http://divergences.be/spip.php?article1298

Revue libertaire internationale en ligne
DIVERGENCES
Nous sommes définis par les lignes que nous décidons de traverser ou d'accepter comme frontières

anonyme

Des casseurs à Strasbourg qui utilisaient twitter, et les photos du Black Block en une de Myspace France

- Archives - Archives Générales 2006 - 2022 - 2009 - Avril, April 2009 No. 14 - Français - Théorie, critique,etc. -
Date de mise en ligne : jeudi 16 avril 2009

Copyright © Divergences Revue libertaire en ligne - Tous droits réservés

(Petit coup de gueule à propos de nouvelles situations ridicules)

Y a-t-il eu comme l'annonçait un journaliste de France 24 le 7 avril 2009, des casseurs de boutiques anti-Otan à Strasbourg qui envoyaient des infos en temps réel depuis leur téléphone portable sur leur compte Twitter, cette interface « sociale » à la mode sur internet où les commentaires suivis par vos « amis » (followers) ne peuvent pas dépasser 140 mots ?

Que cette rumeur soit fondée ou non, elle servira ici à illustrer la réalité d'un décalage qui est en train de s'aggraver dans de nombreux mouvements de contestation anticapitalistes, pas seulement chez les « violents », et qui était parfaitement imagé cette même semaine du 6 avril 2009 lorsque Myspace France décidait de mettre en Une et avec un titre éloquent le portfolio d'une photographe de l'intérieur des émeutes de Strasbourg.

Ce n'est pas nouveau en soi que les médias à très forte audience s'intéressent aux grandes émeutes et aux rendez-vous internationaux de contestation, surtout s' il y a un événement tragique (on se souvient des photos de Prague, de Seattle et surtout de Gênes en 2001 avec la mort d'un manifestant tué par balle par un policier, et dont les photo avaient été publiées notamment dans un magazine féminin). Mais ce qui est complètement en train d'échapper à la majorité des participants des mouvements de contestation qui s'attaquent, en théorie ou concrètement, à la politique et à l'organisation sociale capitaliste, donc à une organisation de la réalité qui s'ancre d'abord dans la réquisition des biens matériels et des ressources vitales physiques, du droit à la terre etc., même si tout un pan de ce système est ensuite virtualisé (valeur financière et marchés complexes de l'offre et de la demande), ce qui échappe à un grand nombre donc, c'est la transformation fondamentale que le capitalisme est en train d'opérer autour de la dématérialisation des contenus numériques et des nouvelles habitudes de consommation à l'ère de l'information « gratuite ».

Qu'est-ce qui change si profondément ?

A l'heure ou l'Europe vient de statuer l'accès à Internet et à un ordinateur comme des droits fondamentaux pour les personnes [1], on ne peut plus dire que la culture « numérique » et le monde du web soient de simples divertissements. Les échanges d'informations numérisées, reproductibles quasiment à l'infini et sans coût ont porté aujourd'hui nos sociétés dans une nouvelle époque, annoncée depuis la fin des années 1960 déjà comme une « société de l'information ».

Après les nouveaux flux et vecteurs de changement qu'ont été en leur temps le télégraphe, le chemin de fer, le téléphone filaire, la radio et la télévision, Internet est maintenant entré dans le quotidien du plus grand nombre, et en permettant un accès gratuit à de très grandes sources d'informations il révolutionne bel et bien la culture, mais plus encore, dorénavant c'est une évidence, il la structure. Et il s'agit non seulement de la culture que l'on pourrait appeler de divertissement, et ses industries (voir les frasques autour de la stupide loi Hadopi en ce moment en France), mais dans une définition plus large aussi de tout ce qui compose les liens entre les activités des hommes et des femmes, des différentes organisations de ces relations pour s'ordonner en des niveaux de réalité plus ou moins cohérents, mais en tout cas largement effectifs.

