

Réclame

Faut pas scier la bransce⁽¹⁾

Le Web se graphicalise. Alors qu'à l'origine un petit bitonio de couleur – une petite boule, un filet marrant ou tout autre truc agrémentant la mise en page – était une innovation spectaculaire et s'arrachait à grands coups de captures pour réutilisations ultérieures, on constate aujourd'hui qu'une page texte pure et dure fait figure d'artefact pré-historique. Et pour la petite⁽²⁾ histoire, il n'y a qu'un an, des pages de ce type constituaient la majeure partie du Web.

À l'époque, on s'en contrefichait. Bien sûr, c'était toujours plus sympa de se balader dans des univers joyeusement colorés, moins austères. Mais ce qui nous faisait vibrer, au sortir des lentilles cubistes et onéreuses du Minitel, c'était de se voir offrir le monde dans la petite lucarne de nos ordinateurs.

Surtout que ce monde là, il était le fait de passionnés, d'allumés de la caboche dans le bon sens du terme. Et pour preuve, on avait Bill Gates, le seul et l'unique patron de la sacro-sainte Microsoft®, qui nous affirmait haut et fort que l'Internet n'avait aucun avenir : on était sûrs qu'on était bien chez nous.

Insensiblement, les choses ont changé. Ou brutalement, dans le cas de Billy, qui s'est mis à prêcher l'Internet sous toutes ses formes. Et le Web a évolué vers cette chose lourdement chargée d'icônes, de motifs de fond, de grosses images qu'on peut cliquer des-

sus, etc. qui fait que les pages prennent le temps qu'elles veulent pour finir de s'afficher.

Et puis il y a ce nouveau symptôme qui fleurit sur nos pages : la réclame. Vous avez sans doute pu remarquer que de petits bandeaux ornent, avec une fréquence de plus en plus systématique, le haut des services Web : on les appelle des « bannières » (en anglais « banners »). Il est probable qu'économiquement les responsables de ces services doivent être plus heureux avec que sans. On le leur souhaite. Il est sûr, en revanche, que le chargement des pages s'en trouve ralenti d'autant. Et que l'esprit de la chose s'en trouve transformé tout pareil.

Pour être gênants, ce ne sont que de petits désagréments, tout de même. Il faudrait aussi mentionner que les newsgroups sont depuis longtemps le champ de bataille d'une publicité sauvage et anarchique, peu encline à disparaître, malgré les ras-le-bol répétés de ses lecteurs ; que l'e-mail est de plus en plus l'objet d'envois inopinés contre lesquels il est complexe de se prémunir, à moins de pratiquer un ascétisme intégral. Alors, que le Web se couvre de bannières et autres déballages publicitaires ne devrait surprendre personne. Et ne surprend personne, du reste.

On pouvait penser, dans les premiers temps de l'Internet, qu'une autre

dynamique allait se mettre en place, que les anciens modèles allaient être réinventés, qu'on échapperait à cette habituelle logique de profit, qu'un autre esprit allait habiter les mailles du réseau. Des débuts prometteurs d'entraide et de fructueux échanges ouvraient une nouvelle ère.

Bon sang. Je suis naïf, les gars, c'est rien de le dire. Force est de constater que les bas-côtés des Autoroutes-De-l'Information commencent de plus en plus à ressembler à ceux des autoroutes-de-les-voitures. Les mastodontes sont là, et on les remarque. Et la netiquette se dissipe avec tout le reste, comme un parfum nostalgique qui titille les mémoires de jeunes idéalistes, ceux qui étaient là, au début, sur les frontières de ce nouveau monde.

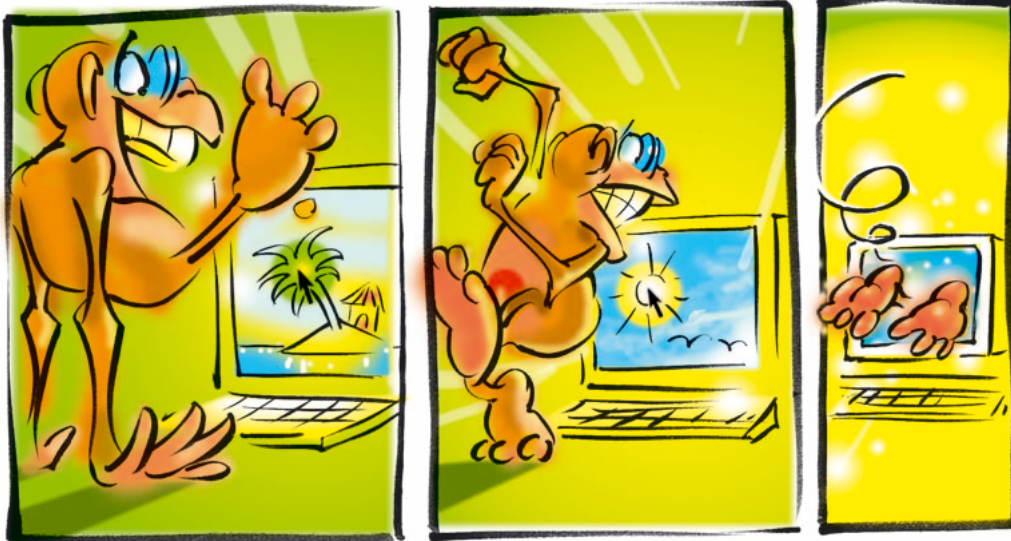
Je sens que dans quelques minutes le réveil va sonner.

Espace publicitaire
à louer⁽³⁾.

netiquette@netpress.fr

1. ...sur laquelle on est achis.
2. C'est le cas de le dire.
3. Cher.

Les bonaventures de Pok, Dob & Tip



Séguir & Gempérié