent pour le consulter [123]. L'article sur la cyberdépendance [127] dit que deux sur trois Français se connectent tous les jours et le temps passé sur la toile est de 1 heure 28 minutes en moyenne. Alors, il est évident que la société fait face à la nouvelle maladie de la cyberdépendance. Cette dépendance numérique est un sujet assez nouveau et la société doit trouver un traitement propre pour ce problème.

6.4. La sécurité sur l'Internet

Il existe beaucoup de conseils pour le comportement sans danger sur l'Internet parce que notre vie quotidienne demande l'interaction avec l'Internet et le partage de nos données personnelles est nécessaire. L'activité sur les réseaux sociaux, le courriel électronique ou l'achat sur le magasin en ligne, ce sont les exemples des activités quand l'utilisateur est forcé de donner certaines informations personnelles à l'exploitant d'un service concret. Ces services

facilitent notre vie chaque jour. Donc, quelle est la question à poser ? Comment, les internautes peuvent profiter de services de l'Internet sans danger ? Dans les paragraphes suivants, on va examiner les dangers de l'Internet et certains conseils pour le comportement sans danger.

Premièrement, on va observer les dangers de l'Internet. À première vue l'Internet est bénéfique pour la société mais à bien considérer les choses il est aussi plein des dangers qui sont associés à son utilisation. Le groupe qui se trouve le plus en danger est celui des enfants. Ils ne sont pas conscients des pièges qui sont cachés sur l'Internet. Mais paradoxalement les enfants sont capables de s'orienter sur le Web beaucoup mieux en comparaison de leurs parents. Toutefois leur distinction de la réalité est encore en développement et les parents sont responsables d'eux et des contenus que les enfants regardent.

Si on parle des réseaux sociaux, il est demandé de créer un profil avec les données personnelles. Il y a une restriction de l'âge mais on peut facilement falsifier la date de naissance et mettre l'année qui permet de créer le profil et l'accès sur le site. *Facebook* demande l'âge minimal de 13 ans, mais il n'a pas un pouvoir pour contrôler si les données sont vraies. Donc, il est assez normal de trouver les profils des enfants sur les réseaux sociaux comme *Facebook*. Selon *l'Étude 2019 de Génération Numérique* [123], il y avait 56% des 11-12 ans qui ont un compte sur un réseau social. Le problème qui s'enchaîne à leur présence sur le site est qu'ils ne reconnaissent pas quelles informations peuvent être partagées avec les autres usagers et quelles doivent rester privées. Leur naïveté et le manque d'expérience les rendent vulnérables auprès des prédateurs numériques. La communication sur l'Internet permet la connexion des gens inconnus et il est difficile de s'identifier qui est assis derrière l'écran de l'ordinateur. Si c'est un enfant de même âge, un adolescent ou un adulte. Selon *l'Étude 2019 de Génération numérique* en France [123], le 18 % des 11-18 ans déclarent qu'ils ont déjà rencontré un problème sur les réseaux. La moitié des problèmes rencontrés sont avec des inconnus. Mais les principaux problèmes et soucis des 11-18 ans sur l'Internet : ennuyé ou harcelé (25%), commentaires ou blagues (23%), compte piraté (22%).

D'une autre perspective l'Internet est un espace vraiment libre où sont partagés non seulement les articles inspirants, les belles photos, les vidéos amusantes ou les documents utiles, mais aussi les vidéos et les photos qui portent le message violent, inopportun ou sexuel, les commentaires peuvent devenir insultants et blessants pour l'auteur ou l'internaute intéressé dans la discussion. Donc, les réseaux sociaux peuvent devenir un champ de bataille des opinions divers étant donné que les contributions sur l'Internet excitent la discussion et les interactions d'échange d'opinions. Mais souvent les publications sur l'Internet, sur les réseaux sociaux peuvent devenir un objet du détournement.

Pour citer un exemple, les enfants partagent souvent tout ce qu'ils considèrent intéressant souvent sans penser aux conséquences. S'ils ont un camarade de classe qu'il veut ridiculiser, les publications sur les réseaux sociaux peuvent arriver comme une source d'information convenable. La tracasserie physique ou verbale à l'école peut développer dans le cyber harcèlement qui est étroitement connecté avec l'usage de l'Internet ([11], p.120).

De plus l'Internet est plein de personnes qui veulent profiter du mal des autres. Les vols de données personnelles, des données d'accès ou de l'identité complète, rien n'est exclu. L'activité criminelle forme bien sûr la partie de l'Internet. Le magasin numérique faux qui essaie de tromper ses clients. Les possibilités sont nombreuses et les gens qui s'orientent bien dans le fonctionnement de l'Internet, connaissent ses défauts et veulent profiter de cette disposition trouvent toujours une nouvelle voie pour exploiter les autres. Donc, les internautes doivent agir et se mouvoir dans le milieu numérique avec la prudence.

La continuation logique de cette situation décrite sera l'esquisse des précautions et des conseils comment se comporter sur l'Internet et minimaliser les dangers et les risques. Il faut dire que l'Internet et ses services arrivent à être la partie intégrante de la vie quotidienne de presque chacun. Mais les services utilisés sont divers pour chaque internaute.

Si on prend par exemple les réseaux sociaux qui sont l'objectif majeur de cette mémoire de licence, l'individu qui décide de créer un profil sur un réseau social doit fournir le réseau des données personnelles comme le nom, l'âge, l'adresse électronique/email etc. Il est opportun de donner le minimum des informations personnelles. Avec la création du compte sur le réseau, l'utilisateur accorde les conditions de l'usage de compagnie qui le site exerce. C'est la raison pour laquelle les enfants moins âgés possèdent aussi le compte sur le réseau. Le risque majeur des réseaux sociaux est le partage d'informations. Chacun a le pouvoir de décider ce qu'il va partager. Les sites offrent les possibilités de protéger le privé par l'ajustage de profil.

