

Internet 101

Par Maître Janick Perreault, Dt.P., LL. B., LL. M., Ad. E.*

Internet est devenu incontournable et une partie de la vie des citoyens se joue maintenant dans le cyberspace. Pour d'aucuns, les termes « Internet », « Web », « 2.0 » et « médias sociaux » sont clairs et n'ont plus de secret. En revanche, d'autres ont parfois l'impression d'y perdre leur latin! Afin de faciliter la compréhension de ce numéro de *Nutrition – science en évolution* consacré à la technologie, voici, résumée en quelques lignes, la signification de certains termes populaires.

Le glossaire d'Internet

Les diététistes/nutritionnistes sont familières avec plusieurs termes techniques, principalement ceux qui relèvent des domaines scientifique et médical. Mais certaines d'entre elles connaissent peut-être moins bien le vocabulaire propre au monde d'Internet. Voici donc un petit « glossaire » pour mieux comprendre les nouveaux médias de communication.

Internet est un système d'interconnexion et constitue un réseau informatique mondialⁱ qui permet l'élaboration d'applications et de services variés comme le courrier électronique, la messagerie instantanée et le World Wide Webⁱⁱ. Beaucoup confondent Internet avec le World Wide Web, lequel n'est pourtant que l'une des applications d'Internet.

Le **World Wide Web** (www), communément appelé le **Web** et parfois la **Toile**ⁱⁱⁱ, est un système hypertexte public fonctionnant sur Internet qui permet de consulter, avec un navigateur, des pages accessibles sur des sites. Depuis quelque temps, on entend aussi l'expression **Web 2.0**^v. D'ailleurs, en septembre 2012, l'OPDQ publiait dans Contact un article intitulé « OPDQ 2.0^{vi} ». Le Web 2.0 est une évolution du Web vers plus de simplicité et d'interactivité, qui permet aux internautes^{vii} ayant peu de connaissances techniques de s'approprier les nouvelles fonctionnalités du Web et de devenir des personnes actives sur la Toile^{viii}.

L'évolution du Web a contribué à la création d'un réseau social, nommé **Web social**, qui renvoie à une vision d'Internet considéré comme un espace de socialisation, un lieu dont l'une des fonctions principales est de faire interagir les utilisateurs^{ix}. Cette évolution a facilité l'utilisation des **médias sociaux**. Les médias sociaux sont des médias qui utilisent des techniques de communication accessibles pour faciliter les interactions sociales^x. Ce sont des médias numériques basés sur les technologies du Web 2.0 qui visent à faciliter la création de contenu par les utilisateurs (« contenu généré par les utilisateurs ») et son partage^{xi}.

Il existe de nombreux médias sociaux. Citons seulement Facebook, LinkedIn et YouTube, pour ne nommer que les plus populaires. Les médias sociaux peuvent prendre plusieurs formes : blogue, forum, wiki, vidéo-partage, etc.

Le **blogue**, ou « cybercarnet », est un type de site Web (ou une partie d'un site Web) utilisé pour la publication régulière de nouveaux « billets », c'est-à-dire des notes ou des articles généralement succincts, sur un sujet donné. Les billets sont parfois enrichis d'hyperliens et d'images et peuvent faire l'objet de commentaires de lecteurs. Le nombre de blogues est passé de 35 millions en 2006 à 181 millions à la

fin de 2011^{xii}, et il se publiait cette année-là plus de 2 millions de nouveaux billets par jour^{xiii}. Toutefois, le nombre de blogues inactifs est élevé; rares sont ceux qui affichent une grande longévité, et l'écrasante majorité des blogues ont été abandonnés par leurs auteurs^{xiv}. En règle générale, le blogue est animé par une seule personne, mais il peut aussi être le fruit de plusieurs auteurs; il se caractérise par sa facilité de publication, sa grande liberté éditoriale et sa capacité d'interaction avec le lectorat^{xv}.

Moins instantané que le blogue, le forum regroupe habituellement beaucoup plus de monde. Il existe des forums privés (accessibles à un groupe restreint, par exemple les membres d'un site) et publics (accessibles à tous). Le forum permet à un groupe de personnes d'échanger leurs opinions, leurs idées sur un sujet particulier, en direct ou en différé, selon des formules variées^{xvi}. Certains forums ont un modérateur qui initie l'orientation de la discussion.

