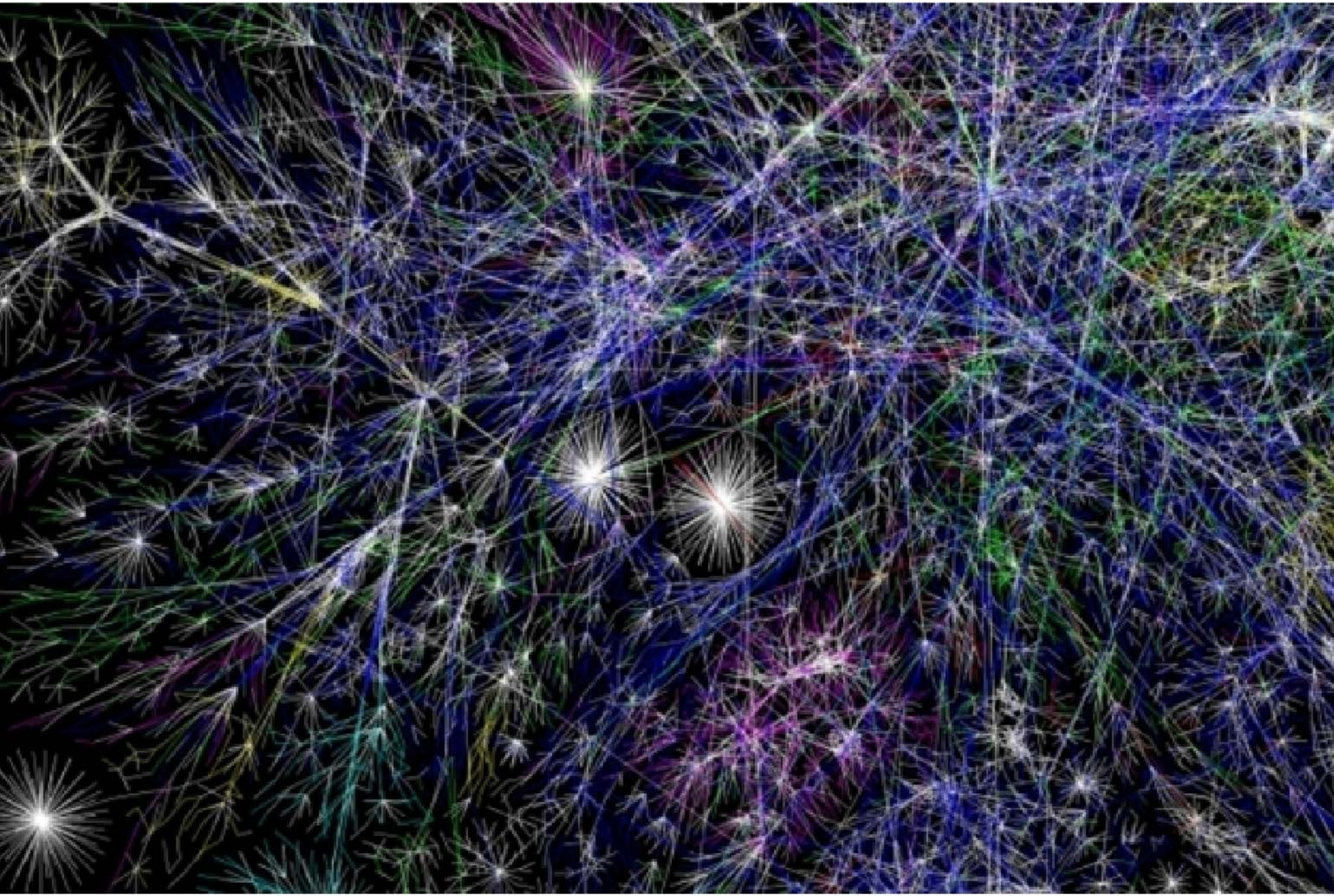
L’histoire et l’univers Internet : une introduction aux réseaux numériques

http://iconoclaste.ca/formations/modules-rafa/



Contenus

Historique, contexte social, Web 2.0 et P2P, théorie des réseaux, économie et marché, stratégie marketing, le site Web d'aujourd'hui, taxinomie, folksonomie, peuplonomie et promotion