Concrètement, sur *Facebook* vous pouvez choisir si votre profil sera public ou privé, puis avec les photos ou les statuts, vous pouvez les partager avec le groupe précis, avec vos amis ou le public. Mais la prudence est en place parce que le contenu enregistré sur l'Internet reste toujours sur le site. Alors, il est important de réfléchir bien ce que l'on va partager sur le Web. De plus, la compagnie qui possède actuellement les informations sur l'individu peut les fournir aux autres compagnies pour personnaliser les publicités qui sont affichées sur la page de site. Ce sont les outils qui s'appellent des cookies (témoins de connexion) qui suivent à vos traces d'activité.

L'autre recommandation est de bien choisir les gens avec lesquelles on communique sur les réseaux sociaux ou par email. L'enfant ou l'adulte ont le droit de refuser communiquer

avec quelqu'un qui les ennuie. La communication en ligne cache un danger en forme de virus peut être caché dans la message électronique ou dans la pièce jointe. Le virus peut s'infiltrer dans un ordinateur et voler les informations privées, les photos ou détruire l'outil. Il est recommandé ne pas ouvrir les messages des gens inconnus ou celles qui ressemble au pourriel.

Il est profitable d'avoir le mot de passe long, fort et constitué des divers symboles et l'actualiser fréquemment. De plus, utiliser des mots de passe différents pour des sites différents et les adresses email diverses pour la communication avec les amis et avec les enseignants ou les patrons. Il est conseillé d'effacer les historiques de navigation régulièrement et vérifier quelles informations personnelles sont accessibles si l'un tape son nom dans le moteur de recherche. Pour ne pas perdre de données, il est profitable de créer une sauvegarde si sur un disque externe ou sur un centre de stockage en ligne. C'est un sommaire des conseils les plus cités aux pages qui se focalisent sur la sécurité dans l'espace numérique, plus précisément : *bezpecnyinternet.cz* [122], *educnum.fr* [119] et le livre *Bezpečně online* [13] Mais dans le milieu français, il existe plusieurs sites qui se concentrent sur la problématique de la sécurité sur l'Internet. Par exemple : le site *Internet responsable*³, *Educnum – éducation numérique pour tous*⁴ ou *Internet sans crainte*⁵.

Pour conclure ce sous-chapitre, il est important de réaliser que l'anonymité sur l'Internet n'est pas garantie et le comportement de chaque usager devrait être responsable. Les dangers sont cachés dans la communication en ligne ou dans le comportement des usagers sur l'Internet. Il faut être prudent, ne pas partager toutes les informations personnelles et vérifier la crédibilité des informations lues.

³ <http://eduscol.education.fr/internet-responsable/>

⁴ <https://www.educnum.fr/>

⁵ <http://www.internetsanscrainte.fr/>

La conclusion

Pour conclure ce mémoire de licence, il faut dire qu'il illustre le phénomène de l'Internet 2.0 du point de vue général mais il essaie de concrétiser les constatations générales par les exemples concrets qui vient du milieu français et dans certains chapitres par les exemples des pays francophones qui aident à apporter une image plus détaillée de la situation. Les statistiques qui comparent l'emploi de l'Internet en France et en République tchèque présentent l'expansion de ce phénomène.

Il faut mentionner que l'Internet a subi beaucoup de progrès de ses premiers pas et sa forme d'aujourd'hui n'est pas sa version finale. Le fait qu'il influence la vie des gens de plus en plus est évident. Les gens l'utilisent soit au travail soit comme un outil de divertissement. Il a gagné la position dans la vie de l'homme moderne et son importance est indiscutable ce qui est exemplifié par les statistiques montrées dans ce mémoire.

L'histoire de ce réseau commencé dans le siècle dernier aux États-Unis et de ce moment-là, il a permis aux gens de profiter des divers services comme les achats en ligne, la communication à la distance etc. Il a interconnecté le monde. Mais la France avait son propre précurseur de l'Internet, un appareil Minitel qui a permis aux usagers les fonctionnes similaires. Mais avec la globalisation et l'introduction de l'Internet en France, le Minitel a perdu sa position.

Les possibilités à accéder sur l'Internet sont nombreuses et les outils qui permettent les ordinateurs ou les smartphones de visualiser le contenu de Web s'appellent les navigateurs ou les moteurs de recherche. La France suivre la tendance de l'utilisation des navigateurs et moteurs de recherche le plus connu comme *Google Chrome* et *Google*, mais le moteur de recherche local *Qwant* est aussi utilisé fréquemment.

Le terme l'Internet 2.0 est spécifique dans son orientation vers l'internaute. Il rend possible non seulement l'obtention des informations par la lecture mais aussi la création active des contenus de site par les internautes. L'un des représentants de ce trait est le phénomène des réseaux sociaux. Ils laissent les internautes de créer leur compte personnel et de partager les informations avec les autres usagers. Dans l'échelle de réseaux le plus populaires domine le site comme *Facebook* ou *YouTube* qui sont accessibles dans plusieurs mutations linguistiques et ramassent les usagers autour du monde. Il est remarquable comment le site du partage des vidéos comme *YouTube* est devenu aussi un business immense. Les créateurs gagnent de l'argent par l'enregistrement de vidéo et deviennent les célébrités pour les enfants et les adolescents. Citons les exemples des youtubeurs français : *Norman fait des vidéos*, *Natoo*,

Cyprien, Andy, EnjoyPhoenix, Squeezie. Mais les vidéastes ne sont pas les seuls qui gagnent par la publicité sur l'Internet, les blogueurs et les blogueuses comme *Coline, et pourquoi pas* ou *Comme un camion*, sont aussi membres de cette catégorie.

Ce qui est aussi intéressant, c'est la plénitude des réseaux sociaux locaux – *Viadeo, Vie de Merde* ou *Dailymotion*. Ils se focalisent sur un élément attractif et essaient de créer la communauté des gens qu'ils partagent cet intérêt. Ils ne disposent pas de tel nombre de visites comme les réseaux internationaux mais ils aspirent à survivre sur le niveau local et donner à leurs usagers un service compréhensible et utile. Avec l'apparition de l'Internet et la communication en ligne la langue a subi un certain changement aussi. La rapidité de la communication demande les expressions courtes et claires. L'émergence des abréviations et les frimousses dans la communication illustrent cette demande.

