Avantages d’Internet :

* Derrière un écran, c'est plus facile de communiquer, d'acheter, de se divertir
* C’est plus facile d'exprimer ses sentiments (réseaux sociaux, blogs)
* Accès illimité et gratuit à la culture
* Egalité des opportunités de créations artistiques

Dangers d’Internet :

* Dangers pour les personnes vulnérables :
* contenus inappropriés : pornographie, violence, troubles alimentaires, apologie des drogues
* modification des comportements humains : dépendances, isolement, harcèlement
* manipulation par la publicité, vols, extorsions
* endoctrinement et recrutement (terrorisme, trafic d'organes, réseaux criminels et pédophiles etc.)
* Atteinte à la vie privée (vidéosurveillance)
* Déshumanisation des relations
* Propos racistes ou offensifs, incitation à la haine raciale
* Piratage de productions culturelles

Le téléphone portable :

Il a pris une place dominante dans la société. Les services disponibles sur les portables se sont tellement développés que ce petit objet a remplacé beaucoup d’appareils qui vont peut-être disparaitre dans le futur (l’appareil photo, le lecteur de musique, la calculatrice, la montre, etc.). Il représente donc une véritable révolution technologique. Son utilisation intensive par les jeunes crée une distance entre les générations. Les parents, et encore plus les grands-parents, comprennent moins le monde des jeunes et leurs téléphones, car les jeunes ont développé un langage spécifique et des habitudes nouvelles. Le portable a changé les attitudes : les gens réfléchissent moins, ils n’ont pas à anticiper les problèmes de la même manière que leurs parents qui n’avaient pas de téléphone pour avertir d’un retard, ou appeler de l’aide. Les paramètres de communication ont changé. Tout est plus rapide, plus superficiel, plus anonyme, plus individualiste, plus virtuel… L’utilisation intensive du portable pour communiquer a aussi un impact sur la langue : e « langage texto » accélère l’évolution de la langue (changements d’orthographe, création de nouveaux mots…). Les portables exercent un pouvoir sur beaucoup de jeunes (ils dictent leur vie sociale et les jeunes sont devenus dépendants de leur portable). Grace à sa connexion à internet, il a accéléré le rythme de vie. Tout doit aller vite. Les gens ont moins de patience. Dans le monde professionnel, il rend esclave du travail. Si on ne l’éteint pas, on est joignable à tout moment et on ne peut pas déconnecter du travail.

Les réseaux sociaux :

Ils sont utiles pour retrouver des connaissances perdues de vue, pour développer des relations, pour communiquer avec plusieurs personnes en même temps. La communication est plus facile car on n’a plus besoin de se déplacer et c’est moins cher (par exemple Skype est gratuit). On peut rester en contact plus facilement avec famille et amis habitant au bout du monde. Mais ils ont également des impacts négatifs. On reste chez soi, on rencontre moins les gens, on vit une vie virtuelle qui peut être superficielle. La communication perd son côté humain, la chaleur, les émotions, les expressions de visage, la gestuelle, les nuances et subtilités. La communication risque de devenir automatique, numérisée, plate. La langue risque de s’appauvrir. Les contacts virtuels peuvent aussi être dangereux car on ne connait pas toujours l’identité réelle des personnes avec qui on communique.

Education aux nouvelles technologies de communication :

La prévention des risques passe par l'éducation. Les jeunes en particulier sont malins dans leur utilisation d'internet, mais vulnérables, donc il faut les surveiller et les protéger. Il faut être vigilant quand on achète en ligne, pour ne pas être victime d'escroquerie. Il ne faut pas révéler ses infos personnelles, des infos concernant ses amis, ou diffuser des propos insultants. Il faut connaitre les lois dans le domaine du téléchargement.

La télévision:

> place de la télévision dans la vie de tous les jours

> qualité des programmes

> accoutumance

> impact sur la communication, les contacts humains et les comportements

La télévision tient une place importante dans la société. Toutes les familles en ont plusieurs généralement ; beaucoup d’enfants en ont même une dans leur chambre. Elle est aimée de tout le monde, car chacun y trouve son compte avec la variété de chaines et d’émissions. Elle représente un marché économique considérable, avec des développements technologiques de pointe (Home cinéma, grands écrans plats, télé en 3D, etc. Avec la télévision de rattrapage (replay), et la possibilité de regarder des programmes sur son téléphone, la télévision est présente partout et à tout moment. Elle influence les jeunes à plusieurs niveaux (mode, messages des célébrités, opportunités de découvrir des talents, etc.). Elle est au centre de nombreuses discussions entre les jeunes. Elle alimente les conversations et favorise les contacts (c’est un sujet de discussion facile). Elle permet d’être au courant de ce qui se passe dans le monde.

