

Audrey-Maude Falardeau audrey-maude.falardeau@umontreal.ca Programme de maîtrise en communication médiatique

# D'HYPERCONNECTÉ À UNPLUGGED

Les ordinateurs portables, les tablettes et les téléphones intelligents sont des médias numériques de choix pour la communication et la consommation d'information à toute heure du jour et de la nuit. Si certains trouvent leur salut dans l'usage de ces technologies, d'autres tentent aujourd'hui de s'en distancier. Ces personnes recherchent plutôt une consommation réfléchie des différents médias présents dans leur vie, et ce, afin d'atteindre un certain équilibre dans un monde où l'information circule à la vitesse grand V. Regard sur le mouvement alternatif des slow media à l'heure de la révolution numérique en Occident.



L'utilisation assidue d'Internet au quotidien peut créer une dépendance pathologique affectant le moral, la concentration et le sommeil, et ce, tant chez les jeunes que chez les adultes 1. Or, les différentes institutions professionnelles et médiatiques ainsi que les établissements scolaires se tournent immanquablement vers le numérique, puisqu'il permet le multitâche et la communication instantanée, tout en donnant accès à l'information en direct. Devant ce paradoxe, comment à la fois bénéficier du numérique et éviter ses inconvénients? À cette question, des experts de la santé répondent que la déconnexion est absolument nécessaire afin de se préserver des maux associés à la cyberdépendance 2. Que peut alors faire un individu quand ses principaux loisirs, et souvent même l'accomplissement de son emploi, sont régis par l'impératif numérique? Lorsque ses séries télé préférées ne sont disponibles qu'en ligne, sur Netflix ou sur Tou.tv? Que

\* NUMÉRICAIN

Néologisme décrivant une personne née après 1974 et qui a grandi dans un environnement numérique; synonyme des termes natif numérique, native numérique et enfant du numérique, traduits de l'anglais digital

l'information consommée au quotidien est produite par le numérique, pour les **numéricains**\*? La réponse résiderait, selon certains usagers des technologies de l'information et de la communication (TIC), en une stratégie consciente: consommer l'information numérique

intelligemment. Ce principe est ainsi propre aux partisans des *slow media\**, qui revendiquent le droit à la lenteur dans la production journalistique et dans l'absorption de l'information par les individus.

À la fois une philosophie, une pratique contemporaine et un concept dans les études médiatiques, le mouvement slow media fait référence à une production et à une consommation réfléchies des médias (c'est-à-dire tout outil ou plateforme permettant la diffusion d'un message, d'une information de toute

# \* SLOW MEDIA

Locution anglaise pour désigner un « média lent » ou un « média doux », c'est-à-dire un média dont les principales valeurs et caractéristiques se distinguent de celles des médias de masse numériques. Ce concept est principalement prisé en journalisme et en édition, mais également au cinéma, à la télévision, à la radio, etc. Puisque l'Office québécois de la langue française n'a pas encore proposé de traduction pour ce terme, slow media sera utilisé au fil de cet article.

nature), pour apprécier la qualité de l'information plutôt que sa quantité. Les médias s'inscrivant dans ce courant se différencient des médias de masse qui tentent de relayer le plus d'informations possible au plus grand nombre; ils deviennent ainsi des médias alternatifs. De plus, le *slow media* rejoint davantage le champ

# CEUX ET CELLES QUI FAVORISENT LA PRATIQUE SLOW MEDIA LE FONT PRINCIPALEMENT PARCE QU'ILS CHOISISSENT UNE INFORMATION, UN PRODUIT, UN OBJET DE QUALITÉ PLUTÔT QUE D'EN POSSÉDER OU D'EN CONSOMMER PLUSIEURS.

de l'édition et du journalisme, bien que toute consommation médiatique (télévisuelle, radiophonique, sur Internet, etc.) puisse s'en inspirer. Le *slow media* peut être conçu et vécu de deux façons : en tant que consommateur et en tant que créateur de contenu.

# Un usager averti en vaut deux

Ceux et celles qui favorisent la pratique slow media le font principalement parce qu'ils choisissent une information, un produit, un objet de qualité plutôt que d'en posséder ou d'en consommer plusieurs. Les personnes qui retournent vers des supports **analogiques\*** comme l'appareil photo à pellicule et le disque vinyle font par exemple partie des partisans du slow

\* ANALOGIQUE

Système de représentation d'une information, d'un message, procédant par analogie. Il se distingue des systèmes numériques, qui réalisent un codage binaire (0,1) des informations. Par exemple, un appareil photo analogique reproduit l'image sur un film, qui doit ensuite être développé pour que cette image soit accessible, tandis que l'appareil photo numérique enregistre l'image en code afin qu'elle soit ensuite transférée sur un ordi<u>nateur</u> (ou un autre appareil informatique) et analysée par ce dernier.

media. Ces supports offrent une expérience particulière à leurs usagers, et les raisons de leur utilisation reposent beaucoup sur la qualité du produit physique. Ces consommateurs férus d'objets datant d'une autre époque sont conscients de ce que ces objets représentent, de leurs auras respectives, mais ils sont également très soucieux de la qualité de l'expérience recherchée. À leur manière, ils participent à cette philosophie par le retour aux supports analogiques tant prisés par ses adeptes.