En plus des échanges invisibles qui ont lieu en permanence via Internet (et via d'autres réseaux numériques) et dont dépendent les sphères du travail et des institutions, à différents niveaux, tous et toutes nous sommes influencés par un rapport aux nouveaux médias personnels que sont les blogs, sites internet, réseaux sociaux (généralistes ou de « niche »), sites de rencontre, ou autres communautés avec des profils personnels.

Parallèlement à la prolifération banale des capteurs/transmetteurs portatifs que sont les téléphones portables et autres appareils numériques photo ou vidéo, lecteur/enregistreur audio (voire le tout en un), l'éducation aux médias se fait « naturellement » aujourd'hui par le passage à l'écran « augmenté » (par rapport à la télévision), celui qui est connecté à un réseau universel, accessible par tous et toutes. Cette nouvelle conscience de soi dans une possibilité d'être instantanément médiatisé(e), apporté(e), transmis(e) aux autres, via une plateforme vidéo ou photo sur

internet par exemple, est maintenant doublée de la conscience que la frontière avec les médias de masse traditionnels comme la télévision s'est fortement réduite. Si les anciens médias irradiants où les spectateurs/trices n'ont pas leur mot à dire, ne sont pas pour autant effacés pas les flux à la demande et l'énorme offre de contenus interactifs sur internet, on constate bien qu'ils sont forcés de s'adapter à ces nouveaux mode de diffusion (c'est un autre sujet). Mieux, la télévision s'inspire et se sert maintenant de ce qui se passe sur le net.

Aujourd'hui l'utilisation d'un blog ou d'un profil personnel sur un site social est pour des centaines de millions de personnes dans le monde (489 millions utilisateurs/trices en 2008) une réalité aussi structurante que l'organisation physique du territoire et de l'accès à la nourriture et à l'eau. Même si bloguer et exister sur internet, ne sont pas une nécessité vitale absolue, ces activités, tout comme les télécommunications en général, sont devenus un pan de la réalité de notre culture tellement importants que, évidemment, des enjeux de contrôle et de rationalisation économique inspirés de ceux sur les ressources physiques et vitales s'y appliquent.

Une critique du capitalisme et de la société marchande en retard

Dans la définition du capitalisme, une des conditions qui est encore fondamentale (avec la propriété privée) est celle de la séparation nécessaire entre les producteurs et les consommateurs. Cette condition encore appliquée à une économie de la rareté, celle des biens physiques, est paradoxalement dépassée aujourd'hui dans la production immatérielle par les différentes révolutions numériques qui ont apporté, avec l'expérience des nouveaux médias et l'ordinateur personnel, des outils de production à domicile et à des prix abordables.
Dans les domaines de la musique, de la vidéo, de la photo, de la Publication Assistée par Ordinateur etc. les professionnels et les studios n'ont plus le monopole de la création, supplantés en nombre et bien souvent en productivité par les « home studios » au cours de ces 10 dernières années.

Si encore très souvent les domaines traditionnels de la production auxquels on associe le capitalisme ne semblent pas au premier abord remis en questions par ces nouveaux usages, plus futiles en comparaison de l'accès à l'eau, à la nourriture et au logement, c'est peut-être parce qu'il y a un manque de réflexion pertinente sur la portée réelle de la culture en tant que conditionnement général et standardisé de tout ce qui règle nos modes de vie, à l'intérieur comme en dehors des sphères traditionnelles du travail et de la consommation.
Oublier que le capitalisme conditionne d'abord des modes de vie, donc des cultures, en produisant des habitudes, des flux de circulation et de désirs, pour réaliser des économies d'échelle et faire tourner ainsi des industries, serait une erreur grossière.
A ce titre, c'est une évidence, les loisirs et les divertissements créatifs sont une part extrêmement importante de la culture, constituant une sorte de liant pour une réalité générale.