En outre, l'Internet offre les possibilités éducatives immenses. Il existe beaucoup de sites qui se concentrent sur l'éducation. Certains réunissent les enseignants, les autres produisent les matériels pour l'autoéducation ou l'offrent le cours en ligne. Il y en a beaucoup est certains exemples comme *ilscollective.com* ou *françaisfacile.com* sont mentionnés dans ce mémoire de licence.

Dernièrement, l'Internet est aussi plein de dangers et de menace. Il faut être attentif si les informations produites viennent de source de confiance, si nos données personnelles ne sont pas volées ou abusées ou si la personne avec qui nous communiquons ne veut pas nous heurter. Le groupe qui est le plus prédisposé à ces dangers est celui des enfants qui ne possèdent pas d'expérience avec le mauvais comportement et ils sont naïfs. Il existe un fichier avec les règles pour le comportement sans danger sur l'Internet comme par exemple *10 conseils de la CNIL pour rester Net sur le Web* [119] mais la responsabilité reste sur les parents.

Enfin, constatons que vu l'immensité de l'Internet, ce mémoire n'a pas pu se centrer sur tous les sujets y liées. Pourtant, les informations présentées peuvent servir comme une inspiration comment l'Internet fonctionne, quels services il offre mais de même quels dangers y sont cachés et comment certains matériels peuvent être utilisés dans le métier de l'enseignant.

Résumé

Tato bakalářská práce seznamuje čtenáře s fenoménem moderní doby zvaným internet. Přesněji řečeno se věnuje pojmu Internet 2.0, tedy internetu druhé generace, ve Francii. Práce si dává za cíl vytvořit ucelený obraz tohoto fenoménu. Pro srovnání některých situací porovnává práce údaje z francouzského prostředí s těmi z prostředí českého pro lepší proniknutí do dané tematiky.

V první části práce přibližuje čtenáři historický vývoj internetu a jeho francouzského předchůdce, kterým byl přístroj Minitel. Tyto dvě služby jsou poté porovnány, aby čtenář pochopil, co vedlo k pádu Minitelu a k současné dominanci internetu. Jsou zde také porovnány rozdíly mezi internetem první a druhé generace, kvůli vysvětlení specifik webu druhé generace, na který se hlavně zaměřuje. Po tomto historickém a terminologickém úvodu pokračuje práce popisem přístupu k internetu a srovnává využití jednotlivých webových prohlížečů a vyhledávačů celosvětově a ve Francii.

Po této technologické odbočce se práce vrací k jedné ze služeb, která je typická pro internet druhé generace a tím jsou sociální sítě. Ty se v dnešní době staly velmi vyhledávanou formou trávení volného času na internetu, ale i zdrojem pracovní náplně. Je zde vysvětleno, co přesně pojem sociální síť znamená, a uvedeny jsou i příklady některých mezinárodně populárních sítí. Blíže se pak práce zaměřuje na dvě celosvětově nejpoužívanější sítě, jimiž jsou *Facebook* a *YouTube*. Tento popis doplňují ukázky lokálních sociálních sítí, které fungují ve Francii, v České republice a ve frankofonních zemích. Poslední zmínkou v této kapitole jsou blogy, jejichž tvůrci jsou úzce propojeni se sociálními sítěmi. Ačkoli většinou vytvářejí svůj vlastní obsah na blozích, se svými fanoušky a podporovateli komunikují převážně skrze sociální síť.

V návaznosti na sociální sítě je uvedena kapitola o jazyku internetu. Zde je doloženo, jak internet ovlivňuje komunikaci mezi lidmi. Převážně tím, že podporuje vznik zkratk, nových slov a používání smajlíků. V neposlední řadě se práce zabývá způsoby, jakými mohou uživatelé internetu získávat přístup ke vzdělávání. Navrhuje některé stránky, které mohou sloužit jako zdroje inspirace pro učitele a komunitní stránky, kde mohou učitelé sdílet své vytvořené materiály. Možnosti, jak se vzdělávat na internetu jsou četné a práce je tudíž pouhým náhledem do této tematiky.

Poslední kapitola obsahuje soubor kritický pohledů na současný internet. Práce uvádí některé problémy spojené s užíváním internetu spolu s určitými pravidly, jak se na internetu pohybovat bezpečně.

V závěru práce jsou shrnuty podaná zjištění a vytváří krátký přehled zmíněných informací. Mezi hlavní cíle práce patřilo představit podobu současného internetu v kontextu francouzské společnosti. Jak z výsledků sledování můžeme soudit, internet je velmi široký prostor, který je v dnešní době hojně využíván jak pro pracovní příležitosti či vzdělávání, tak i pro trávení volného času, a proto je velmi důležité vědět, na co může uživatel narazit a čemu by se měl raději vyvarovat. Práce je věnována vybraným tématům užívání internetu a v tomto ohledu může sloužit jako inspirace nejen pro zájemce o tuto problematiku, ale i pro každého uživatele internetu.