La différence entre un blogue et un forum est mince. Essentiellement, dans un blogue, l'auteur est au centre, alors que dans un forum, c'est le thème qui est au centre. Ainsi, on lit un blogue pour connaître l'opinion d'un auteur par l'entremise de ses articles (billets). En revanche, on lit un forum pour connaître l'état d'un débat ou pour avoir diverses informations sur un sujet.

Le **microblogue** est un blogue permettant de communiquer en temps réel au moyen de courts messages (140 à 200 caractères maximum)^{xvii}. Twitter est sans doute l'outil de microblogage le plus connu. Il permet d'envoyer gratuitement de brefs messages sur Internet, les tweets (« gazouillis »), par messagerie instantanée ou par SMS. Ces messages sont limités à 140 caractères. Créé en 2006, Twitter est rapidement devenu populaire, jusqu'à compter, en mai 2012, plus de 550 millions d'utilisateurs^{xviii}.

Le service de messagerie **SMS** (pour *Short Message Service*) est utilisé pour transmettre de courts messages textuels, ou textos. C'est un langage alphanumérique^{xix}. Le nombre de SMS ne cesse de croître. Ainsi en 2011, plus de 200 000 SMS auraient été envoyés chaque seconde, comparativement à 135 000 en 2009, et entre 50 000 et 60 000 en 2007^{xx}.

Enfin le **wiki** est un site Web collaboratif, c'est-à-dire dont les pages sont modifiables par les visiteurs. Le plus consulté de tous les wikis serait l'encyclopédie libre Wikipédia^{xxi}. D'ailleurs, avec l'Office québécois de la langue française, nous avons utilisé Wikipédia comme source pour expliquer les termes présentés ici. Soulignons qu'une encyclopédie collaborative peut être modifiée par

n'importe qui, de sorte que l'information qu'on y trouve n'est pas révisée et souffre parfois d'erreurs.

En conclusion, nous espérons que ces quelques explications faciliteront la lecture et la compréhension de divers articles contenus dans la présente revue.

* L'auteure est diététiste, avocate et présidente du comité sur la pratique illégale de l'Ordre professionnel des diététistes du Québec.

Références bibliographiques

- i Source : [www.gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=8361867].
- ii Source : [fr.wikipedia.org/wiki/Internet].
- iii Toile avec une majuscule, pour la distinguer du nom commun. Source : [www.gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=2075076].
- iv Source : [fr.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web].
- v Web de seconde génération doté d'outils et de contenus interactifs qui permettent aux internautes de collaborer à la rédaction de contenus de pages web, de partager de l'information en ligne et de communiquer entre eux. Source : [www.gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26519897].
- vi Contact, septembre 2012, vol. 18, no 3, p. 1.
- vii L'utilisateur d'Internet est désigné par le néologisme « internaute ». Source : [fr.wikipedia.org/wiki/Web_2.0].
- viii Source : [fr.wikipedia.org/wiki/Web_social].
- ix Source : [fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9dias_sociaux].
- x Source : [www.gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26502881].
- xii Source : [www.dazeinfo.com/2012/03/10/number-of-blogs-up-from-35-million-in-2006-to-181-million-by-the-end-of-2011/].
- xiii Source : [www.digitalbuzzblog.com/infographic-24-hours-on-the-internet/].
- xiv Source : [www.caslon.com.au/weblogprofile1.htm].
- xv Source : [www.gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=8370242].
- xvi Source : [www.gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=2071614].
- xvii Source : [gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26502311].
- xviii Source : [www.go-gulf.com/blog/social-networking-user].
- xix Source : [gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=8363780].
- xx Source : [fr.wikipedia.org/wiki/Short_Message_Service].
- xxi Source : [fr.wikipedia.org/wiki/Wiki].

Pour en savoir davantage sur les médias sociaux :

Dominic Arpin et Patrick Dion, Comment devenir une star des médias sociaux : Maîtriser Facebook et twitter comme des pros, Montréal, Les éditions Québecor, 2010.

Michelle Blanc, Les médias sociaux 101 et Les médias sociaux 201, Montréal, Les Éditions Logiques, 2010 et 2011.

Guillaume Brunet, Martin Lessard et Marie-Claude Ducas, Les médias sociaux en entreprise, Montréal, Éditions Infopresse, 2012.