

LE MANIFESTE DES SLOW MEDIA (TRADUCTION: FR)

LE 4 AOÛT 2010 ADMIN

Et si on levait le pied ? C'est le programme proposé par des Allemands, qui détaillent en quatorze points leur concept de slow media ou "médias lents" dans un manifeste publié en janvier de cette année.

Nos camarades d'outre-Rhin sont particulièrement actifs et semblent être des champions du manifeste. Après un manifeste Internet qui a généré de nombreuses discussions, voici la traduction d'un manifeste pour promouvoir... les slow media, ou médias lents. Certaines des valeurs qu'il prône ne sont pas étrangères à la soucoupe.

Le manifeste des slow media (traduction : fr)

Dans la première décennie du vingt-et-unième siècle, que l'on appelle les années zéro, les fondements technologiques du paysage médiatique ont profondément changé. Les mots clés les plus importants s'appellent réseau, Internet et médias sociaux. Dans la deuxième décennie, il y aura moins de gens qui chercheront de nouvelles technologies permettant une production de contenu plus simple, plus rapide et moins chère. Au lieu de cela, il aura des réactions appropriées à cette révolution des médias, qui intégreront les dimensions politiques, culturelles et économiques et qui seront constructives. Le concept de lenteur « slow », à prendre comme dans « slow food » et non en tant que « décélération », en sera une clé importante. Tout comme le «slow food », les slow media n'ont rien à voir avec la consommation rapide, ils sont du côté du choix réfléchi des ingrédients et de la préparation concentrée. Les slow media sont accueillants et chaleureux. Ils partagent volontiers.

1 – LES SLOW MEDIA CONTRIBUENT À LA PÉRENNITÉ.

La pérennité est liée aux matières premières, aux processus et aux conditions de travail, qui sont les fondements de la production médiatique. L'exploitation et le sous-paiement comme la commercialisation sans condition des données privées des usages ne pourra donner lieu à des médias pérennes. Le terme renvoie en même temps à la consommation pérenne des slow media.

2 – LES SLOW MEDIA PROMEUVENT LE MONOTASKING.

Les slow media ne peuvent être consommés de manière distraite, ils provoquent au contraire la concentration de l'utilisateur. Tout comme pour la production d'un bon repas, qui demande une pleine attention de tous les sens par le cuisinier et ses invités, les slow media ne peuvent se consommer avec plaisir que dans la concentration.

3 -LES SLOW MEDIA VISENT LE PERFECTIONNEMENT.

Les slow media ne se présentent pas comme des choses vraiment nouvelles sur le marché. Ils accordent davantage d'importance à l'amélioration continue d'interfaces fiables et robustes, accessibles et parfaitement conçues pour les habitudes de consultation de leurs usagers.



4 – LES SLOW MEDIA RENDENT LA QUALITÉ PALPABLE.

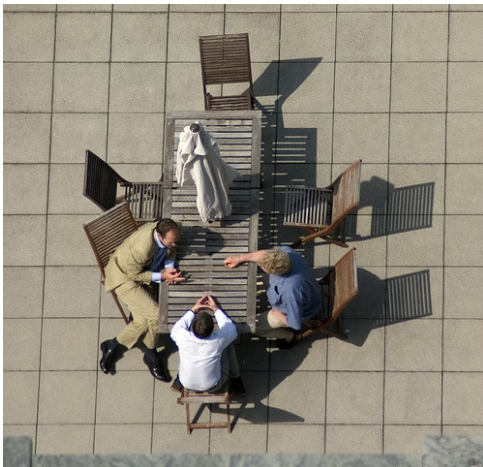
Les slow media se mesurent en production, en attrait et en contenu par rapport à des standards de qualité élevés et se distinguent de leurs homologues rapides et vite passés, que ce soit par une interface de qualité supérieure ou par un design esthétique inspirant.

5 – LES SLOW MEDIA ENCOURAGENT LES PROSOMMATEURS – LES PERSONNES QUI DÉTERMINENT ACTIVEMENT CE QU’ILS VEULENT PRODUIRE ET CONSOMMER, ET COMMENT.

Dans les slow media, le prosommateur actif s’inspire de son usage des médias pour développer de nouvelles idées et agir en conséquence, plutôt que d’être un consommateur passif. Cela s’illustre par exemple par les annotations en marge dans un livre ou par les discussions animées entre amis à propos d’un disque. Les slow media inspirent, impactent les pensées et actions de leurs usagers de manière continue et cet impact est encore perceptible plusieurs années plus tard.