Bibliographie

- [1] ANDERRUTHY, Jean-Noël. *Web 2.0.: (R)évolutions et nouveaux services d'Internet*. St. Herblain. Eni Editions, 2007. ISBN 978-2-7460-3497-6.
- [2] ERTZSCHEID, Olivier. *Créer, trouver et exploiter les blogs*. 2.vyd. Paris: ADBS éditions, 2008. ISBN 9782843651021.
- [3] HAN, Sam. *Web 2.0*. New York, NY: Routledge, 2011. ISBN 978-0-415-78039-1.
- [4] LEFEBVRE, Alain. *Les Réseaux Sociaux: Pivot de l'Internet 2.0*. Paris: MM2 Editions, 2005. ISBN 2-9520514-8-8.
- [5] LEVARD, Olivier a Delphine SOULAS. *Facebook: mes amis, mes amours...des emmerdes ! : La vérité sur les réseaux sociaux*. Paris: Michalon Éditions, 2010. ISBN 978284865178.
- [6] LILEN, Henri. *Dictionnaire informatique.& numérique*. Paris: First-Gründ, 2011. ISBN 9782754025621
- [7] NAUMANN, Friedrich. *Dějiny informatiky: od abaku k internetu*. Praha: Academia, 2009. Galileo. ISBN 978-802-0017-307.
- [8] RINCÉ, Jean-Yves. *Le Minitel*. Paris: Presses Universitaires de France, 1990. ISBN 2 13 043233 6.
- [9] RISSOAN, Romain. *Les réseaux sociaux Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Google+ : Comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication*. 2.vyd. St. Herblain: Eni Editions, 2011. ISBN 978-2-7460-6871-1.
- [10] ROWELL, Rebecca. *YouTube: the company and its founders*. Edina, Minnesota: ABDO Publishing Company, 2011. ISBN 978-1-61714-813-2.
- [11] ŠEVČÍKOVÁ, Anna. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada, 2014. Psyché (Grada). ISBN 978-802-4750-101.
- [12] ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton, 2003. Psychologická setkávání. ISBN 80-725-4360-1.
- [13] STOWELL, Louie. *Bezpečně online*. Praha: Svojk & Co., 2017. ISBN 978-802-5620-830.
- [14] VIET, Jean-Baptiste. *YouTubeur : Créer des vidéos et des millions de vues sur YouTube*. Paris. Eyrolles, 2016. ISBN 978-2-212-56560-7.

Sources Internet

Chapitre 1 : L'Internet

- [15] BAILLY, Adele. Histoire d'internet et son évolution. In: *MBA Digital Marketing & Business* [online]. 22.12.2016 [cit. 2019-02-05]. Dostupné z: <http://www.mbadmb.com/2016/12/22/histoire-internet-evolution/>
- [16] BEDNÁŘ, Martin. Historie vzniku internetu. In: *O Webu.cz* [online]. 09.07.2007 [cit. 2019-02-01]. Dostupné z: <http://owebu.blogger.cz/Internet/Historie-vzniku-internetu>
- [17] Définition Internet. In: *Linternaute.fr: Dictionnaire francais* [online]. [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/internet/>
- [18] Définition Web. In: *Linternaute.fr: Dictionnaire francais* [online]. [cit. 2019-02-04]. Dostupné z: <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/web/>
- [19] HENNO, Jacques. *Internet* [online]. Paris: Le Cavalier Bleu, 2001 [cit. 2019-02-04]. ISBN 2-84670-022-2. Dostupné z: <https://www.amazon.com/internet-Jacques-Henno/dp/2846700222>
- [20] HOSCH, William L. Web 2.0. In: *ENCYCLOPÆDIA BRITANNICA* [online]. [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Web-20>
- [21] HOUSER, Pavel. Historie Internetu v datech. In: *SCIENCE mag.cz* [online]. 07.02.2017 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://sciencemag.cz/historie-internetu-v-datech/>
- [22] How the Internet Was Invented: The History of the Internet, Part 1. In: *YouTube* [online]. Kanál uživatele : SciShow, 01.03.2017 [cit. 2019-02-01]. Dostupné z: <https://www.YouTube.com/watch?v=1UStbvRnwmQ>
- [23] How the Web Became a Thing: The History of the Internet, Part 2. In: *YouTube* [online]. Kanál uživatele : SciShow, 29.03.2017 [cit. 2019-02-01]. Dostupné z: <https://www.YouTube.com/watch?v=1CsPHKJWiw0>
- [24] Internet. In: *Larousse: Encyclopédie* [online]. [cit. 2019-03-15]. Dostupné z: <https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/Internet/125060>
- [25] JESTIN, Joel. Web 2.0: Révolutions et nouveaux service d'Internet. In: *Cher Client* [online]. 29.11.2007 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <http://www.cherclient.com/articles/web-reseaux-sociaux/web-2-0-revolutions-et-nouveaux-services-dinternet>

- [26] KELLY, Stanley. Web 1.0 to Web 3.0: Evolution of the Web and its various challenges. In: *Slide Player* [online]. 26.08.2015 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://slideplayer.com/slide/9109381/>
- [27] LAVALLEE, Ivan. LES PRÉCURSEURS D'INTERNET. *Revue Progressistes: Science, Travail & Environnement* [online]. 14.03.2015, (6) [cit. 2019-02-01]. Dostupné z: <https://revue-progressistes.org/2015/03/14/les-precursseurs-dinternet-ivan-lavallee/>
- [28] Minitel. In: *Minitel* [online]. [cit. 2019-02-20]. Dostupné z: <https://www.minitel.fr/>
- [29] Minitel. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2019 [cit. 2019-02-01]. Dostupné z: <https://fr.wikipedia.org/wiki/Minitel#Bibliographie>
- [30] MOUNIER-KUHN, Pierre. Développement du réseau Internet. In: *Encyclopædia Universalis* [online]. [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: <https://www.universalis.fr/encyclopedie/developpement-du-reseau-internet/>
- [31] O'REILLY, Tim. What Is Web 2.0. In: *O'Reilly* [online]. 30.09.2005 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>
- [32] RESTOUX, Mikaël. Minitel 1: France 1982. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 0019n. 1., 26.06.2007 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/6d/Minitel_1.JPG
- [33] REYNAUD, Michel. Minitel 12. In: *Orange: Médiatheque* [online]. [cit. 2019-04-02]. Dostupné z: https://mediatheque.orange.com/en/mediacenter/All-images/History/Minitel-12_3
- [34] SCHOFIELD, Hugh. Minitel: The rise and fall of the France-wide web. *BBC News: Magazine* [online]. 28.02.2012, , <https://www.bbc.com/news/magazine-18610692> [cit. 2019-02-01]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/magazine-18610692>
- [35] The Data Explosion: The History of the Internet, Part 3. In: *YouTube* [online]. Kanál uživatele : SciShow, 19.04.2017 [cit. 2019-02-01]. Dostupné z: https://www.YouTube.com/watch?v=eYkXD_cGUYU
- [36] Web 1.0 Definition: The Interactive Glossary. In: *WEBSITE BUILDERS.COM* [online]. [cit. 2019-02-22]. Dostupné z: <https://websitebuilders.com/how-to/glossary/web1/>
- [37] Web 2.0 Definition: The Interactive Glossary. In: *WEBSITE BUILDERS.COM* [online]. [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://websitebuilders.com/how-to/glossary/web2/>
- [38] World Wide Web. In: *ENCYCLOPÆDIA BRITANNICA* [online]. [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/World-Wide-Web>