Recommandation relative à la condition d'artiste (UNESCO)
Article 15. Parce que la société d'aujourd'hui est déjà

le site Web d'aujourd'hui, taxinomie, folksonomie, peuplonomie et promotion

Recommandation relative à la condition d'artiste (UNESCO)
Article 15. Parce que la société d'aujourd'hui est déjà société de l'information, il appartient aux artistes, tournés vers l'horizon de l'avenir, de tracer les voies d'une nouvelle alliance entre éthique, technique et esthétique. De l'écoute de l'artiste et du respect de sa condition, dépend ainsi, pour une large part, le devenir des sociétés

Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles
Article 11. Les Parties reconnaissent le rôle fondamental de la société civile dans la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles

Recommandation relative à la condition d'artiste (UNESCO)
Article 15. Parce que la société d'aujourd'hui est déjà société de l'information, il appartient aux artistes, tournés vers l'horizon de l'avenir, de tracer les voies d'une nouvelle alliance entre éthique, technique et esthétique. De l'écoute de l'artiste et du respect de sa condition, dépend ainsi, pour une large part, le devenir des sociétés

Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles
Article 11. Les Parties reconnaissent le rôle fondamental de la société civile dans la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles

Internet et le WWW ne sont pas que de nouveaux environnements commerciaux
Ce sont des technologies bidirectionnelles

promotion de la diversité des expressions culturelles

Internet et le WWW ne sont pas que de nouveaux environnements commerciaux
Ce sont des technologies bidirectionnelles
Notre société traverse une révolution qui nous fera passer d'une économie industrielle de biens… à une économie informationnelle du savoir
La culture est un bien symbolique véhiculant informations et savoir
Internet, s'il reste libre, permet à l'usager de choisir ses sources d'information et de savoir

Historique

À l'origine il y a les « Hackers » et leur code d'éthique des réseaux (Steven Levy)
Accès aux ordinateurs doit être total et illimité
Se méfier de l'autorité et promouvoir la décentralisation
« Hands-On Imperative » – Participer dans l'amélioration constante des logiciels et des réseaux
Toute information doit être « free »

« Free as in free speach, not as in free beer » :
Richard Stalmann
Fondateur de GNU-GPL (General Public Licence)

« Hands-On Imperative » – Participer dans l'amélioration constante des logiciels et des réseaux
Toute information doit être « free »

« Free as in free speach, not as in free beer » :
Richard Stalmann
Fondateur de GNU-GPL (General Public Licence)

http://www.gnu.org/philosophy/free-sw.html

Logiciels libres (Open source) Linux - Firefox
Logiciels propriétaires - Windows - Explorer

Contexte social

Logiciels libres (Open source) Linux - Firefox
Logiciels propriétaires - Windows - Explorer

Contexte social

Le World Wide Web et l'hypertextualité
Tim Berners-Lee - chercheur au CERN
Le premier site Web est le CERN en 1991
http://info.cern.ch

De 1992 à 1997 le Web est passé de 600 000 à 40 millions d'usagers, 360 millions en 2000 et Tom Hayes auteur de « Jump Point » évoque 3

Le premier site Web est le CERN en 1991
http://info.cern.ch

De 1992 à 1997 le Web est passé de 600 000 à 40 millions d'usagers, 360 millions en 2000 et Tom Hayes auteur de « Jump Point » évoque 3 milliards d'usagers en 2010. En fait nous sommes...