D'autres partisans du slow media choisiront plutôt de se déconnecter du monde numérique pendant un temps déterminé afin de renouer avec certaines pratiques médiatiques: lire un livre papier, écouter la radio en temps réel, écrire une lettre, dessiner, etc. Plus question, donc, de vérifier ses courriels toutes les cinq minutes ou d'envoyer frénétiquement des textos pour communiquer. La déconnexion permet d'abord la désintoxication, puis la prise de conscience nécessaire à la pratique du mouvement slow media sur une plus longue période de temps. Que ce soit en regardant une série télé créée pour Netflix ou un film des années 1950, en lisant un classique de la littérature française en format papier ou le magazine Châtelaine du mois dernier en ligne, l'important est de consommer activement le contenu médiatique, au contraire d'une écoute ou d'une lecture passive et désintéressée, faite dans le but d'accumuler les titres ou de consommer au même rythme que son entourage.

Pour certains, encore, prendre part à ce mouvement signifie poser un geste conscient pour l'environnement. En effet, selon un organisme de conception numérique responsable nommé Green IT, en cessant d'utiliser les supports numériques pendant trois semaines, par exemple à l'occasion de vacances d'été, un individu économisera l'équivalent de 44 douches en eau chaude ou 2 305 kilomètres de gaz à effet de serre produits par une voiture – l'équivalent d'un aller-retour Paris-Rome<sup>3</sup>.

Ainsi, une caractéristique centrale de la pratique individuelle du *slow media* est qu'elle est flexible et variable, couvrant un spectre allant de la déconnexion complète au choix conscient des médias qui seront consommés. Puisque le mouvement *slow media* en est un de flexibilité médiatique, tout un chacun est libre de le vivre comme bon lui semble, et de le choisir pour des raisons personnelles, sociales ou engagées. Par exemple, un bourreau de travail pourrait se déconnecter tous les soirs et les fins de semaine pour préserver sa santé mentale ou pour passer plus de temps avec sa famille et ses amis, tout comme un activiste pourrait le faire pour prendre position contre les médias de masse ou par conscience environnementale.



Le but premier de ces nouveaux médias est de faire les choses différemment.

# Vers une mutation du paysage médiatique

Dans les pays occidentaux, les industries culturelles responsables du contenu télévisé, cinématographique et imprimé commencent, elles aussi, à produire des contenus médiatiques à l'image de ces consommateurs qui désirent se distancier des écrans, varier leurs sources d'information et, surtout, reprendre le contrôle de leur consommation médiatique dans un environnement majoritairement numérique. Certaines formes médiatiques particulières émergent donc, permettant une consommation adaptée aux besoins et aux envies des utilisateurs en temps réel : baladodiffusions, chaînes spécialisées sur demande, revues et magazines à faible périodicité ou qui publient uniquement sur papier (ou les deux combinés). Le but premier de ces nouveaux médias est de faire les choses différemment. L'éditorial du premier numéro du magazine montréalais Nouveau Projet, publié en 2012, précise ceci : « Dans un environnement où l'information est déjà surabondante, on essaiera de bien la choisir, cette information qu'on vous transmettra, et de bien la travailler et la présenter. Et de vous