Chapitre 2 : L'accès sur Internet et Web

- [39] Browser Market Share France. In: *Statcounter: Global Stats* [online]. [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <http://gs.statcounter.com/browser-market-share/all/france/#monthly-201802-201902-bar>
- [40] Browser Market Share Worldwide. In: *Statcounter: Global Stats* [online]. [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <http://gs.statcounter.com/browser-market-share#monthly-201802-201902-bar>
- [41] History of Search Engines: From 1945 to Google Today. In: *Search Engine History* [online]. [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <http://www.searchenginehistory.com/>
- [42] Les navigateurs Internet les plus utilisés à travers le monde. In: *L'atlas sociologique mondial: Revue : Technologies* [online]. 10.2.2017 [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <https://atlasocio.com/revue/technologies/2017/les-navigateurs-internet-les-plus-utilises-a-travers-le-monde.php>
- [43] LOUBIÈRE, Paul. Qwant lève des fonds et des doutes. In: *Challenges.fr: Challengesoir* [online]. 02.02.2017 [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: https://www.challenges.fr/challenges-soir/qwant-le-petit-moteur-de-recherche-qui-defie-google_451934
- [44] MERRY, Louise. A (brief) history of search. In: *The Telegraph: Spark Marketing guides* [online]. 20.12.2017 [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <https://www.telegraph.co.uk/branded-content/marketing-guides/brief-history-of-search-engines/>
- [45] PAISTEL, Coline. Sept moteurs de recherche pour changer de Google. *L'Ouest France Magazine: Édition du soir* [online]. 26.09.2018 [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <https://www.ouest-france.fr/leditiondusoir/data/34541/reader/reader.html#!preferred/1/package/34541/pub/49867/page/17>
- [46] Search Engine Market Share France. In: *Statcounter: Global Stats* [online]. [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <http://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/france/#monthly-201802-201902-bar>
- [47] Search Engine Market Share Worldwide. In: *Statcounter: Global Stats* [online]. [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <http://gs.statcounter.com/search-engine-market-share#monthly-201802-201902-bar>

[48] SIMONNOT, Brigitte. Histoire des moteurs. In: *Encyclopædia Universalis* [online]. [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <https://www.universalis.fr/encyclopedie/moteurs-de-recherche/2-histoire-des-moteurs/https://www.universalis.fr/encyclopedie/moteurs-de-recherche/2-histoire-des-moteurs/>

Chapitre 3 : Les réseaux sociaux

[49] Algerian *YouTubers* Awards: La Compétition qui réunit le meilleur du Web algérien. In: *Intymag* [online]. [cit. 2019-02-19]. Dostupné z: <https://intymag.com/algerian-YouTubers-awards-competition-reunit-meilleur-web-algerien/>

[50] ASCHIERI, Gérard a Agnès POPELIN. Réseaux sociaux numériques : comment renforcer l'engagement citoyen ? : COMMENT LES RÉSEAUX SOCIAUX SE SONT IMPOSÉS EN UNE DÉCENNIE ?. In: *Conseil économique, social et environnemental* [online]. 20.01.2017 [cit. 2019-02-13]. Dostupné z: https://www.lecese.fr/sites/default/files/pdf/Avis/2017/2017_01_r%C3%A9seauxsociaux.pdf

[51] Autorská práva na *YouTube*. In: *YouTube: Autorská práva*[online]. [cit. 2019-02-14]. Dostupné z: <https://www.YouTube.com/intl/cs/yt/about/copyright/#support-and-troubleshooting>

[52] Baromètre du numérique: Edition 2017. In: *Le portail de l'Économie, des Finances, de l'Action et des Comptes publics: Conseil général de l'économie (CGE)* [online]. 27.11.2017 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cge/Actualites/barometre-numerique-edition-2017.pdf

[53] Baromètre du numérique: édition 2018. In: *Le portail de l'Économie, des Finances, de l'Action et des Comptes publics: Conseil général de l'économie (CGE)* [online]. 03.12.2018 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cge/Rapports/Rap2018/Barometre_numerique_2018.pdf

[54] BAROMÈTRE DU NUMÉRIQUE: Infographie - Édition 2017. In: *Le portail de l'Économie, des Finances, de l'Action et des Comptes publics: Conseil général de l'économie (CGE)* [online]. 27.11.2017 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cge/Actualites/2017_11_27_Infographie.pdf

[55] BAROMÈTRE DU NUMÉRIQUE: Infographie 1- Édition 2018. In: *Le portail de l'Économie, des Finances, de l'Action et des Comptes publics: Conseil général de l'économie (CGE)* [online]. 03.12.2018 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z:

https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cge/Rapports/Rap2018/Barometre_numerique_2018-Infographie1.pdf

