

# PRESSE EN LIGNE ET MP3, MÊMES DÉGÂTS

LE 20 MARS 2010 OLIVIER ZILBERTIN

Le numérique n'est pas fait, n'est plus fait, pour n'écouter que de la musique dégradée, sans complément ni service, sans pouvoir parfois l'écouter sur l'appareil que l'on souhaite, sans pouvoir l'emporter avec soi où l'on veut. Le numérique, une fois les obstacles technologiques dépassés, doit offrir plus et mieux. C'est une évidence.



Il y a quelques jours, j'ai téléchargé

ici même, sur OWNI, un objet intitulé « **Le MP3 anachronique** ». J'y détaillais pourquoi le format né à une époque où les débits étaient bas, où les espaces de stockage étaient rares et chers, pourquoi ce format donc, n'avait plus réellement de sens aujourd'hui alors que bandes passantes extras larges et disques durs XXL sont devenus courants et accessibles. Pourquoi donc se contenter d'un fichier dégradé alors que plus rien n'empêche la plupart d'entre nous de télécharger du son de qualité CD, voire même de qualité supérieure. Patron d'un site de vente de musique en ligne qui propose de la musique en qualité CD (**Qobuz**), Yves Riesel se demandait comment on pouvait encore oser vendre aujourd'hui des fichiers MP3 sans le moindre « plus » à côté, images, textes, vidéo, bio, disco.... Je souscris complètement à cette interrogation.

**Le numérique n'est pas fait, n'est plus fait, pour n'écouter que de la musique dégradée,** sans complément ni service, sans pouvoir parfois l'écouter sur l'appareil que l'on souhaite, sans pouvoir l'emporter avec soi où l'on veut.... Le numérique, une fois les obstacles technologiques dépassés, doit offrir plus et mieux. C'est une évidence.

**Mais il y a autre chose** : je pense que l'exemple du MP3 et de la vente de la musique en ligne peut s'appliquer à bien d'autres domaines. Et en particuliers à la presse en ligne ; c'est un sujet qui m'intéresse tout particulièrement. J'ai eu souvent l'occasion de dire que de nombreux sites d'information mettaient la charrue avant les bœufs dans leur fameuse recherche de l'équation économique. Qu'ils cherchaient en somme comment vendre, avant même de savoir quoi vendre.

**Pour revenir au parallèle avec la musique**, on pourrait dire que le texte brut, c'est un peu le MP3 de la presse en ligne, à cette différence près que les fichiers textes n'ont pas besoin d'être compressés. Pour le reste, les sites d'informations se contentent souvent de mettre en ligne du texte brut, sans rien d'autre autour, sans la moindre fonction qui puisse justifier de le lire sur une machine surpuissante et bourrée de mémoire.

L'avantage du web n'est pas exclusivement de pouvoir délivrer l'information plus vite. Il serait grand temps que la presse qui passe en ligne s'en aperçoive.

—

(à retrouver aussi sur **blogOZ.fr**, le seul blog qui OZe...)