6 – LES SLOW MEDIA SONT DISCURSIFS ET ALIMENTENT DES CONVERSATIONS.

Ils cherchent interlocuteur avec qui entrer en contact. Le choix du medium cible est donc secondaire. L’écoute est aussi importante que le discours dans les slow media. Aussi, slow signifie ici : être attentif et abordable, être capable d’observer et de questionner sa propre position sous un angle différent.



7 – LES SLOW MEDIA SONT DES MEDIAS SOCIAUX

Des communautés actives ou des tribus se constituent autour des slow media. Cela peut être par exemple un auteur échangeant ses pensées avec ses lecteurs ou une communauté interprétant les œuvres tardives d’un musicien. Ainsi, les slow media contribuent à la propagation de la diversité et respectent les cultures et les particularismes

locaux.

8 – LES SLOWS MEDIA RESPECTENT LEURS USAGERS

Les slow media abordent leurs usagers d'une manière et consciente amicale et ont une bonne idée de la complexité ou de l'ironie que portent leurs usagers. Les slow media ne considèrent pas leurs usagers de haut ni ne les approchent d'une manière dominatrice.

9 – LES SLOW MEDIA SE DIFFUSENT PAR LA RECOMMANDATION

Le succès des slow media n'est pas fondé sur une pression publicitaire envahissante sur tous les canaux mais sur la recommandation par des amis, des collègues ou membres de la famille. Une personne qui achète cinq fois un livre et qui le distribue à ses meilleurs amis est un bon exemple de ce principe.

10 – LES SLOW MEDIA SONT INTEMPORELS

Les slow media ont une longue durée de vie et paraissent encore frais après des années voire des décennies. Ils ne perdent pas leur qualité avec le temps, mais obtiennent au contraire une patine qui augmente leur valeur.

11 – LES SLOWS MEDIA ONT UNE AURA

Les slow médias diffusent leur propre aura. Ils génèrent la sensation que le média particulier appartient à ce moment précis de la vie de son utilisateur. Bien qu'ils soient produits industriellement ou soient partiellement bâtis sur des procédés industriels de production, ils donnent l'impression d'un caractère unique et d'être autocrates.

12 – LES SLOW MEDIA SONT PROGRESSISTES, ET NON RÉACTIONNAIRES

Les slow media dépendent de leurs progrès technologique et du mode de vie de la société connectée. C'est en raison de l'accélération de différents domaines de la vie que les îlots de lenteur délibérée sont rendus possibles et essentiels pour la survie. Les slow media ne sont pas en contradiction avec la vitesse et la simultanéité de Twitter, des blogs ou des réseaux sociaux, mais ils sont une attitude et une façon d'en faire usage.

13 – LES SLOW MEDIA REPOSENT SUR LA QUALITÉ, À LA FOIS DANS LA PRODUCTION ET DANS LA RÉCEPTION DES CONTENUS MÉDIATIQUES

Des compétences intellectuelles comme la critique des sources, le classement et l'évaluation des sources d'information prennent de l'importance avec l'accès croissant à une information disponible en grande quantité.

14 – LES SLOW MEDIA CHERCHENT LA CONFIANCE ET ONT BESOIN DE TEMPS POUR DEVENIR CRÉDIBLE. DERRIÈRE LES SLOW MEDIA IL Y A DES HOMMES. ET CELA SE RESSENT.

—

Le texte a été traduit par **Enikao**. La version originale en allemand se trouve sur **le site du slow media**.

RAPHAEL

le 19 février 2010 - 18:52 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Ça me fait penser à notrehistoire.ch. Un lieu pour prendre son temps et parler du temps passé.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

DESIRADE

le 20 février 2010 - 1:26 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Je me sens toute slow mediatrice.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

ETONNEMENT [TROLL ANONYME]

le 5 août 2010 - 1:40 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Antoine Dupin estime lui-même que ce n'était pas du trolling :

*"C'est moi ou owni a fermé les commentaires sur mon article?
... je voyais pas vraiment le troll dans ce qu'ils disaient"*

Jul 30th on Twitter

C'est donc une censure sans fondement de la part de Owni / 22 mars ?

> ndlr: non c'est une boulette. et c'est l'été. Ceci étant dit, les commentaires anonymes sont modérés.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

15 pings

[uberVU - social comments](#) le 19 février 2010 - 18:13

Social comments and analytics for this post...