- [56] BAROMÈTRE DU NUMÉRIQUE: Infographie 2 - Édition 2018. In: *Le portail de l'Économie, des Finances, de l'Action et des Comptes publics: Conseil général de l'économie (CGE)* [online]. 03.12.2018 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cge/Rapports/Rap2018/Barometre_numerique_2018-Infographie2.pdf
- [57] Belgian Food Blog Award. In: *Belgian Food Blog Awards* [online]. [cit. 2019-02-19]. Dostupné z: <http://belgianfoodblogawards.be/>
- [58] Belgian Tube Days. In: *Belgian Tube Days* [online]. [cit. 2019-02-19]. Dostupné z: <https://www.belgiantubedays.be/>
- [59] BOITTIAUX, Pascaline. Les Français sur *YouTube*. In: *Statista.fr* [online]. 02.03.2017 [cit. 2019-02-16]. Dostupné z: <https://fr.statista.com/infographie/8356/les-francais-sur-YouTube/>
- [60] COÛFFÉ, Thomas. Les 50 chiffres à connaître sur les médias sociaux en 2018. In: *Blog du Modérateur* [online]. 28.11.2017 [cit. 2019-02-16]. Dostupné z: <https://www.blogdumoderateur.com/50-chiffres-medias-sociaux-2018/>
- [61] Comment les réseaux sociaux fonctionnent-ils ?. In: *YouTube: Kanál uživatele : Les SES en vidéos* [online]. 09.10.2015 [cit. 2019-02-09]. Dostupné z: <https://www.YouTube.com/watch?v=1mhXiqnHu14>
- [62] Cyprien, Norman, EnjoyPhoenix : le business trouble des *YouTubeurs*. *Le Monde* [online]. 09.11.2015 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: https://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/11/09/cyprien-norman-enjoyphoenix-les-bonnes-affaires-des-YouTubeurs_4805990_4408996.html
- [63] Czech Social Awards. In: *Czech Social Awards* [online]. [cit. 2019-04-15]. Dostupné z: <https://czechsocialawards.cz/>
- [64] Définition Réseau social. In: *Linternaute.fr: Dictionnaire francais* [online]. [cit. 2019-02-09]. Dostupné z: <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/reseau-social/#definition>
- [65] *Facebook: Company Info*. In: *Facebook: Newsroom* [online]. [cit. 2019-02-09]. Dostupné z: <https://newsroom.fb.com/company-info/>
- [66] GUILHEM, Agathe. *YouTube* : pourquoi les ados sont-ils accros ?. In: *Bayard* [online]. 30.01.2017 [cit. 2019-02-04]. Dostupné z: <https://www.bayard-jeunesse.com/actualites/YouTube-pourquoi-les-ados-sont-ils-accros/>

- [67] HAYDEN, Beth a Rafal TOMAL. A History of Social Media: Infographic. In: *Copyblogger*[online]. 19.10.2012 [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <https://www.copyblogger.com/history-of-social-media/>
- [68] CHAPON, Benjamin. VIDEO. Vincent Manilève: «Mettre des vidéos sur *YouTube*, ce n'est pas un métier viable, les *YouTubeurs* professionnels sont très rares». In: *20 Minutes* [online]. 25.05.2018 [cit. 2019-01-28]. Dostupné z: <https://www.20minutes.fr/arts-stars/web/2277575-20180525-video-vincent-manileve-mettre-videos-YouTube-metier-viable-YouTubeurs-professionnels-tres-rares>
- [69] Individuals - internet activities: Participating in social networks. In: *Eurostat* [online]. [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?query=BOOKMARK_DS-053730_QID_311E83D4_UID_-3F171EB0&layout=INDIC_IS,L,X,0;GEO,L,Y,0;UNIT,L,Z,0;IND_TYPE,L,Z,1;TIME,C,Z,2;INDICATORS,C,Z,3;&zSelection=DS-053730INDICATORS,OBS_FLAG;DS-053730TIME,2018;DS-053730UNIT,PC_IND;DS-053730IND_TYPE,IND_TOTAL;&rankName1=UNIT_1_2_-1_2&rankName2=INDICATORS_1_2_-1_2&rankName3=IND-TYPE_1_2_-1_2&rankName4=TIME_1_0_1_0&rankName5=INDIC-IS_1_2_0_0&rankName6=GEO_1_2_0_1&rStp=&cStp=&rDCh=&cDCh=&rDM=true&cDM=true&footnes=false&empty=false&wai=false&time_mode=ROLLING&time_most_recent=true&lang=EN&cfo=%23%23%23%2C%23%23%23.%23%23%23
- [70] LAW, John. Creators, artists recognized at 2nd Niagara Socials Awards. In: *The Standard* [online]. 09.12.2018 [cit. 2019-02-19]. Dostupné z: <https://www.stcatharinesstandard.ca/news-story/9073675-creators-artists-recognized-at-2nd-niagara-socials-awards/>
- [71] Le Royaume du Web. In: *Royaume du Web*[online]. [cit. 2019-02-19]. Dostupné z: <https://royaumeduweb.ch/pratique>
- [72] Level of internet acces - households. In: *Eurostat* [online]. [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tin00134&plugin=1>
- [73] Livres *YouTubeurs* Humour. In: *Livres de YouTubeurs* [online]. [cit. 2019-02-19]. Dostupné z: <http://www.livres-videastes.fr/humour/>
- [74] MALLÉN, Bertrand. *YouTube*, Twitch : quand le métier de rêve vire au cauchemar. *Le Monde* [online]. 13.07.2018 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/07/13/YouTube-twitch-quand-le-metier-de-reve-vire-au-cauchemar_5330859_4408996.html
- [75] Maroc Web Awards. In: *Maroc Web Awards*[online]. [cit. 2019-02-19]. Dostupné z: <https://marocwebawards.com/>

