

INTERNET, LE FOSSOYEUR DU MONDE MOISI

LE 1 JUIN 2009 AGNÈS MAILLARD

"Internet m'a tuer" : c'est devenu la grosse tarte à la crème de ces dernières années. Le réseau mondial se retrouve systématiquement sur le banc des accusés de la plupart des maux de notre société. Tout secteur menacé de déclin ou d'obsolescence dégage automatiquement le bazooka anti-Internet pendant que notre gouvernement mouline des lois comme un tas de shadocks hallucinés sous ecsta pour tenter de circonscrire le monstre numérique.

"Internet m'a tuer" : c'est devenu la grosse tarte à la crème de ces dernières années. Le réseau mondial se retrouve systématiquement sur le banc des accusés de la plupart des maux de notre société. Tout secteur menacé de déclin ou d'obsolescence dégage automatiquement le bazooka anti-Internet pendant que notre gouvernement mouline des lois comme un tas de shadocks hallucinés sous ecsta pour tenter de circonscrire le monstre numérique.

Derniers atteints par l'*Internetophobie* de rigueur, les journalistes, autrefois gambadant allègrement dans l'Olympe des privilégiés qui tutoient l'élite et profitent des salaires du dernier décile, aujourd'hui remisés au rang de **prolétaires du cervelet**, espèce déjà hautement précarisée et promise à une extinction prochaine et fulgurante. Dernier clou du cercueil de la presse en général et du journalisme en particulier, **la petite saillie du professeur Robert Picard qui assène**



que vu ce qu'ils produisent, les journalistes ne méritent que le SMIC... et encore ! L'idée forte de la démonstration, c'est qu'en démocratisant l'accès à l'information, Internet a rendu les journalistes particulièrement facultatifs.

Sauf que je ne suis pas convaincue que les plunitifs déclinistes n'ont pas inversé les causes et les effets. Ne serait-ce pas plutôt parce que les journaux diffusent de l'info de mauvaise qualité que les lecteurs ont fini par aller s'abreuver directement à la source ? Où sont passés les **Albert Londres**, les **Carl Bernstein** et **Bob Woodward**? Non pas qu'il faille déterrer les morts, mais quel média prend encore la peine de payer pour du journalisme de terrain, de l'investigation, de la critique, de la découverte, du poil à gratter ? En dehors de quelques éditorialistes bien en vue qui s'échangent obséquieusement leur rond de serviette d'une rédaction à l'autre et en prenant bien soin de ne jamais froisser personne, tout ce qui a encore des velléités d'écriture au long cours, d'enquête de terrain, d'impertinence avec les riches et les puissants, de dénonciations diverses et variées ou d'analyse de fond a dû se rabattre sur des marchés de niches, l'édition de livres ou, justement, le formidable outil de diffusion qu'est le Net.

Parce qu'au final, ce qui a tué le journalisme, c'est bien l'arrivée massive des marchands de yaourts dans les salles de rédaction, le moment où on a cessé de penser au métier d'informer pour se concentrer uniquement sur le rendement financier des titres, où on a considéré qu'un journal était un placement comme un autre, à qui il fallait faire cracher son dividende tous les ans. Ceux qui montrent du doigt Internet oublient un peu vite une réalité fort bien décrite en 2005 au sujet de l'audit du cabinet AT Kearney à l'Usine Nouvelle, où il s'agissait de calculer...



le "taux d'utilisation" des journalistes. "Un indicateur génial, dont AT Kearney détient le secret, précise Libé, pour calculer la productivité de chaque journaliste par mots publiés" (sic). Conclusion : le "taux d'utilisation du journaliste" de L'Usine nouvelle serait de 60% (contre 70% à LSA et 80% à L'Argus de l'assurance).

La "logique" ne souffre pas l'ambiguïté : le journaliste est évalué en fonction de la quantité de mots produits (si l'on peut dire). Nulle place ici pour la qualité. "Il ne connaissent rien au métier de la presse", assure un journaliste. On veut bien le croire. Dans un communiqué, les rédactions ont dénoncé des méthodes qui "bafouent le métier de

journaliste “.

