



Tribune libre

LA CHRONIQUE
PHILO
DE CYNTHIA
FLEURY



Françoise Bojande

Les internets

Qu'est-ce qu'un village Taobao ? À l'origine, Taobao (« cherchez le trésor », en chinois) est un service d'Alibaba, leader national chinois du e-commerce, la copie chinoise d'eBay. En vendant leurs créations via ce site, des fermiers chinois ont transformé leur vie et leurs finances, et accessoirement les villages dans lesquels ils habitent, et ils emploient une partie de leurs congénères pour la confection de leurs produits. Alibaba a aussi copié Amazon et Paypal en créant Tmall et Alipay. En Chine, YouTube, eBay, Yahoo, Google, Twitter n'ont pas réussi à s'implanter. Les Chinois préfèrent la copie à l'original, ou plutôt son indigénisation.

Le dernier ouvrage de Frédéric Martel, *Smart* (Stock 2014), montre précisément comment les internets l'emportent sur la notion d'Internet. On se rappelle Appadurai et son analyse de la non-uniformisation des cultures à l'heure de la mondialisation. La thèse est ici similaire, mais focalisée sur la question digitale. « *Internet n'abolit pas les limites géographiques traditionnelles, ne dissout pas les identités culturelles, n'aplanit pas les différences linguistiques : il les consacre.* » La transition numérique n'est pas une homogénéisation mais un phénomène de « territorialisation ». La notion de territoire est physique ou abstraite, culturelle ou subculturelle, régionale, ou transnationale, elle renvoie à une communauté

d'affinités et de pratiques.

« La transition numérique n'est pas une homogénéisation mais un phénomène de "territorialisation" ».

Quantité d'internets émergents nous livrent cette richesse de la diversité : ceux du Mexique, de la Colombie, de la Turquie, du Qatar, des Émirats arabes unis, du Vietnam, du Maroc, de l'Iran, de l'Égypte, du Chili. Sans parler de Yandex (sorte de Google russe), de Cloob (sorte de Facebook iranien), de Baidu (sorte de Google chinois). Certes, les contenus globaux existent sur le Net. On ne compte plus les vidéos

insignifiantes visionnées des centaines de millions de fois, voire dépassant le milliard. Les lanceurs d'alerte, eux aussi, participent d'un Internet plus global, provoquant une réflexion plus partagée sur les niveaux de régulation à mettre en place pour protéger le Web de ses dérives liberticides. Grand résistant à la territorialisation : le jeu vidéo.

Quant aux MOOCs (massive open online courses), s'ils paraissent dans un premier temps déterritorialisés, dans un temps second, la territorialisation reprend la main, dans la mesure où la diffusion des contenus suppose une forte contextualisation locale. Certes, c'est encore l'université de Stanford qui représente le campus par excellence d'où sont issues les entreprises d'Internet. Parmi les anciens étudiants, les fondateurs de Google, Yahoo, Electronic Arts, Instagram, Cisco, Netflix, eBay, Paypal, Coursera, LinkedIn. La force de la Silicon Valley (SFBA San Francisco Bay Area) est sa « scalability ». En somme, l'écosystème de la Vallée permet à une entreprise qui a du potentiel d'avoir un effet de levier rapide et considérable. De celui qui transforme la vie propre et celle des autres, qui assimile digital et global. Ici, perdure sans doute encore le rêve ou l'illusion d'un Internet sans frontières, unique, et américanisé. ●