- [76] MEURY, David. Swiss Social Video Awards. In: *Radio SRF* [online]. 14.01.2018 [cit. 2019-02-19]. Dostupné z: <https://www.srf.ch/radio-srf-virus/aktuell/swiss-social-video-awards-die-schweizer-YouTube-szene-feiert-sich-und-verleiht-awards>
- [77] Nos enfants sont-ils (trop) influencés par *YouTube*?. In: *BFM avec RMC* [online]. 25.05.2018 [cit. 2019-01-28]. Dostupné z: <https://rmc.bfmtv.com/mediaplayer/video/nos-enfants-sont-ils-trop-influences-par-YouTube-1077663.html>
- [78] Ooredoo lance la nouvelle édition des Tunisia Web Awards 2014. In: *Tunisie numérique* [online]. 06.11.2014 [cit. 2019-02-19]. Dostupné z: <https://www.tunisienumerique.com/ooredoo-lance-la-nouvelle-edition-des-tunisia-web-awards-2014/>
- [79] Quand les *YouTubers* sortent du web pour rencontrer leurs fans. In: *L'Express* [online]. 12.02.2015 [cit. 2019-02-17]. Dostupné z: https://www.lexpress.fr/actualites/1/culture/quand-les-YouTubers-sortent-du-web-pour-rencontrer-leurs-fans_1650847.html
- [80] Quotidien avec Yann Barthes: Premier partie du 6 juin 2018. In: *TF1* [online]. [cit. 2019-01-28]. Dostupné z: <https://www.tf1.fr/tmc/quotidien-avec-yann-barthes/videos/quotidien-premiere-partie-6-juin-2018.html>
- [81] RONFAUT, Lucie. Où sont passés les réseaux sociaux français?. In: *Le Figaro* [online]. 24.05.2016 [cit. 2019-04-15]. Dostupné z: <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2016/05/24/32001-20160524ARTFIG00005-o-sont-passes-les-reseaux-sociaux-francais.php>
- [82] RUTLEDGE, Pamela. How Social Networks Work. In: *Slide Share* [online]. 01.02.2010 [cit. 2019-02-08]. Dostupné z: <https://www.slideshare.net/pamelarutledge/how-social-networks-work-overview-of-network-properties>
- [83] ŠVARCOVÁ, Alžběta. Než přišel *Facebook*. Stručný průvodce historií sociálních sítí. In: *Kvalitní internet* [online]. 14.12.2017 [cit. 2019-03-8]. Dostupné z: <https://www.kvalitni-internet.cz/nez-prisel-Facebook-strucny-pruvodce-historii-socialnich-siti>
- [84] THIVIERGE, Thomas. *YouTube* comme gagne-pain. *LeDroit: Le Mag* [online]. 18.08.2018 [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: <https://www.ledroit.com/le-mag/YouTube-comme-gagne-pain-2f351baa551cd31d17d5e01f1e32fb46>
- [85] Top 10 des blogs lifestyle. In: *Kolsquare* [online]. [cit. 2019-02-26]. Dostupné z: <https://www.kolsquare.com/fr/blog/top-10-blogs-lifestyle>
- [86] Travel Blog Awards 2018: and the winners are... In: *Bloggers UTD* [online]. [cit. 2019-02-19]. Dostupné z: <https://www.bloggersutd.be/winners-2018>

- [87] TREGAN, Nicolas. À la découverte des réseaux sociaux : les blogs. In: *YouTube: Kanál uživatele* : Unow [online]. 19.05.2017 [cit. 2019-02-26]. Dostupné z: <https://www.YouTube.com/watch?v=AZVvjr2HUbI>
- [88] VOČŮ, Ondřej. Když se řekne *YouTube*. *Ikaros: elektronická časopis o informační společnosti* [online]. 2011, 15.(4) [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <https://ikaros.cz/kdyz-se-rekne-YouTube>
- [89] Vyhledávač ikon. In: *Icon Finder* [online]. [cit. 2019-03-19]. Dostupné z: <https://www.iconfinder.com/>
- [90] Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci: za období 2017. In: *Český statistický úřad* [online]. Praha, 2017, listopad 2017 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/46014700/06200417.pdf/a0bd4497-d2b6-450b-95f0-2f70c50786d5?version=1.1>
- [91] Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci: za období 2018. In: *Český statistický úřad* [online]. Praha, 2018, listopad 2018 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/61508128/06200418.pdf/1f14bc58-44b0-4f82-96b9-fd712374ffd5?version=1.1>
- [92] *YouTube Advertising: How it works*. In: *YouTube: Advertising* [online]. [cit. 2019-02-14]. Dostupné z: <https://www.YouTube.com/yt/advertise/how-it-works/>
- [93] *YouTube Creators: Benefits and Awards*. In: *YouTube: Creators* [online]. [cit. 2019-02-14]. Dostupné z: <https://www.YouTube.com/creators/benefits-and-awards/>
- [94] *YouTube pro tisk*. In: *YouTube: Press* [online]. [cit. 2019-02-14]. Dostupné z: <https://www.YouTube.com/intl/cs/yt/about/press/>
- [95] *YouTube: O společnosti*. In: *YouTube* [online]. [cit. 2019-02-14]. Dostupné z: <https://www.YouTube.com/intl/cs/yt/about/>
- [96] *Youtuber d'Histoire: Prix 2018*. In: *Histoire de Lire: Salon du Livre d'Histoire de Versailles* [online]. [cit. 2019-02-18]. Dostupné z: <http://histoiredelire.eu/prix-YouTuber/>
- [97] *Youtuberi a blogeri*. In: *Knihy Dobrovský* [online]. [cit. 2019-02-18]. Dostupné z: <https://www.knihydobrovsky.cz/YouTuberi>
- [98] Žebříček top 100 nejlepších českých a slovenských *Youtuberů*. In: *Youtuberi.tv* [online]. [cit. 2019-02-16]. Dostupné z: <https://www.YouTuberi.tv/top-YouTuberi/>