**Acrimed, L'Usine nouvelle et ses (quo)tas de mots à produire ,
15/02/2005**



La quantité, ennemi intime de la qualité. Il suffit pourtant de s'informer **des conditions d'attributions de la fameuse carte de presse** pour comprendre que le principal critère d'entrée dans l'ex-noble profession est bien l'argent ramassé et non la qualité de l'information fournie. Si l'on ajoute à cela le goût prononcé pour les **ménages entre amis** et la bien **preste soumission à la loi des annonceurs**, on comprend mieux comment la presse se retrouve à la ramasse et cherche un bouc-émissaire aux épaules assez larges pour supporter le résultat d'années de renoncements à toute éthique professionnelle. Les journaux sont devenus des espaces publicitaires à conquérir et le contenu importe tellement peu qu'on peut l'acheter par pack à des agences spécialisées ou le faire produire **pour une poignée de cacahouettes par une armée de l'ombre, les soutiers de l'information**, toujours prêts à se niquer une soirée pour le bonheur de suivre l'info locale, celle qui ne fait pas mal à la tête et qui permet de vendre du papier au kilomètre.

Finalement, quand on regarde plus près, la presse crève de son ultramarchandisation et cela n'a pas grand-chose à voir avec Internet.

Ce faux procès du réseau n'est d'ailleurs pas sans rappeler le même déni de responsabilité qui sous-tend aujourd'hui tout le lobbying échevelé de l'industrie du disque. Là aussi, **les marchands de yaourt** ont convaincu qu'ils sauraient mieux mettre en musique les bénéfiques que n'importe qui d'autre. On a viré les gens du métier et on a considéré qu'il importait moins de produire de la musique que de savoir la vendre. Le problème de la soupe, c'est que quand on se la verse dans les oreilles, ça fait de vilaines tâches sur le col de la chemise. Du coup, les ventes se sont effondrées et les marketeux se sont empressés de coller sur le compte d'Internet le résultat de leur absurdité capitaliste jusqu'aboutiste **tout en criminalisant leurs clients**, stratégie d'une rare connerie pourtant complaisamment appuyée par la **frénésie législative** d'un gouvernement de laquais qui en profite pour tenter de circonscrire toute velléité de contestation, sur fond de **terreur préinsurrectionnelle** !

Le nouveau modèle économique

Face à ces combats d'arrière-garde pour tenter de maintenir en l'état des rentes de situation bétonnées dans le socle d'habitudes fossilisées, il y a **les nouveaux forçats de l'information**, toute une nouvelle génération qui vit et travaille grâce au réseau et à travers lui sans jamais vraiment arriver à en dégager un modèle économique viable. La question est récurrente chez tous les adeptes des anciennes *nouvelles technologies de l'information* : comment arriver à en tirer un revenu de subsistance, quel est le business-plan qui contournera la loi numérique du contenu qui se multiplie encore plus vite que les petits pains et poissons du petit Jésus pour pas un kopek ? Ce n'est d'ailleurs plus un modèle économique que l'on recherche, c'est carrément la martingale, le Saint-Graal du cybertravailleur.

Parce qu'Internet **n'a pas tué le journalisme**, il l'a juste transformé, **transmuté**, même, faisant **surgir de l'or** là où il n'y avait **plus que de la merde. Pas plus qu'il n'a tué la musique**, mais seulement dynamité l'industrie du disque, dont l'intitulé même est un aveu d'échec. Parce que plus on y réfléchit et plus on en arrive à la conclusion qu'Internet n'est pas le problème, mais bien la solution. Enfin, sauf pour les baltringues de l'ancien monde qui meurt et dont ils refusent d'abandonner les privilèges exorbitants qu'ils s'y étaient octroyés.