laisser le temps de l'absorber, aussi<sup>4</sup>. » Ce magazine fait partie des quelques médias qui tentent, progressivement, de proposer une façon différente de faire du journalisme par une production lente et pour une lecture lente. Certaines baladodiffusions (The Slow Home Podcast, Hardcore History, etc.) mettent également le mouvement slow de l'avant, que ce soit par le contenu de leur émission, en abordant un seul sujet pendant quelques heures dans le but de l'analyser dans toute sa complexité, ou par une périodicité décalée de leurs émissions, pour que les auditeurs puissent pleinement les apprécier jusqu'à la prochaine capsule. Ceux qui produisent des contenus médiatiques se doivent de proposer quelque chose qui se consomme aisément au moment choisi, mais qui est plus riche qu'une information relayée en ligne par une agence de presse, par exemple. L'objectif ici n'est pas de minimiser le rôle des médias de masse dans la transmission d'informations, mais plutôt de diversifier l'offre de contenu avec une nouvelle façon de faire du journalisme qui se rapproche d'une technique artisanale, plutôt que d'une méthode aux visées commerciales. Ainsi, la plupart du temps, les slow media imprimés sont créés par des organisations de presse indépendantes, qui veulent jouir d'une liberté éditoriale complète sur un sujet particulier, généralement intemporel, niché ou ignoré par les médias de masse<sup>5</sup>. Ces jeunes entreprises ne sont pas pour autant naïves : elles savent que pour attirer l'attention, elles doivent se munir d'outils et de réseaux gérés par l'impératif numérique. Le fait qu'un slow media de type magazine possède à la fois un site Web faisant la promotion et la distribution de ses différents



numéros, une page Facebook et des profils sur Twitter et Instagram pour rejoindre son public cible n'a donc rien d'étonnant.

Le mouvement slow media voit le jour au début des années 2000, bien qu'à l'époque, il ne possédait pas encore de nom précis.

## Genèse d'un phénomène de résistance

Le mouvement slow media voit le jour au début des années 2000, bien qu'à l'époque, il ne possédait pas encore de nom précis. Dans les années suivantes, des professeurs et d'autres experts états-uniens du milieu du journalisme et des communications tels que Jennifer Rauch et John Freeman, pour n'en nommer que quelques-uns, l'étiquettent ainsi, suivant leurs observations personnelles et notant ses ressemblances avec les autres mouvements slow (food, travel, fashion, etc.) qui émergent à la fin du xxe siècle et au début du xxIe siècle 6. Cette innovation culturelle voit officiellement le jour en 2009, alors qu'un panel d'invités présente les résultats de ses observations à une émission d'intérêt public à la National Public Radio, aux États-Unis 7. Cette émission est ensuite relayée partout dans le monde jusqu'à ce que le Slow Media Manifesto soit créé, le 2 janvier 2010, par les Allemands Benedikt Köhler, Jörg Blumtritt et Sabria David, respectivement sociologue, entrepreneur et chercheuse en études médiatiques, sur leur blogue intitulé Slow Media. Ce manifeste se décline en quatorze points, qui servent à donner les lignes directrices du mouvement de production et de consommation médiatique à l'heure d'une ère hyperconnectée (voir le tableau 1).

- 1. Les slow media contribuent à la pérennité.
- 2. Les slow media promeuvent le monotasking.
- 3. Les slow media visent le perfectionnement.
- 4. Les slow media rendent la qualité palpable.
- Les slow media encouragent les prosommateurs les personnes qui déterminent activement ce qu'ils [sic] veulent produire et consommer, et comment.
- 6. Les *slow media* sont discursifs et alimentent des conversations.
- 7. Les slow media sont des médias sociaux.
- 8. Les slow media respectent leurs usagers.
- 9. Les slow media se diffusent par la recommandation.
- 10. Les slow media sont intemporels.
- 11. Les slow media ont une aura.
- 12. Les *slow media* sont progressistes, et non réactionnaires.
- Les slow media reposent sur la qualité, à la fois dans la production et dans la réception des contenus médiatiques.
- 14. Les *slow media* cherchent la confiance et ont besoin de temps pour devenir crédibles.

TABLEAU 1

Extraits du manifeste des slow media (traduction française officielle)

Source : Blumtritt, J., Köhler, B. et David, S. (2010). Le manifeste des slow media. Repéré à https://head.hesge.ch/durable/doc/Slow-media.pdf

# AU QUÉBEC, LES PREMIERS ÉCHOS DU MOUVEMENT SLOW MEDIA SE FONT ENTENDRE EN 2010 AVEC L'IDÉE DU « DIMANCHE SANS ÉCRAN » LANCÉE PAR LA PROFESSEURE JENNIFER RAUCH DE L'UNIVERSITÉ DE LONG ISLAND.