Chapitre 4 : La langue de l'Internet

- [99] Abrégé du parler jeune. In: *Cladelcroix.mondoblog.org* [online]. 20.07.2016 [cit. 2019-03-19]. Dostupné z: <http://cladelcroix.mondoblog.org/petit-dico-du-parler-jeune/>
- [100] La langage des jeunes et des ados en 2017-2018. In: *Le Curionaute* [online]. 04.02.2017 [cit. 2019-03-19]. Dostupné z: <http://www.lecurionaute.fr/langage-jeunes-ados-2017-lexique-mots-termes-dictionnaire/>
- [101] Le langage des jeunes et ados : le dico pour les parents. In: *Sweetdaddy.fr*[online]. 28.09.2016 [cit. 2019-03-19]. Dostupné z: <http://www.sweetdaddy.fr/langage-jeunes-ados-dico-parents/>
- [102] Lexique des abréviations courantes sur le web !. In: *Mesimplifierlavie.com* [online]. [cit. 2019-03-19]. Dostupné z: <https://www.mesimplifierlavie.com/lexique-des-abreviations-courantes-sur-le-web/>
- [103] Norman - Les Papas. In: *Youtube: Kanál uživatele : Norman fait des vidéos* [online]. 04.03.2016 [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=EZcJEvXmjfY>
- [104] TREPS, Marie. SMS : au secours. In: *Constructif.fr* [online]. [cit. 2019-03-19]. Dostupné z: http://www.constructif.fr/bibliotheque/2005-10/sms-au-secours.html?item_id=2666
- [105] XATARA, Claudia a Maria Cristina PARREIRA DA SILVA. Langage du net et emoticones. In: *Unesp* [online]. [cit. 2019-03-19]. Dostupné z: <https://www.ibilce.unesp.br/Home/Departamentos/LetrasModernas/CRIF/langage-du-net-et-emoticones.pdf>

Chapitre 5 : Web 2.0 comme un outil éducatif

- [106] ASSELIN, Mario. Internet forme, l'éducation se transforme. *Cahiers Pédagogiques: Le Web 2.0 et l'école* [online]. (482) [cit. 2019-03-16]. Dostupné z: <http://www.cahiers-pedagogiques.com/Internet-forme-l-education-se-transforme>
- [107] DEDIEU, Franck. Internet bouleverse-t-il vraiment l'éducation?. *L'Express: Education*[online]. 09.10.2014 [cit. 2019-03-16]. Dostupné z: https://www.lexpress.fr/education/internet-bouleverse-t-il-vraiment-l-education_1571514.html

- [108] JOUINEAU-SION, Caroline a Guillaume TOUZÉ. Apprendre avec le numérique. *Cahiers Pedagogiques* [online]. juin 2012, (498) [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <http://www.cahiers-pedagogiques.com/Apprendre-avec-le-numerique-7939>
- [109] Le numérique à l'école : quel bilan en tirer ?. In: *Contrôle parental et sécurité internet* [online]. 07.09.2017 [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <http://controle-parental-securite-internet.blogspot.com/2017/09/bilan-numerique-ecole.html>

Les liens sur les sites mentionnés dans le chapitre :

- [110] <https://fr.islcollective.com/>
- [111] <https://apprendre.tv5monde.com/fr>
- [112] <https://www.francaisfacile.com/>
- [113] <https://www.lepointdufle.net/p/francais-activites.htm>
- [114] <https://www.bonjourdefrance.com/>
- [115] <https://www.ortholud.com/index.html>
- [116] <https://www.1jour1actu.com/>
- [117] <http://www.wordreference.com/>
- [118] <http://www.quizlet.com/>

Chapitre 6 : L'Internet et les réseaux sociaux de point de vue critique

- [119] 10 conseils de la CNIL pour rester Net sur le Web. In: *Educnum.fr* [online]. [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: https://www.educnum.fr/sites/default/files/atoms/files/affiche_10-conseils-pour-rester-net-sur-le-web_cnil_a1_ok.pdf
- [120] COËFFÉ, Thomas. Chiffres Internet – 2018. In: Blog du Modérateur [online]. 29.08.2018 [cit. 2019-04-15]. Dostupné z: <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-internet/>
- [121] Cyprien répond a vos questions !. In: *Youtube: Kanál uživatele : Cyprien* [online]. 09.10.2013 [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=RjuYWaECIUU>
- [122] Desatero bezpečného internetu. In: *Bezpečný internet* [online]. [cit. 2019-03-18]. Dostupné z: <http://www.bezpecnyinternet.cz/deti/rady-pro-tebe/desatero-bezpecneho-internetu.aspx?kurz=true>

- [123] Étude 2019 sur les pratiques numérique des 11-18 ans. In: *Génération numérique*[online]. janvier 2019 [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <https://asso-generationnumerique.fr/wp-content/uploads/2019/03/Stats-janvier-2019.pdf>
- [124] Google: Zásady bezpečného používání internetu. In: *CNews.cz* [online]. 05.02.2013 [cit. 2019-03-18]. Dostupné z: <https://www.cnews.cz/google-zasady-bezpecneho-pouzivani-internetu/>
- [125] GUILLAUME, Matthieu. Junior Connect' 2017 : les jeunes ont toujours une vie derrière les écrans !. In: *Ipsos* [online]. 14.03.2017 [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <https://www.ipsos.com/fr-fr/junior-connect-2017-les-jeunes-ont-toujours-une-vie-derriere-les-ecrans>
- [126] Internet Sans Crainte: Donnons aux jeunes la maîtrise de leur vie numérique !. In: *Internet Sans Crainte* [online]. [cit. 2019-03-18]. Dostupné z: <http://www.internetsanscrainte.fr/>
- [127] La cyberdépendance. In: *Institut fédératif des addictions comportementales* [online]. [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <http://www.ifac-addictions.fr/la-cyberdependance.html>
- [128] Le Guide du Bon Sens Numérique. In: *Axa prévention* [online]. [cit. 2019-03-18]. Dostupné z: https://prevention.cdn.axa-contento-118412.eu/prevention%2F06bc42b3-0a32-48b9-baa7-2d2d9d48cd64_axa-prevention_bon-sens-numerique.pdf
- [129] MASSE, Jeanne. Emma CakeCup, Natoo... Quand les youtubeurs sont suivis jusqu'à leur domicile par des fans. In: *Télé-Loisirs*[online]. 20.10.2016 [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <https://www.programme-tv.net/news/buzz/96850-emma-cakecup-natoo-quand-les-youtubeurs-sont-suivis-jusqu-a-leur-domicile-par-des-fans/>