http://www.worldometers.info/

Les forces qui animent les natifs du Web...
Instantanéité - modification du rapport au temps - 24/7
Ubiquité et mobilité - Rapport à l'espace
Anxiété - que les liens atténuent et la solitude accroît
Affiliation - adoption des marques, des espaces

http://www.worldometers.info/

Les forces qui animent les natifs du Web...
Instantanéité - modification du rapport au temps - 24/7
Ubiquité et mobilité - Rapport à l'espace
Anxiété - que les liens atténuent et la solitude accroît
Affiliation - adoption des marques, des espaces identitaires
Authenticité - gare aux messages corporatifs cachés
Individualité - protection de l'anonymat
Personnalisation de l'objet comme incitatif

Web 2.0 et P2P

Web 2.0 et P2P

Andrew Keen « Le culte de l'amateur » Destruction des institutions et de la culture - Réduction des contrôles et des standards normés
James Surowiecki « La sagesse des foules » Enrichissement collectif par la participation - Discrimination de l'information par la communauté - Règle du nombre comme caution
Pierre Lévy « Intelligence collective » Aucun d'entre nous ne connaît tout ; chacun de nous connaît quelque chose ; nous pouvons en recoller les morceaux si nous mettons nos ressources en commun

- Autopublication - Création de contenus par les utilisateurs - YouTube et Prince

nos ressources en commun

- Autopublication - Création de contenus par les utilisateurs - YouTube et Prince
- Court-circuiter ou non les médias de masse?
- Créer - Publier - Distribuer et promouvoir
- Phénomène durable, passager - rapport au temps
- Contexte politique et social favorise ou non la pénétration du phénomène

- La blogoshère avec Blogger, Typepad, Wordpress et avant eux le forums et les BBS, constituent la genèse des réseaux sociaux virtuels, les moteurs de recherche Technorati et Google Blog

- Phénomène durable, passager - rapport au temps
- Contexte politique et social favorise ou non la pénétration du phénomène

- La blogoshère avec Blogger, Typepad, Wordpress et avant eux les forums et les BBS, constituent la genèse des réseaux sociaux virtuels, les moteurs de recherche Technorati et Google Blog Search, la façon d'y pénétrer
- Les réseaux sociaux Twitter, Facebook, Last.fm sont des réseaux « P2P » qui mettent en relation des « End-Users » ou utilisateurs finaux
- Pour échanger avec vos adeptes (Artists to Fans – A2F)
- Concept du 1000 True Fans
- Pour les rapatrier vers votre site web ou blog
- Pour diffuser du contenu audiovisuel
- Pour faire du réseautage professionnel
- Pour partager

Le P2P avec Napster (original 1999 – 2001) en tête, est un dérivé du concept de Time-Shared Computing et de la notion de libre information des hackers d'origine

- Pour les rapatrier vers votre site web ou blog
- Pour diffuser du contenu audiovisuel
- Pour faire du réseautage professionnel
- Pour partager

Le P2P avec Napster (original 1999 – 2001) en tête, est un dérivé du concept de Time-Shared Computing et de la notion de libre information des hackers d'origine
Notre ordinateur et nos profils sont mis à contribution de la communauté
La nuagique ou le « Cloud Computing » et le « Cloud Storage » est un nouvel enjeu important, qui implique la migration de nos logiciels de travail et de nos contenus vers des serveurs distants : Google Docs, DropBox, Zoho

- Échanges hypertemporels
- Réseaux centralisés, décentralisés (Limewire), distribués (Bit Torrent)
- Communautés fermées F2F (friend to friend) via cloud storage, via tracker torrent par invitation

La magique ou le « Cloud Computing » et le « Cloud Storage » est un nouvel enjeu important, qui implique la migration de nos logiciels de travail et de nos contenus vers des serveurs distants : Google Docs, DropBox, Zoho

- Échanges hypertemporels
- Réseaux centralisés, décentralisés (Limewire), distribués (Bit Torrent)
- Communautés fermées F2F (friend to friend) via cloud storage, via tracker torrent par invitation
- Échanges par Bluetooth, clés USB et disques compacts
- Contrer la répression des échanges par des parades de plus en plus cachées…