Sur internet donc, toute la productivité des médias de loisirs qui ont envahi notre quotidien dans le temps libre et au-delà, s'est instinctivement concentrée dans les années 2000 sur des nouveaux médias de masse rendus populaires par un nouveau prestige de marque technologique et une grande bande passante gratuite. Et la gratuité des offres puissantes des sites stars tels que Myspace, FlickR, Youtube, Overblog etc. a détourné l'attention des aspects inquiétants que soulève le fait de confier du contenu créatif et personnel à des sociétés opaques, demandant l'acceptation de nombreuses contraintes explicites ou implicites, telles que des clauses juridiques strictes ou de la publicité ciblée, voire de l'espionnage de masse, consentis ou non (consulter la définition du « Data Mining » [2]).
Ce flou juridique des conditions d'utilisation mis à part, on peut se demander en 2009 comment on en arrive chez des contestataires du capitalisme à ne pas reconsidérer les sites gratuits comme Myspace pour ce qu'ils sont visiblement : des entreprises commerciales vendues à la publicité et cotées en bourses, dont les utilisateurs créent toute la valeur par l'utilisation qu'ils en font, les contenus qu'ils y déposent, et les échanges qu'ils produisent avec leurs relations. Un nouveau modèle économique qui n'a rien d'anecdotique, puisque des grands groupes de médias ou d'informatique (Fox media, Google, Microsoft, AOL…) rachètent progressivement pour des valeurs en millions de dollars tous les nouveaux sites « sociaux » gratuits qui émergent avec succès. Ce n'est pas un secret.

Conclusion

On peut très bien comprendre le succès des « réseaux sociaux » et autres plateformes web gratuites à la mode, devenus des supermarchés du trafic internet, avec tout ce que ça implique. Les arguments pour les défendre sont sur toutes les lèvres, marketing social oblige : « tout le monde y est, on y fait des rencontres », « on peut promouvoir sa musique gratuitement sur le marché émergent du net » etc…
Soit, chacun fait ses choix, et il vaut mieux parfois essayer pour comprendre au lieu de critiquer sans connaitre.

Mais sincèrement on a atteint un niveau de ridicule particulièrement élevé avec les photos de manifs et de casseurs anti-Otan et anti-répression (banderole « nous sommes tous des terroristes ») en Une de l'édito de Myspace France daté du 6 avril, des photos postées sur un profil par une utilisatrice de Myspace qui a participé aux manifestations.
Apparemment il y a beaucoup de monde qui ne comprend pas la contradiction de cette exposition transformée en coup marketing pour Myspace [3], et qui fonctionne aussi avec d'autres plateformes dont on ne citera pas le nom… Beaucoup de monde qui ne comprend plus rien aux nouvelles stratégies du webmarketing, de l'instrumentalisation sociale par les réseaux sociaux et des campagnes virales. Beaucoup de monde qui n'aime pas les politiques et les publicités des multinationales mais qui leur font de la promotion sur internet en poussant les autres à s'inscrire les yeux fermés sur des sites connus. Beaucoup de monde qui fait un gros « fuck » au capitalisme mais qui aimerait aussi avoir ses photos présentées en Une de Myspace un jour…

Alors dans le monde de la critique du capitalisme justement, si les mêmes rebelles qui nous récitent des couplets situationnistes sur la société spectaculaire-marchande, ou les divers crédos anti-capitalistes appris par coeur, pouvaient prendre un peu de temps pour mettre à jour leurs théories souvent vieilles de 40 ans (et parfois beaucoup plus), cela éviterait peut-être le ridicule de ces situations évoquées en titre [4]. Et cela pourrait même être vraiment utile pour résister, à l'avenir. Un avenir qui s'annonce (déjà) fait de connectivité omniprésente, traçage RFID, géolocalisation, pillage d'informations personnelles et autres Internet des objets.

Sur ce, sans vouloir jouer les prophètes …

Anonyme, avril 2009

Copyright © Divergences Revue libertaire en ligne