This post was mentioned on Twitter by mathemagie: [#owni] Le manifeste des slow media (traduction : fr) <http://goo.gl/fb/NVvF...>

Veille technologique du 18 février au 19 février le 19 février 2010 - 23:01

[...] Le manifeste des slow media – Dans la première décennie du vingt-et-unième siècle, que l'on appelle les années zéro, les fondements technologiques du paysage médiatique ont profondément changé. Les mots clés les plus importants s'appellent réseau, Internet et médias sociaux. Dans la deuxième décennie, il y aura moins de gens qui chercheront de nouvelles technologies permettant une production de contenu plus simple, plus rapide et moins chère. Au lieu de cela, il aura des réactions appropriées à cette révolution des media, qui intégreront les dimensions politiques, culturelles et économiques et qui seront constructives. Le concept de lenteur « slow », à prendre comme dans « slow food » et non en tant que « décélération », en sera une clé importante. Tout comme le «slow food », les slow media n'ont rien à voir avec la consommation rapide, ils sont du côté du choix réfléchi des ingrédients et de la préparation concentrée. Les slow media sont accueillants et chaleureux. Ils partagent volontiers. [...]

Le manifeste des slow media (traduction : fr) | Owni.fr « le 20 février 2010 - 10:34

[...] Le manifeste des slow media (traduction : fr) | Owni.fr 20 février 2010 <http://owni.fr/2010/02/19/le-manifeste-des-slow-media-traduction-fr/> [...]

Veille technologique du 20 février au 22 février le 22 février 2010 - 19:07

[...] Le manifeste des slow media – Dans la première décennie du vingt-et-unième siècle, que l'on appelle les années zéro, les fondements technologiques du paysage médiatique ont profondément changé. Les mots clés les plus importants s'appellent réseau, Internet et médias sociaux. Dans la deuxième décennie, il y aura moins de gens qui chercheront de nouvelles technologies permettant une production de contenu plus simple, plus rapide et moins chère. Au lieu de cela, il aura des réactions appropriées à cette révolution des media, qui intégreront les dimensions politiques, culturelles et économiques et qui seront constructives. Le concept de lenteur « slow », à prendre comme dans « slow food » et non en tant que « décélération », en sera une clé importante. Tout comme le «slow food », les slow media n'ont rien à voir avec la consommation rapide, ils sont du côté du choix réfléchi des ingrédients et de la préparation concentrée. Les slow media sont accueillants et chaleureux. Ils partagent volontiers. [...]

Slow Media Manifest I LSDI le 24 février 2010 - 23:47

*[...] dei media tedeschi. Il manifesto viene dopo un analogo documento su Internet che, come racconta Owni.fr *, aveva suscitato una certa [...]*

The Ultimate lolcatz boxes (by Brainz /-) le 13 avril 2010 - 15:52

[...] de ligne éditoriale ! Terminé les "Heuristique et sérendipité", les interviews, les manifestes teutons, les délires de danahboyd et la non-soumission au ramdam. Aujourd'hui, Sabine est arrivée [...]

I Nous sommes devenus un peu plus lents le 6 juillet 2010 - 8:48

[...] avons opté pour le slow blogging, les slow médias, la relocalisation, attentifs au paradoxe de l'abondance et appréciant le moment [...]

Les tweets qui mentionnent Le manifeste des slow media (traduction: fr) » Article » OWNi, Digital Journalism -- Topsy.com le 4 août 2010 - 23:16

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par Mat [/d\(-_\)b/](#), thibaut brousse et Toufitri info, The Mole. The Mole a dit: Le manifeste des slow media (traduction: fr) <http://owni.in/bNUkLB> #owni [...]

Le manifeste des slow media (traduction: fr) — Lyonel Kaufmann blogue... le 8 novembre 2010 - 6:57

[...] concentrée. Les slow media sont accueillants et chaleureux. Ils partagent volontiers. Read More >> // Share! Filed Under: Revue de presse About Lyonel KaufmannHistorien & Blogueur [...]

La slow information « Le blog de la Licence professionnelle Journalisme le 28 novembre 2010 - 11:18

[...] 5 à 6 ans, avec le développement de la presse dite numérique, qui vit dans le hic et nunc. Ce mouvement du slow media est sorti du bois et a été théorisé en Allemagne au début de l'année 2010. Certes, [...]