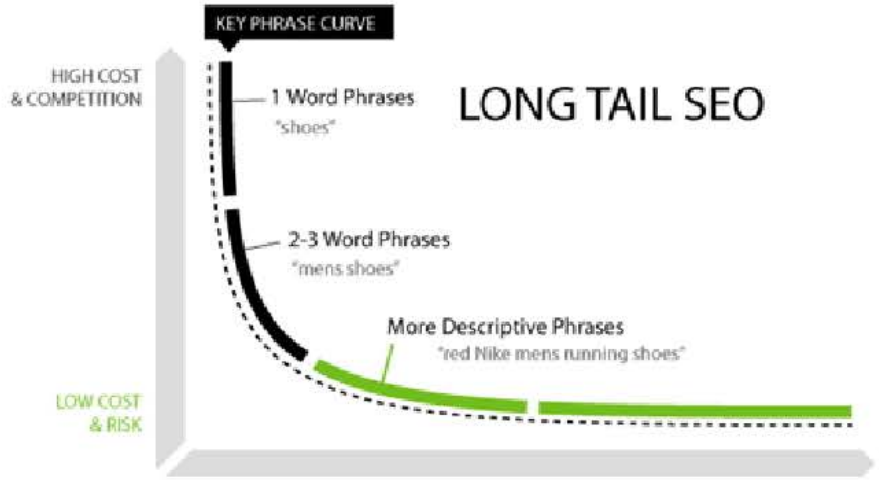
Théorie des réseaux

Tom Hayes « Jump Point » et Thomas L. Friedman « The World is Flat »
Coopération horizontale et collaboration
Darwinisme économique est un leurre - la taille du partenaire n'est plus un critère
Bâtir la confiance avec nos partenaires d'affaires
Bâtir la confiance entre les consommateurs et les fournisseurs de biens
Partager l'information pour accroître la notoriété et la confiance
Le « push » et le « pull »

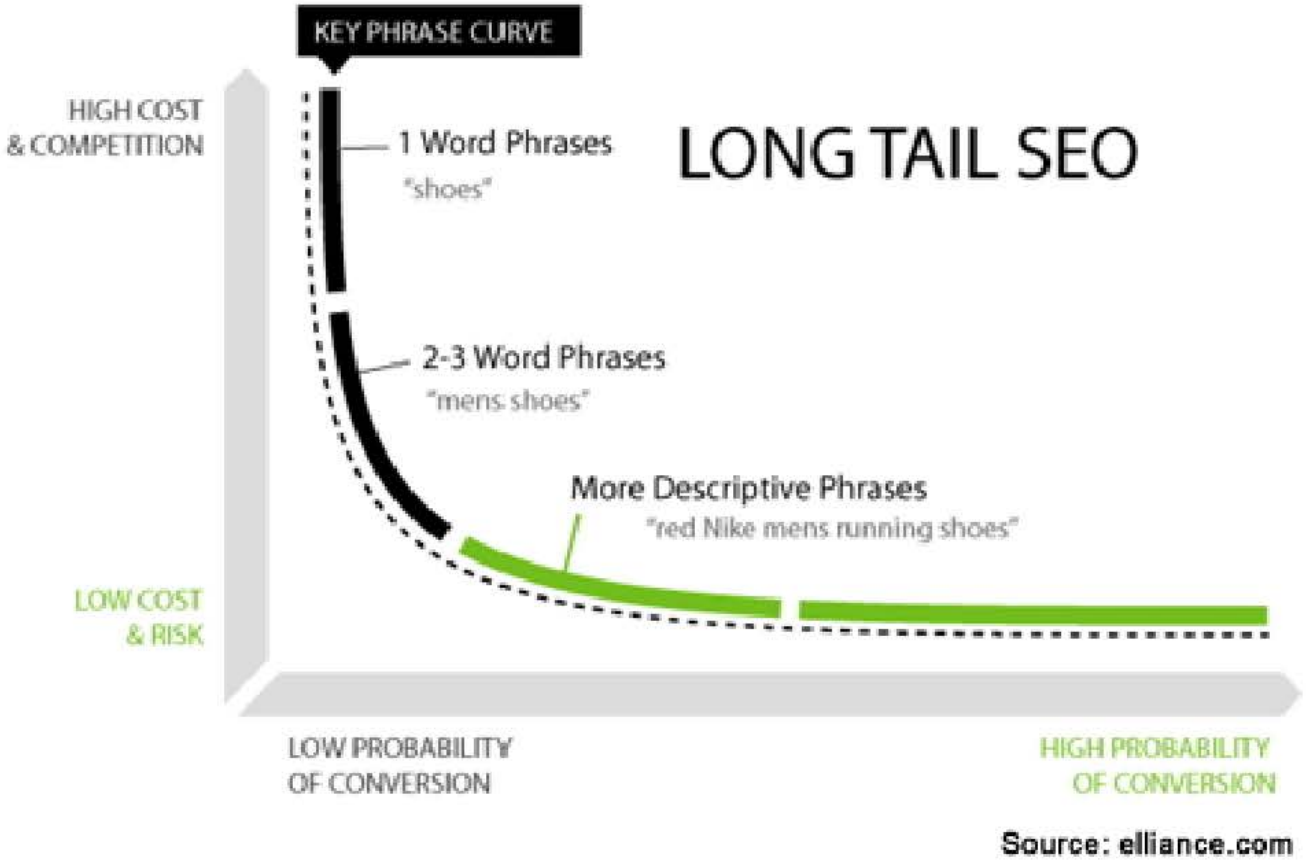
Avec « The Long Tail » Chris Anderson évoque la présence de trois forces au service du commerce en-ligne...
La première force, la démocratisation de la production,

