

DIPLÔME DE LANGUE ET LITTÉRATURE FRANÇAISES
Sorbonne C2**PRODUCTION ÉCRITE - FOU**

Compte-rendu et commentaire

Note sur 40 – Durée : 2h30

1. Vous proposerez un **compte-rendu** de ce texte de 656 mots en 218 mots
2. Vous proposerez ensuite à votre choix (Indiquez obligatoirement quel commentaire vous choisissiez) :
 - a. Soit un commentaire argumenté du **passage** suivant en 300 mots minimum :
« Qui est légitime pour prendre la parole ? Qui ne l'est pas ? Comment être sûr de l'information diffusée ? Le public a un rôle à jouer et se doit aussi d'être attentif et de faire preuve d'esprit critique. »
 - b. Soit un commentaire argumenté de la **question** suivante : **« Pourquoi peut-on dire que les réseaux sociaux ont un effet à double tranchant sur la société ? »**
300 mots minimum.

Indiquez pour les deux exercices le nombre de mots utilisés. (Exemple : Il n'avait pas = 4 mots)

**L'émergence des réseaux sociaux :
une démocratisation de la prise de parole**

L'émergence des plateformes numériques sur lesquelles chacun peut s'exprimer et partager son opinion et son savoir a permis une large démocratisation de la parole et ouvert un espace plus diversifié et des voix plurielles. Pour Rémy Oudghiri, sociologue et directeur de Sociovision (groupe Ifop, Institut français d'opinion publique), cette nouvelle façon de diffuser l'information et de la partager est parfaitement illustrée par ce phénomène des influenceurs. « Ce sont des anonymes qui deviennent visibles grâce à leur production de contenu sur les réseaux sociaux. Ces personnes, en produisant un contenu qui leur est propre sans avoir nécessairement la légitimité académique pour le faire, arrivent à créer un réseau d'influence qui, au bout d'un moment, fait que certains ont plus d'impact que ceux qui en ont la légitimité traditionnelle. » Pour le sociologue, l'arrivée de ce phénomène dans le monde actuel a profondément changé l'ordre de la société : « Là où il y avait, dans le rapport à l'information, aux autorités, aux experts, une certaine forme de verticalité, les influenceurs ont créé un nouveau champ, parallèle, alternatif, qui crée une relation horizontale. » Cette nouvelle distribution dans le paysage médiatique a progressivement fait émerger des possibilités : chacun, s'il le souhaite, peut devenir expert dans un domaine et donc s'imposer comme un influenceur.

« C'est une façon de concevoir le savoir qui n'est plus académique et traditionnelle. De ce point de vue-là, c'est une révolution, poursuit Rémy Oudghiri. Le phénomène d'Hugo Décrypte est tout particulièrement intéressant : il n'était même pas diplômé qu'il avait déjà un public et donnait son avis sur un tas de sujets. C'est troublant car c'est une façon nouvelle de concevoir le savoir là où, auparavant, on attendait d'avoir un diplôme. Il était, avant même son obtention, considéré comme un expert. »

La youtubeuse @Natoo résume très bien cette démocratisation de la parole dans le documentaire *Squeeze. Merci Internet* : « Je n'étais pas vouée à faire ça, j'étais fonctionnaire. Et arrive une plateforme qui s'appelle YouTube, qui permet à n'importe qui, peu importe le statut social, de créer, de poster et d'être vu. »

Mais cette émergence des influenceurs dans la société a un effet à double tranchant. Comme pour tout bouleversement, certains aspects sont bénéfiques, d'autres, plus ambigus. Si la multiplicité des paroles ouvre des horizons, et permet au public de consommer d'une autre manière des informations ou de découvrir de nouveaux univers, cela peut entraîner une confusion ou créer des experts qui n'en sont pas véritablement. « Il peut y avoir des failles que le public n'est pas capable de repérer car il n'est pas expert. Le risque, c'est le relativisme. Chacun est mis au même niveau et, à terme, cela peut rendre difficile le fait d'exercer son autorité à partir du moment où chacun est producteur de son propre point de vue et peut l'exprimer comme il l'entend. Il devient compliqué de déterminer ce qui est vrai et ce qui est faux », continue d'analyser le sociologue. Qui est légitime pour prendre la parole ? Qui ne l'est pas ? Comment être sûr de l'information diffusée ? Le public a un rôle à jouer et se doit aussi d'être attentif et de faire preuve d'esprit critique.

La parole médiatique était jusque-là monopolisée par une partie de la société issue soit d'une certaine élite, soit du milieu académique. Certes, l'information était vérifiée, mais elle était moins riche de points de vue divers, culturellement moins dense. Pour être vu sur les réseaux sociaux, le seul critère est le talent. Si Hugo Décrypte peut interviewer en 2019 le chef de l'État français avant l'obtention même de son diplôme de Sciences Po, c'est parce qu'il est doué. Les plateformes sont l'espace de la méritocratie.

Plus de plafond de verre, de notion de classe sociale, de niveau de vie ou d'éducation, les réseaux sociaux seraient enfin l'outil d'expression égalitaire où chacun a l'opportunité de prendre la parole sans devoir appartenir à une élite.



CLÉMECE FLOC'H,

Influenceurs : une vie sous algorithme, Robert Laffont, Paris, 2024.

Nombre de mots : 656

CLÉMECE FLOC'H est journaliste et professeure à l'école de journalisme IEJ. Ses intérêts portent essentiellement autour de la question de la psychologie féminine.