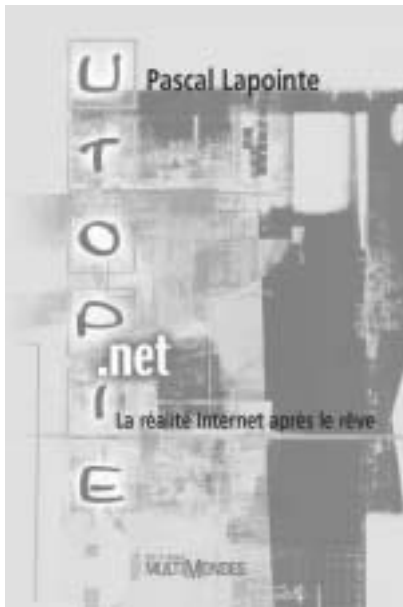


UTOPIE.NET

La réalité Internet après le rêve
par PASCAL LAPOINTE



Novembre 2002 – Les Éditions MultiMondes annoncent la parution de *Utopie.net. La réalité Internet après le rêve*, par Pascal Lapointe, un ouvrage qui analyse les avantages et les inconvénients d'Internet, une fois retombé l'enthousiasme trop souvent délirant du début du Web.

« S'agit-il d'une passion déçue? Ce ne sont pas les technologies numériques elles-mêmes qui le déçoivent, mais les abus de pensée magique de nos contemporains qui en ont fait un bouillon de culture de toutes les utopies flamboyantes et de tous les mythes dont notre vieille psyché humaine est capable », souligne le préfacier du livre, Hervé Fischer, titulaire de la chaire Daniel-Langlois en technologies numériques et beaux-arts de l'Université Concordia.

« Dans la foulée de la croissance phénoménale d'Internet, les supposés experts ont promis l'utopie, poursuit l'auteur, mais nul n'a voulu voir venir sa commercialisation, la bulle boursière, les faillites...

Les erreurs de jugement et les dérapages ont été nombreux. Il est temps d'examiner certaines de ces erreurs: c'est peut-être ainsi qu'on évitera d'en commettre d'autres. Parce qu'Internet, soyez-en sûr, n'a pas fini de prendre de plus en plus de place dans nos vies. Tout cela ne fait que commencer. »

L'auteur

Journaliste, PASCAL LAPOINTE a couvert Internet pour diverses publications, dès 1994. Il est rédacteur en chef de l'Agence Science-Press, une agence d'information qui s'emploie à convaincre les médias qu'ils devraient parler plus, et mieux, de science et de technologie.

Référence

Utopie.net. La réalité Internet après le rêve, Pascal Lapointe, préface de Hervé Fischer, Éditions MultiMondes, Québec, 2002, 264 pages, 15x23 cm, reliure souple, **29,95\$**, ISBN 2-89544-033-6
Distribution en librairie au Canada: Diffusion Dimedia

Pour renseignements:

Service de presse: Ginette Beaulieu (514) 282-9962 ou ginette.beaulieu2@sympatico.ca
Éditions MultiMondes: 1 800 840-3029 ou multimondes@multim.com

Extraits de la table des matières

Introduction	Le culte de la nouveauté	Dilution d'une information fiable
PREMIÈRE PARTIE: LES BRANCHÉS DÉBRANCHÉS	La révolution manquée du <i>push</i>	Publier sans vérifier
Les rêveurs éveillés	La révolution manquée de la WebTV	Les journaux-CNN
Les limites du petit Web bricolé maison	Les révolutions manquées (<i>bis repetita</i>)	De moins en moins fiable
Les origines de l'écran de fumée	La révolution manquée des portails	De plus en plus rapide
Usenet: le dérapage oublié	La brève révolution des magazines	De plus en plus rapide et de moins en moins fiable
Le rêve de Bill Gates	La révolution (peut-être) des médias	Solution proposée: ouvrir les vannes
Un conte d'Halloween	Un fantôme appelé publicité	Les trous d'une information libre
Aveuglement + ignorance = échec	Un fantôme appelé profit	Pour une poignée de fiabilité
Les avoir au berceau	Déconnectés de la réalité	Raconte-moi une histoire
Le rêve d'une révolution	Tenir compte des besoins	La surabondance d'information
Communautés virtuelles	Le rêve du <i>Daily Me</i>	Constatation du phénomène
Des électeurs mieux informés	Le rêve ultime: la convergence	Les retombées de la surabondance
Une planète encore à brancher	Les sirènes de la convergence	Solution 1: triez
Le rêve d'une mondialisation	Le naufrage de la convergence	Solution 2: apprenez à chercher
Seattle: le début d'un temps nouveau	DEUXIÈME PARTIE: AFFRONTER LA RÉALITÉ	Solution 3: utilisez votre jugeotte
Le rêve d'une inforoute	Désintégration de la vie privée	Faire l'effort: l'humain contre la machine
L'affaire Freenet	La vie privée n'est pas sur Internet	Conclusion
L'affaire UBI	La vie privée est ailleurs	<i>Lectures en évolution</i>
L'hégémonie des barons de la tuyauterie	Un dossier médical unique	<i>Lectures tout court</i>
Inforoute: la construction d'un mythe	Le marketing de la vie privée	<i>Chronologies</i>
Parenthèse: le mythe de l'imprimerie	Le faux mythe de Big Brother	
L'imprimerie: la construction d'un mythe		
Une invention commerciale		
Les véritables impacts de l'imprimerie		