de biens
Partager l'information pour accroître la notoriété et la confiance
Le « push » et le « pull »

Avec « The Long Tail » Chris Anderson évoque la présence de trois forces au service du commerce en-ligne…
La première force, la démocratisation de la production, peuple la Traîne.
La deuxième, la démocratisation de la distribution, la rend disponible. Mais ces deux forces ne suffisent pas.
Le potentiel de la Longue Traîne ne s'exprime véritablement qu'avec la troisième force, qui aide les gens à trouver ce qu'ils veulent au sein de cette surabondance nouvelle. » : Les moteurs de recommandation



veulent au sein de cette surabondance nouvelle. » : Les moteurs de recommandation



Économie et marché

Non-excluabilité et non-rivalité des biens culturels numériques, compensation par association à un bien rival…
Modèles publicitaires (Streaming)
Modèles forfaitaires (Streaming et licence générale/légale/globale)
Modèles volontaires « Pay what you want » (Willingness to Pay/A2F)

Agrégateurs (musique, film, livre) et détaillants numériques : Distribution numérique auprès des détaillants et des radios en flux continu (streaming)

Modèles volontaires « Pay what you want » (Willingness to Pay/A2F)

Agrégateurs (musique, film, livre) et détaillants numériques : Distribution numérique auprès des détaillants et des radios en flux continu (streaming)

- Majeurs : multinationales, Believe, IODA, The Orchard
- Sommaires : CDBaby, Nimbit, Tunecore, Reverbnation

- Directs : Bandcamp, Viinyl
- Détaillants numériques : iTunes, eMusic, Amazon, Etsy, Netflix, Archambault, téléphonie mobile
- Radios en streaming : Last.fm, Spotify, Grooveshark, Deezer
- Télé en streaming : YouTube, Vimeo, Tou.tv, MySkreen

Stratégie marketing
Éléments de premier niveau

Trousse numérique pass : ico_formation
http://iconoclaste.ca/formations/musique-numerique-et-marketing-viral

Branding et reposoir (votre site)
Entretien et mise à jour
Listes d'envois et logiciel de gestion des envois
Implantation des réseaux sociaux virtuels
Peuplement progressif des réseaux (constance et régularité)
Marketing conversationnel (éthique et pondéré)