Mais il faut être vigilant quant à son utilisation : la société devient de plus en plus sédentaire et la télé a pris une grande ampleur car elle ne demande pas ou peu d’effort intellectuel. Il ne faudrait pas qu’elle remplace la lecture! Certains programmes sont nuisibles à la santé mentale, car ils sont abrutissants ou violents. Le nombre d’heures passées devant la télé est aussi problématique, car il favorise la passivité et est associé à l’augmentation du nombre de personnes obèses. La violence et la vulgarité sont banalisées. Il y a trop de langage grossier. Les jeunes en particulier imitent les acteurs ou les personnes qu'ils voient à la télé. La télévision fait du lavage de cerveau et véhicule des stéréotypes (la famille parfaite, les rôles de l'homme/de la femme, etc.).

La télé-réalité a pris une place importante dans la grille des programmes. On trouve plusieurs genres d’émissions de télé-réalité : la vie en communauté (Big Brother), une compétition sur une compétence particulière (cuisine, danse, chant, décoration intérieure/rénovation, marketing, etc) , de l’action / de l’aventure / des initiatives (I’m a celebrity, get me out of here) , de la séduction (Bachelorette) , des portraits d’une situation particulière, d’un mode de vie (Big Fat Loser, Made in Chelsea, My sweet 16), une mise en scène de vedettes (Keeping up with the Kardashians), du coaching (développement personnel) , des caméras cachées ("You've been framed"). Dans ce genre d’émission, il y a une identification forte du téléspectateur, une sensation de faire partie de l'émission. Elles contiennent du rêve parfois : certaines personnes améliorent leurs condition de vie (ou celle d'autres personnes) suite à leur participation à une émission. Il peut y avoir une prise de conscience sur les conditions de vie de personnes moins privilégiées ou peut être tout simplement un divertissement à prendre au "second degré". Elles contiennent aussi pourtant plusieurs aspects négatifs. Ce n'est pas vraiment de la réalité puisqu'on demande aux participants de "jouer" un rôle, et qu'on "sélectionne" les participants selon certains critères. Puis on les manipule. Il y a parfois une dévalorisation des participants et une atteinte à leur dignité (dans certains programmes, les participants font l'objet de parodies, de moqueries). Ce n'est pas spontané mais fabriqué. Le public est principalement des jeunes, donc plus vulnérables et ces émissions ont des répercussions sur leur vision du monde, et leurs comportements sociaux. On y voit la banalisation du banal, l’apologie de l'individualisme et du narcissisme ; un côté voyeuriste (on regarde avec curiosité et intérêt le malheur ou la vie privée des gens) ; une notoriété artificielle ; la mise en scène de la trahison, du sadisme (de la cruauté) et du harcèlement moral ; l’exploitation des faiblesses humaines et une philosophie de "Darwinisme social" (élimination des plus faibles).

La publicité :

Il existe différentes catégories de pub: la publicité commerciale, pour vendre un produit, et la publicité sur la santé publique pour informer sur les dangers de quelque chose, sur une situation humanitaire, un problème écologique, etc. A la télévision, la publicité principalement commerciale détourne l’attention des téléspectateurs. Elle est intempestive et irritante. Elle alimente le consumérisme (=attitude de consommer excessivement), crée des besoins artificiels pour des choses parfois futiles. Elle influence nos façons d'acheter des produits (c'est du lavage de cerveau). La publicité est faite pour piéger les enfants (les enfants sont des cibles faciles). Les publicitaires utilisent plusieurs techniques : Ils révèlent les désirs inconscients (le fantasme de la puissance, le désir). Ils utilisent l'humour, les slogans faciles à retenir, les couleurs vives, la musique (les jingles), les animations et les effets spéciaux. Ils peuvent être très créatifs! Pour vendre, ils mettent en avant l'exclusivité de leurs produits, font appel à des pseudo-informations scientifiques. Ils jouent sur les stéréotypes, font appel aux sentiments, visent le bonheur et le plaisir. La publicité peut également être informative et efficace pour sensibiliser les gens aux problèmes de pauvreté mondiale, de cruauté envers les animaux, d'exclusion sociale, de maladies incurables. Les pubs provoquent des débats, ce qui nous oblige à réfléchir aux valeurs de notre société. Un exemple de débat est celui de la place (ou non) de la publicité dans les écoles. Les entreprises peuvent exploiter les écoles en offrant des équipements gratuits. Le danger est une "marchandisation de l'enseignement", où des compagnies privées pourraient cibler un public jeune et vulnérable avec leurs produits (distribués gratuitement) et les encourager, insidieusement, à consommer de plus en plus tôt. En effet, les jeunes sont influençables et l'école devrait peut-être demeurer une institution neutre et sans "agressions publicitaires".​