Depuis sa publication, ce manifeste a circulé dans trente pays, principalement en Occident, et a été traduit en sept langues. Malgré tout, les textes universitaires, scientifiques et populaires s'intéressant au mouvement slow media sont, à ce jour, peu nombreux<sup>8</sup>. Ce concept est donc relativement nouveau dans l'espace public occidental, et il devra être observé au cours des prochaines années pour que soit mesuré son plein effet social et médiatique sur les plans individuel et collectif. Malgré tout, le manifeste des slow media apparaît à une époque particulièrement signifiante : celle du culte de la vitesse et de la performance <sup>9</sup>. Ainsi, à une ère où la culture journalistique se nourrit de mégadonnées et participe à une véritable course contre la montre de l'exclusivité médiatique, la résistance prend forme dans un retour vers la lenteur ainsi que dans une prise de conscience des étapes de production et de consommation d'un média. Du moins le journaliste canadien Carl Honoré trace-t-il de cette manière, en 2004, le portrait général de cette pratique dans son ouvrage à succès Éloge de la lenteur, portrait dans lequel l'ensemble des mouvements slow et alternatifs s'inscrivent. Son livre a ainsi contribué à teinter la culture populaire, voire l'imaginaire collectif, de cette idée de contrer la vitesse de la vie d'aujourd'hui. Ce mouvement intervient également à un moment de l'histoire médiatique où l'instantanéité est au cœur des interactions qu'entretiennent les individus avec les médias numériques, et où leur attention est sollicitée partout, dans tous les moments de leurs vies. Dès lors, l'attention devient un bien rare 10, mais en prenant conscience de cette réalité, les internautes peuvent décider de la diriger vers des médias qui cultivent et stimulent leur pensée et leur sens critique, plutôt que vers des médias qui les bombardent d'informations 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. Ce choix permet également, selon plusieurs adeptes, de soigner temporairement des maux comme l'anxiété, la dépression, l'épuisement professionnel ou l'insomnie, conséquences du stress numérique développés par certains usagers 11.

# **Des manifestations contemporaines**

Depuis quelques années, plusieurs événements et organisations axant leur mission sur certaines idées du mouvement slow media

sont mis en place. Aux États-Unis, la première National Day of Unplugging est ainsi instaurée en 201012, suivie au Royaume-Uni par la National Unplugging Day, créée en 2014<sup>13</sup>. Ces journées incitent à se déconnecter des technologies numériques afin de prendre le temps de faire autre chose que de se retrouver devant un écran. Au Québec, les premiers échos du mouvement slow media se font entendre en 2010 avec l'idée du « dimanche sans écran » lancée par la professeure Jennifer Rauch de l'Université de Long Island 14. En France, un nouvel article du Code du travail pour le droit à la déconnexion dans les entreprises de plus de cinquante travailleurs est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2017, révélant le besoin criant d'établir un équilibre entre vie privée et vie professionnelle 15. Si ces événements sont caractéristiques d'un désir de développer une meilleure hygiène de vie dans la consommation de médias numériques en général, le nombre de personnes qui se déconnectent, soit périodiquement, soit plus radicalement, n'est pas encore connu. Par contre, bon nombre de rapports sur les pratiques des internautes existent, détaillant la durée de leur navigation et les sites qu'ils fréquentent, jusqu'à leur support numérique de choix. À ce moment-ci de l'histoire médiatique, faire un portrait exhaustif des adeptes du mouvement slow media reste difficile. Le seul fait bien connu à son sujet concerne sa répartition géographique : il prend place majoritairement dans l'hémisphère Nord, avec comme exceptions l'Australie, le Brésil et l'Afrique du Sud 16.

L'émergence de ces nouvelles formes médiatiques mène également des consommateurs à se rassembler. Puisque les *slow media* se veulent des médias qui alimentent les conversations, comme l'indique le manifeste, certains événements de type « causerie » sont organisés dans des lieux publics ou en ligne pour permettre aux consommateurs d'échanger sur leur expérience respective d'un média choisi, ou bien sur leur expérience de déconnexion complète ou partielle. Ces rassemblements créent des communautés qui s'identifient au *slow media* qu'ils consomment, et aux champs d'intérêt associés à celui-ci<sup>17</sup>.

# DIRE/SOCIÉTÉ

# De l'importance de la lenteur médiatique

Le mouvement slow media se présente ainsi comme un pied de nez aux institutions médiatiques de masse comme la presse écrite et l'édition populaire, qui vivent une mutation importante à l'ère de la conversion totale vers le numérique. Malgré tout, les slow media n'encensent pas aveuglément la lenteur comme valeur unique et absolue, mais proposent plutôt une pratique permettant de choisir la vitesse de sa consommation médiatique, en pleine conscience de ses moyens, de ses capacités et de ses envies. Et cette philosophie, elle est comprise tant par des usagers conscients que par les producteurs de contenu, qui misent désormais sur la valeur qu'elle possède dans un environnement hétérogène, où médias de masse et médias alternatifs se côtoient.

Les mondes numériques et analogiques semblent difficiles à allier, mais le mouvement *slow media* tente de le faire en humanisant les pratiques numériques. Il met à la fois les choix du consommateur et le besoin de ralentir la cadence au cœur des préoccupations des producteurs et des consommateurs de différents médias. Il suscite une réflexion sur les sociétés hyperconnectées d'aujourd'hui, où le mythe du progrès à tout prix continue de prospérer 18. La transition systématique des institutions vers le « tout en ligne » est donc à replacer dans son contexte, où partisans et détracteurs de la révolution numérique cohabitent dans l'espace public.