Stratégie marketing
Éléments de second niveau

Entretien et mise à jour
Listes d'envois et logiciel de gestion des envois
Implantation des réseaux sociaux virtuels
Peuplement progressif des réseaux (constance et régularité)
Marketing conversationnel (éthique et pondéré)

Stratégie marketing Éléments de second niveau

Se fixer des objectifs ciblés et un calendrier réaliste
URL transactionnel (en accueil + boutique propriétaire)
Utilisation d'un agrégateur de favoris (Diigo et Delicious) et d'un gestionnaire de projet (projectpier, projectfork Zoho, Basecamp)
Partage entre les applications
Journal statistique

le site Web d'aujourd'hui est

D'abord et avant tout fonctionnel
Facile à référencer (SEO / search engine optimisation)

le site Web d'aujourd'hui est

D’abord et avant tout fonctionnel
Facile à référencer (SEO / search engine optimisation)
et à mettre à jour (CMS / gestionnaire de contenu)
Son esthétisme est plutôt secondaire
Sites propriétaires et reposoirs
Offrant un tableau de bord et constituant un bureau virtuel

User : admin
Pass : sandbox3

http://icono.me/sandbox3/

Optimiser les résultats de recherche Google : 90 millions de

Pass : sandbox3

http://icono.me/sandbox3/

Optimiser les résultats de recherche Google : 90 millions de requêtes quotidiennes
Le choix du URL, le choix de la technologie, les métatags
Multiplier les liens sortants et entrants
Via vos médias sociaux, créer un effet de WebRing, ne pas diriger l'internaute dans un cul-de-sac virtuel
Lui proposer de venir à la maison !!!

Taxinomie / folksonomie / peuplonomie

Associer les contenus de vos blogs à des balises sémantiques.

Taxinomie / folksonomie / peuplonomie

Associer les contenus de vos blogs à des balises sémantiques, taxinomie, tags, mots clés : genres artistiques, artistes similaires et influences, « moods », concepts, lieux géographiques, langues, services etc…

Les tags permettent de tirer profit de la troisième force de la longue traine

Les métadonnées sont votre tremplin pour l'avenir

Promotion

Constituer vos listes bien en amont – Utiliser une case de saisie pour vos abonnements
Mail-marketing interactif avec statistiques - soigner les cibles : qu'elles soient signifiantes
Reprendre le message sur les réseaux sociaux en appui, utiliser les applications de synchronisation (AddThis, HootSuite, Twitter on Facebook)
Créer un événement pour gérer les RSVP de vos invités

Rechercher l'effet viral - donner de la substance, offrir un incitatif
Être partout là où l'on nous attend - Multiplier les approches - Les