Internet n'a pas besoin d'un nouveau modèle économique, car il est le nouveau modèle économique. **Un modèle fondamentalement non marchand, non financier, basé sur la connaissance, le partage, la solidarité et la non-hiérarchisation des relations sociales.** La nouvelle société postcapitaliste ne peut être virtuelle, certes, mais le fonctionnement d'Internet devrait en guider l'édification. Il suffit pour s'en convaincre, au-delà des exemples déjà présentés de l'art ou de l'information, d'observer la formidable ascension du **modèle des logiciels libres** : décentralisation des pouvoirs, diffusion instantanée de l'information, entraide, coopération, éthique et performances logiques et technologiques. Le soleil ne se couche jamais sur l'immense communauté du libre et partout, tout le temps, producteurs et consommateurs se côtoient, échangent, coopèrent jusqu'à parfois se confondre, dans le but toujours renouvelé d'arriver au meilleur résultat possible. Bien sûr, le monde des logiciels libres se cherche aussi un modèle économique, tout le monde continue de vouloir décalquer de force la marchandisation des échanges sur un monde ouvert et non hiérarchisé, mais la prise de conscience finira bien par se faire, aidée en cela par **l'effondrement toujours en**

cours du modèle dominant.

Parce que si l'on change de point de vue, si l'on cesse d'être téléguidé par la propagande de bas étage qui fait d'Internet le repère de tous les gredins, dégénérés et terroristes de la planète (sans compter les pédonazis !), on comprend que, plus qu'une révolution pure des moyens de communication, Internet est le nouveau *Far West*, le territoire des pionniers, des découvreurs, des inventeurs, des expérimentateurs, des défricheurs de monde, c'est le lieu réel où convergent tous ceux qui ont envie d'avenir, de changement, même si, comme pour tous les nouveaux territoires, ils attirent dans leur sillage les escrocs, les aigrefins, les desperados, bref, tous les exclus du système moribond, tous les aventuriers, tous les marginaux, tous les vautours naturels, toujours à l'affût de quelque charogne à boulotter. Et c'est probablement toute cette vigueur créatrice, toute cette énergie nouvelle, cette société émergente, en train de se construire sous nos yeux et avec nous, qui sont en train de contaminer le réel, de mettre à mal l'ancien monde qui s'effondre dans cette crise qui n'est pas prête de finir puisqu'elle ne pourra que déboucher sur quelque chose de radicalement différent.

La crise actuelle signifie que le modèle issu de la révolution Internet est en train de changer le monde. Il ne tient qu'à nous de changer avec lui plutôt que de persister à vouloir crever dans les ruines du monde moisi.

IMATH

le 1 juin 2009 - 19:37 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Très bon article! Bravo Agnès.

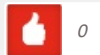
Les loi en "i" ne feront que retarder l'inévitable et très souhaitable. Le principal problème du journalisme d'aujourd'hui c'est qu'il est partisan et donc non objectif à mon avis. Il est devenu en qqe sorte du publi(cité)-reportage à la fois pour des biens et services qui payent (les annonceurs privés) que pour des idées et politiques qui payent (les annonceurs institutionnels).

Sur Internet, l'information "broussaille" : elle est profusion et sujette à validation. Je crois qu'owni avait fait un post sur le sujet "l'abondance des contenus". Les journaux citoyens ou digitaux comme celui-ci sont intéressants. L'internet dont tu parles et qui s'est construit d'abord comme le miroir de la IRL tend à nous faire explorer de nouvelles manières de penser, d'imaginer, d'innover le tout sans retrouver le lien avec la IRL et je pense que c'est ce qui fait peur...

Le seul impératif est que tous en tant que créateurs soyons responsables ;)

++

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

ROSA27FREDERICK

le 28 février 2010 - 1:37 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



All people deserve good life time and mortgage loans or secured loan would make it better. Just because freedom is based on money.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

1 ping

iPhone 3, Loppsi, Google squared... Billets de la semaine - Le blog du Modérateur le 31 octobre 2012 - 0:17

[...] – Internet, le fossoyeur du monde moisi : article remarquable d'Agnès Maillard sur les nouveaux modèles liés à Internet et [...]