# **RÉFÉRENCES**

- <sup>1</sup> Hautefeuille, M. et Véléa, D. (2010). Les addictions à Internet : de l'ennui à la dépendance. Paris, France : Payot.
- <sup>2</sup> Jauréguiberry, F. (2014). La déconnexion aux technologies de communication. *Réseaux*, 186(4), 15-49. doi:10.3917/ res.186.0015
- <sup>3</sup> Chauvet, A. (2017). Détox numérique : si vous ne le faites pas pour vous, faites-le pour la planète. *L'Express*. Repéré à <a href="http://www.lexpress.fr/actualite/societe/environnement/detox-numerique-si-vous-ne-le-faites-pas-pour-vous-faites-le-pour-la-planete">http://www.lexpress.fr/actualite/societe/environnement/detox-numerique-si-vous-ne-le-faites-pas-pour-vous-faites-le-pour-la-planete</a> 1935544.html
- <sup>4</sup> Langelier, N. (2012). Premier engagement. *Nouveau Projet,* (1), 19.
- <sup>5</sup> Le Masurier, M. (2012). Independent magazines and the rejuvenation of print. *International Journal of Cultural Studies*, *15*(4), 383-398. doi: 10.1177/1367877911432059
- <sup>6</sup> Rauch, J. (2011). The origin of Slow Media: Early diffusion of a cultural innovation through popular and press discourse, 2002-2010. *Transformations*, (20). Repéré à <a href="http://www.transformationsjournal.org/wp-content/uploads/2016/12/Rauch\_Trans20.pdf">http://www.transformationsjournal.org/wp-content/uploads/2016/12/Rauch\_Trans20.pdf</a>
- <sup>7</sup> *Ibid.*, p. 6
- <sup>8</sup> David, S. (2015). The *Slow Media Manifesto* and its impact on different

- countries, cultures, and disciplines. Acta Universitatis Sapientiae. Social Analysis, 5(1), 107-112. Repéré à <a href="http://www.acta.sapientia.ro/acta-social/C5-1/">http://www.acta.sapientia.ro/acta-social/C5-1/</a> social51-08.pdf
- <sup>9</sup> Aubert, N. (2003). *Le culte de l'urgence : la société malade du temps*. Paris, France : Flammarion.
- <sup>10</sup> Citton, Y. (2014). *Pour une écologie de l'attention*. Paris, France : Seuil.
- <sup>11</sup> Zawieja, P. et Guarnieri, F. (2013). Épuisement professionnel. Approches innovantes et pluridisciplinaires. Paris, France: Armand Colin.
- <sup>12</sup> Kelly, H. (2014). Go offline for 'National Day of Unplugging'. CNN. Repéré à <a href="http://www.cnn.com/2014/03/06/tech/mobile/day-unplugging/index.html">http://www.cnn.com/2014/03/06/tech/mobile/day-unplugging/index.html</a>
- <sup>13</sup> National Unplugging Day. (s.d.). The 3rd National Unplugging Day. Repéré à http://nationalunpluggingday.co.uk/
- <sup>14</sup> Collard, N. (2010). Slow Media: un média à la fois. La Presse. Repéré à <a href="http://www.lapresse.ca/arts/medias/201004/20/01-4272206-slow-media-un-media-a-la-fois.php">http://www.lapresse.ca/arts/medias/201004/20/01-4272206-slow-media-un-media-a-la-fois.php</a>
- <sup>15</sup> Maligorgne, C. (2017). Travail: vous avez désormais le droit de vous déconnecter. Le Figaro. Repéré à <a href="http://www.lefigaro.fr/social/2016/12/31/20011-20161231ARTFIG00013-le-droit-a-la-deconnexion-qu-est-ce-que-c-est.php">http://www.lefigaro.fr/social/2016/12/31/20011-20161231ARTFIG00013-le-droit-a-la-deconnexion-qu-est-ce-que-c-est.php</a>

- <sup>16</sup> David, op. cit.
- <sup>17</sup> Rauch, J. (2007). Activists as interpretive communities: Rituals of consumption and interaction in an alternative media audience. *Media, Culture & Society, 29*(6), 994-1013. https://doi. org/10.1177/0163443707084345
- <sup>18</sup> Von Wright, G. H. (2000). Le mythe du progrès (traduit du suédois par P. Quesne). Paris, France: L'Arche.