Twitter on Facebook)
Créer un événement pour gérer les RSVP de vos invités

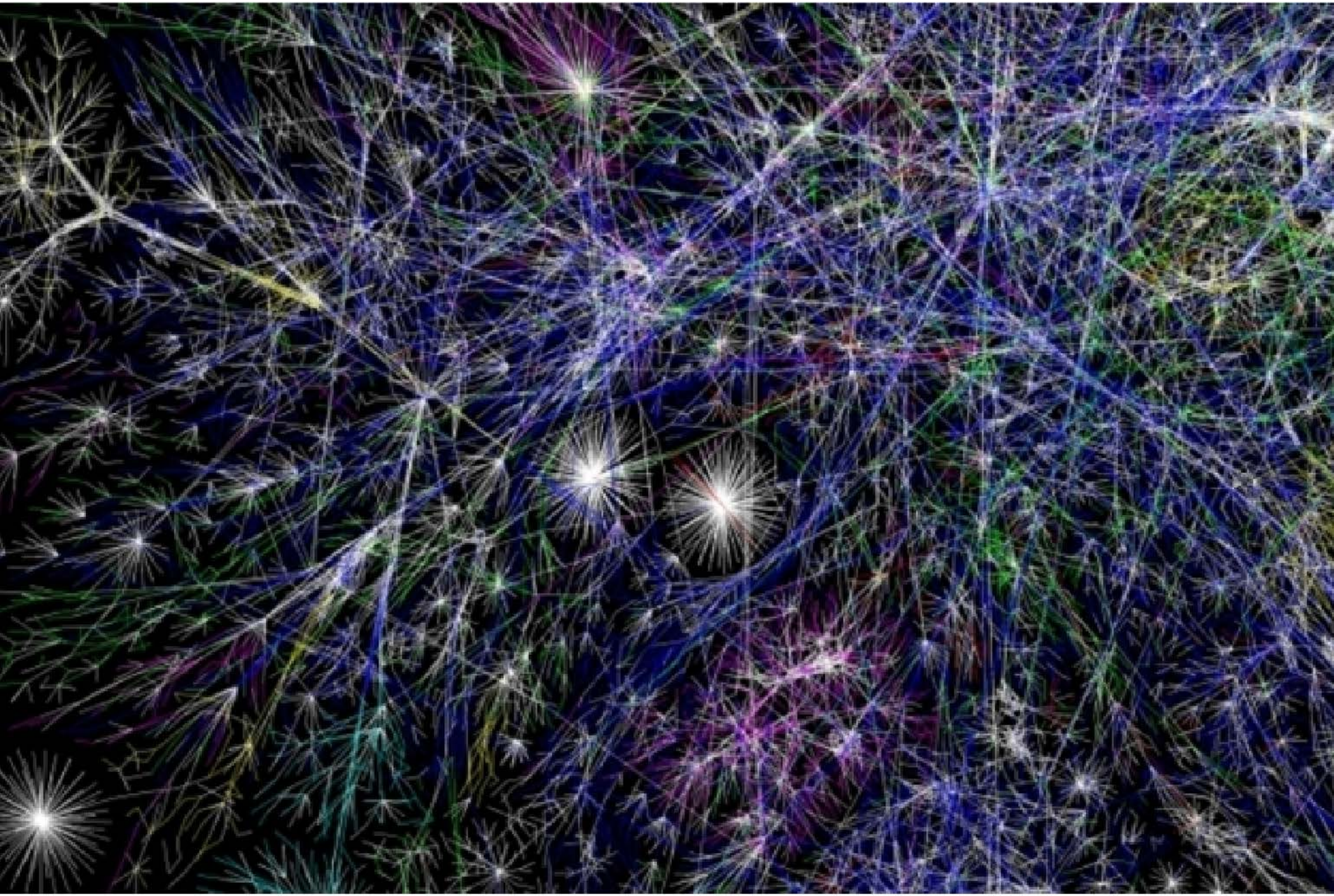
Rechercher l'effet viral - donner de la substance, offrir un incitatif
Être partout là où l'on nous attend - Multiplier les approches - Les achats placement migrent vers l'investissement en temps - Un peu chaque jour
Constituer une équipe, y inclure les artistes, des partenaires clés et éventuellement le public !

Conclusion

Il est inutile de travailler contre les propriétés inhérentes des réseaux, leur cheminement historique, leur propension à s'étendre
L'économie du futur est basée sur la confiance, la collaboration, la réputation en-ligne, nouveaux atouts concurrentiels
Il ne faut pas développer de complexe face au médium mais plutôt s'en emparer au quotidien, poser des questions et échanger, faire des tests sous ententes contractuelles de courte durée
Nous traversons pour les prochaines années une phase de tests et d'ajustements durant laquelle il est important d'occuper l'espace Internet

Les atomes se transforment en octets, c'est une réalité irréversible
Nicholas Negroponte – Fondateur du MIT MediaLab et de One Laptop per Child

http://one.laptop.org/

Geolocalisation et realité augmentée – the Web 3.0

http://www.thewildernessdowntown.com