**Analyse de texte 1 « Culture Numérique »**

**Pascal Ricaud, Nozha mati, « Numérisation de la radio : effets sur les pratiques des professionnels de l’information et la participation des publics »**

**(Revue *Les enjeux de l’information et de la communication,* 2017/2, N°18/2, pp. 33-46)**

Certains modes de participation des auditeurs s’inscrivent dans une tradition renouvelée, réorganisée notamment à travers l’usage de réseaux sociaux, comme on peut l’observer par exemple à propos des correspondants locaux des (web)radios communautaires (Ricaud, 2015). Les réseaux sociaux permettent alors une prise directe et « permanente » avec le local. Et l’exemple des diasporas, à propos des webradios tunisiennes (Smati, 2013), permet de mieux saisir toute l’importance de ce rapprochement avec le territoire d’origine.

Des correspondants locaux connectés, des auxiliaires d’information régulièrement sollicités, des informateurs occasionnels répondant à des appels à témoignage de la part des médias eux-mêmes ou livrant spontanément des photos, des vidéos moyennant rétribution ; tout cela n’est finalement pas si nouveau, si on excepte le fait qu’ils disposent de nos jours de moyens technologiques autrement plus efficaces en termes de captation, de communication et de diffusion.

(…)

Les différents contributeurs réguliers à l’information, ou « intermédiateurs », se distinguent de tous ceux qui, plus ou moins anonymes, apportent une participation non rétribuée et non sollicitée assimilable à un *digital labor* (Cardon et Casili, 2015) (dont elle remplit toutes les conditions de production, d’encadrement/ imposition de contraintes de production et d’évaluation/ valorisation), en apportant de manière consciente une information, une définition, une correction… La dimension participative de ces nouveaux modes de contribution reste à analyser au-delà des poncifs d’une « agora virtuelle » ou d’un nouvel « espace public médiatique ». Chaque participant est le chaînon plus ou moins anonyme d’une chaîne de l’information dont il ne maîtrise rien ou si peu finalement. Certains seront fascinés par l’audience que leur offre les réseaux sociaux et la perspective d’être repris, cités dans les médias réputés les plus sérieux. Une célébrité acquise le temps d’une traînée de poudre informationnelle n’excédant pas un ou deux jours le plus souvent.

**Webographie**

**Pour restitution et discussion**

<https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2017-2-page-33.htm?contenu=article>

<https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2010-1-page-157.htm>

<http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/journalisme-participatif/>

<https://www.agoravox.fr/>

<https://larevuedesmedias.ina.fr/quest-ce-que-le-digital-labor>

<https://www.master-journalisme-gennevilliers.fr/nous-pratiquons-tous-le-digital-labor/>

<https://journals.openedition.org/nrt/2767>