Le blogue de Marie-Claude Ducas » Blog Archive » Est-ce en 2011 que nous allons finalement ralentir ? le 14 janvier 2011 - 19:35

[...] Le site français Owni.fr, de même que le site du magazine américain Wired retracent plutôt l'origine d'un « manifeste du slow média » de la part d'un groupe allemand. Owni.fr souligne par ailleurs que le même groupe avait été à l'origine, environ un an plus tôt, d'un manifeste internet. Enfin, quoiqu'il en soit, l'idée est définitivement

dans l'air... Mon collègue Thomas Leblanc, avec qui je me trouvais en début d'année à l'émission de Christiane Charette, s'était lui-même questionné sérieusement sur ses habitudes médias et internet, dans un billet, alors qu'il était encore au magazine Nightlife. Et tout ce qui est liés au « slow média » et à la reprise de contrôle sur la technologie figure en bonne place des « 10 résolutions médiatiques pour 2011 » que proposait Nathalie Collard en début d'année. [...]

Marie-Claude Ducas: Va-t-on finalement ralentir en 2011 ? | Pierre Duhamelle 17 janvier 2011 - 6:03

[...] Le site français Owni.fr, de même que le site du magazine américain Wired retracent plutôt l'origine d'un « manifeste du slow média » de la part d'un groupe allemand. Owni.fr souligne par ailleurs que le même groupe avait été à l'origine, environ un an plus tôt, d'un manifeste internet. Enfin, quoiqu'il en soit, l'idée est définitivement dans l'air... Mon collègue Thomas Leblanc, avec qui je me trouvais en début d'année à l'émission de Christiane Charette, s'était lui-même questionné sérieusement sur ses habitudes médias et internet, dans un billet, alors qu'il était encore au magazine Nightlife. [...]

Slow Info, l'info à flux détendus « Culturbulences le 29 mars 2011 - 11:23

[...] Qu'entendre par « slow info » ? Il s'agit là d'un journalisme qui prend son temps, revendiquant une production d'informations de qualité, avec investigation photographique et reportage sur le long terme. Une forme journalistique déjà épousée par certaines revues et qui tend à se développer : un manifeste a même été lancé en Allemagne au début de l'année 2010 concernant de façon plus large les Slow Médias [...]

Tous Optimistes » Les optimistes ralentissent ! le 28 avril 2011 - 0:37

[...] Le site français Owni.fr, de même que le site du magazine américain Wired retracent plutôt l'origine d'un « manifeste du slow média » de la part d'un groupe allemand. Owni.fr souligne par ailleurs que le même groupe avait été à l'origine, environ un an plus tôt, d'un manifeste internet. Enfin, quoiqu'il en soit, l'idée est définitivement dans l'air... Mon collègue Thomas Leblanc, avec qui je me trouvais en début d'année à l'émission de Christiane Charette, s'était lui-même questionné sérieusement sur ses habitudes médias et internet, dans un billet, alors qu'il était encore au magazine Nightlife. Et tout ce qui est liés au « slow média » et à la reprise de contrôle sur la technologie figure en bonne place des « 10 résolutions médiatiques pour 2011 » que proposait Nathalie Collard en début d'année. [...]

Est-ce en 2011 que nous allons finalement ralentir? | Marie-Claude Ducas le 30 juin 2011 - 20:55

[...] Le site français Owni.fr, de même que le site du magazine américain Wired retracent plutôt l'origine d'un « manifeste du slow média » de la part d'un groupe allemand. Owni.fr souligne par ailleurs que le même groupe avait été à l'origine, environ un an plus tôt, d'un manifeste internet. Enfin, quoiqu'il en soit, l'idée est définitivement dans l'air... Mon collègue Thomas Leblanc, avec qui je me trouvais en début d'année à l'émission de Christiane Charette, s'était lui-même questionné sérieusement sur ses habitudes médias et internet, dans un billet, alors qu'il était encore au magazine Nightlife. Et tout ce qui est liés au « slow média » et à la reprise de contrôle sur la technologie figure en bonne place des « 10 résolutions médiatiques pour 2011 » que proposait Nathalie Collard en début d'année. [...]

LA POLITIQUE première partie | analystegonzo le 1 octobre 2012 - 16:25

[...] postulat, celui de la slow info : une information affranchie de l'actualité qui prend son temps pour explorer les sujets ; [...]