

# La fin du Web ouvert – Apple ou la banlieue riche du Web

Quelques rares voix discordantes ont réussi tant bien que mal à émerger du concert de louanges médiatiques qui a accompagné la sortie toute récente de l'iPad en France.



Pourquoi je n'achèterai pas un iPad nous a ainsi expliqué Cory Doctorow. L'iPad, c'est de la merde ! surenchérissait Tristan Nitot dont la formule lapidaire est d'autant plus marquante que le garçon est d'ordinaire calme et courtois (il s'en justifie plus longuement sur Mac4Ever).

Et puis il y a eu également ce brillant exposé d'Affordance.info, dont le titre La boutique contre le bazar en rappelle un autre. Ce billet s'appuyant tout du long sur un article du New York Times qui anticipe rien moins que la mort du Web tel que nous le connaissons, nous avons eu envie d'en savoir plus en le traduisant ci-dessous<sup>[1]</sup>.

## La mort du Web ouvert

### The Death of the Open Web

*Virginia Heffernan – 17 mai 2010 – The New York Times  
(Traduction Framalang : Barbidule et Goofy)*

Le Web est une gigantesque et foisonnante zone commerciale. Son organisation est anarchique, ses espaces publics sont assaillis par la foule et les indices de friche industrielle se multiplient avec ses liens morts et ses projets à l'abandon. Les spams et les logiciels malveillants ont rendu

insalubres et invivables des secteurs entiers. Les petits dealers et ceux qui vous harcèlent traînent dans les allées. Une population de racaille excitée et polyglotte semble régner sur les principaux sites.

Les gens qui ne trouvent pas le Web à leur goût – trop affreusement barbare – sont pourtant bien obligés d’y vivre : c’est là qu’on peut chercher du travail, des ressources, des services, une vie sociale, un avenir. Mais maintenant, avec l’achat d’un iPhone ou d’un iPad, il existe une solution, une banlieue résidentielle bien tenue qui vous permet de goûter aux possibilités offertes par le Web sans avoir à vous frotter à la populace. Cette banlieue chic est délimitée par les applications de l’étincelant App Store : de jolies demeures propres, à bonne distance du centre Web, sur les hauteurs immaculées de la Résidence Apple. À travers l’exode vers des applications coûteuses et d’accès réservé de ceux qui protestent contre le Web « ouvert », nous sommes témoins de la décentralisation urbaine vers des banlieues résidentielles, un équivalent en ligne de la fuite des Blancs (*NdT : White flight : désigne l’exode des populations blanches – souvent les plus aisées aux Etats-Unis – de plus en plus loin du centre-ville, à mesure que s’y installent les classes inférieures, souvent composées de minorités*).

Il existe une similitude frappante entre ce qui s’est passé pour des villes comme Chicago, Detroit et New York au 20ème siècle et ce qui se produit aujourd’hui pour l’Internet depuis l’introduction de l’App Store. Comme les grandes métropoles américaines modernes, le Web a été fondé à parts égales par des opportunistes et des idéalistes. Au fil du temps, tout le monde s’est fait un nid sur le Web : les étudiants, les nerds, les sales types, les hors-la-loi, les rebelles, nos mamans, les fans, les grenouilles de bénitier, les amis des bons jours, les entrepreneurs à la petite semaine, les starlettes, les retraités, les présidents et les entreprises prédatrices. Un consensus se dégage pour affirmer que le Web est entré dans

une spirale dangereuse et qu'il faudrait y remédier, Mais assez bizarrement il existait peu de quartiers réservés en ligne – comme celui que Facebook prétend incarner (mais sans vraiment le faire).

Mais une sorte de ségrégation virtuelle est désormais à l'œuvre. Webtropolis est en train de se stratifier. Même si, comme la plupart des gens, vous surfez encore sur le Web à partir d'un poste de travail ou d'un portable, vous avez sans doute remarqué les pages à péage, les clubs réservés aux membres, les programmes d'abonnement, les paramètres pour les données privées, et tous ces systèmes qui créent différents niveaux d'accès. Ces espaces nous donnent l'impression d'être « à l'abri » – pas seulement à l'abri des virus, de l'instabilité, des sons et lumières indésirables, du porno non sollicité, des liens sponsorisés, et des fenêtres publicitaires intrusives ; ils nous préservent aussi des interfaces sommaires, des commentateurs fâcheux et anonymes, ainsi que des opinions et des images excentriques qui font du Web un lieu perpétuellement étonnant, stimulant et instructif.

Quand une barrière est érigée, l'espace dont l'accès devient payant se doit, pour justifier le prix, d'être plus agréable que les espaces gratuits. Les développeurs appellent ça « une meilleure expérience utilisateur ». Derrière les accès payants, comme sur Honolulu Civil Beat, le nouveau projet du fondateur d'eBay, Pierre Omidyar, ou sur le Times de Londres de Ruppert Murdoch, la valeur ajoutée monte en flèche. De sympathiques logiciels accueillent ces Messieurs-Dames qui ont payé ; on leur fournit les services d'un majordome, et d'autres avantages. Les plateformes Web avec entrée payante ressemblent plus à une boutique qu'à un bazar.

Ce qui tout aussi remarquable, si ce n'est plus, c'est que de nombreuses personnes sont en train de quitter totalement le Web ouvert. C'est ce que les 50 millions d'utilisateurs de l'iPhone et de l'iPad s'appêtent à faire. En choisissant des machines qui ne prennent vie que lorsqu'elles sont affublées

d'applications de l'App Store, les utilisateurs d'appareils mobiles Apple s'engagent dans une relation plus distante et inévitablement plus conflictuelle avec le Web. Apple examine de près chaque application, et prend 30% des ventes ; le contenu gratuit et l'énergie du Web ne correspondent pas aux standards raffinés de l'App Store. Par exemple, l'application « Chaîne météo Max », qui transforme la météo en film interactif palpitant, offre une meilleure expérience en matière de climat que météo.com, qui ressemble à un manuel encombré et barbant : espaces blancs, listes à puces tarabiscotées, et images miniatures.

« L'app Store est sûrement l'une des plateformes logicielles les plus attentivement surveillées de l'histoire », écrit dans le Times le chroniqueur technologies Steven Johnson. Pourquoi cette surveillance ? Pour préserver la séparation entre l'App Store et le Web ouvert, bien sûr, et pour accroître l'impression de valeur des offres qu'il propose. Car au final, tout est affaire d'impression : beaucoup d'apps sont au Web ce que l'eau en bouteille est à l'eau du robinet : une manière nouvelle et inventive de décanter, conditionner et tarifer quelque chose qu'on pouvait avoir gratuitement auparavant.

Les apps étincellent tels des saphirs et des émeraudes, pour ceux qui sont blasés par l'aspect camelote de sites géants comme Yahoo, Google, Craigslist, eBay, YouTube et PayPal. Cette étincelle vaut de l'argent. Même pour le moins snob, il y a quelque chose de rafraîchissant à être délivré de la barre d'adresse, des pubs, des liens et des invitations pressantes – qui nous rappellent en permanence que le Web est une mégalopole surpeuplée et souvent affolante dans laquelle vous n'êtes qu'un passant parmi d'autres. Avoir l'assurance que vous ne serez ni bousculé ni assailli ni agressé – c'est précieux également.

Je comprends pourquoi les gens ont fui les villes, et je comprends pourquoi ils fuient le Web ouvert. Mais je pense que nous pourrions bien le regretter un jour.

## Notes

[1] Crédit photo : Dirk Hartung (Creative Commons By-Sa)