

FUCK MYSPACE !

ONLY STUPID
PUNKS USE
MYSPACE

Petite note à l'usage des égarés sur MySpace...

En guise de présentation, à qui appartient MySpace ?

A l'homme d'affaires australo-américain Rupert Murdoch. Pour résumer, il s'agit d'un milliardaire, ami personnel de la famille Bush, propagandiste politique par le biais de son empire médiatique (dont la très fameuse chaîne de TV Fox News, première chaîne d'information américaine) et soutien actif des interventions militaires des USA à travers le monde. Durant la préparation de l'invasion irakienne, les 175 journaux et publications que possède Murdoch à travers le monde ont toutes largement défendues l'entrée en guerre américaine (1).

Pourquoi boycotter MySpace ?

La logique est simple. La chose la plus complexe aujourd'hui pour les sites internet qui tirent leurs revenus de la publicité est de créer du contenu. Le contenu du réseau MySpace est créé à 100% par ses utilisateurs. MySpace a été racheté 580 millions de dollars et en vaudrait aujourd'hui 10 fois plus. Tout ça grâce à chacun de ses utilisateurs... Et cet argent ne sert qu'à renforcer le pouvoir et le contrôle social sur les populations.

Mais au-delà de ça, ça fait encore plus mal de voir des groupes punk ou skins, qui se revendiquent anti-capitalistes et prétendent défendre des alternatives, se vendre sans sourciller chez MySpace, en-dessous d'un beau bandeau de pub pour Air France, Meetic ou SFR.

Et pire encore, de moins en moins de gens semblent se poser la question, l'effet de mode a marché en un temps-record, parfois même dès les premiers répétitions ; "*il nous faut un MySpace !*".

Un gadget stupide gavé de pubs, devenu vital, avec d'acharnés défenseurs qui voient rouge dès qu'on leur parle de ce que ça représente.

Certains prônent le DIY mais ne sont pas foutus de passer plus d'une demi-heure pour faire un site qui va diffuser leur zique et servir de vitrine au monde entier. Les mecs passent des heures et des heures à torcher des morceaux, soigner des mélodies, mettre sur papier et en musique ce qu'ils ont dans les tripes... et balancent ça au monde entier sur des sites tous ripoux remplis de pubs, appartenant à la lie de l'humanité.. parce que c'est simple, facile et que presque tout le monde en a un. Et tant pis si on alimente les caisses d'une pourriture faf ultra puissante pour faire connaître ses chansons anti-militaristes super-engagées, le manque de temps ou de compétences techniques à bon dos !

Le jour où on distribuera à l'entrée des concerts le catalogue Dell ou des dépliants promo pour le Crédit Lyonnais et MMA (qui auront bien sûr subventionné le concert), on en trouvera toujours pour venir expliquer que c'est subversif et que ça nuit au système... excusez-nous par avance de pas être convaincu.

Petites réponses aux arguments trop souvent entendus...

"MySpace est un outil formidable"

Et comment faisons-nous avant MySpace ? Et bien on créait des sites internet nous mêmes (avec nos doigts et notre cerveau), on s'envoyait des e-mails et tout fonctionnait tout aussi bien. Des connexions et des réseaux s'organisaient tout aussi bien. Nous nous revendiquons du mouvement punk, qui lui même a toujours défendu une vision DIY dans ses actes. Do It Yourself. Faire une page internet pour présenter son groupe est à la portée de tout le monde (ou d'un ami qui s'y connaît, dans le pire des cas). Cela demande un (tout petit) peu plus d'efforts que d'ouvrir un compte MySpace mais cela permet de rester indépendant.

"Dommage de boycotter MySpace qui est un formidable outil de communication gratuit pour des dizaines de milliers de groupes. Grâce à MySpace on entend et communique avec des groupes que l'on entend nulle part ailleurs.. ou presque."

Faux. Il existe encore (et heureusement !) des milliers de groupes qui n'ont pas de MySpace, ou n'en veulent pas. Et rien ne t'empêche de les découvrir, via un bon moteur de recherche, en lisant quelques fanzines, en écoutant quelques bonnes émissions de radios, ou en fréquentant quelques bons forums.

"on peut rencontrer plein de gens grâce à MySpace"

Curieux, moi qui pensait que ça servait seulement à dire "thanks for the add !". Chacun peut ainsi de targuer d'avoir plein d'amis virtuels dans la scène, c'est formidable, en effet...

"si l'on se pose la question pour MySpace, alors il faut se la poser pour toute la chaîne dont il fait partie : votre fournisseur d'électricité, la marque de votre ordi, votre système d'exploitation, etc..."

Ce raisonnement est faux. Il faut différencier déjà ce sur quoi on a le choix et ce sur quoi on ne l'a pas.

Vous connaissez un moyen alternatif de contourner EDF pour les particuliers ? Nous non...

Vous connaissez un moyen de contourner les constructeurs informatiques ? Nous non...

Et au passage, il est curieux de mettre MySpace au même niveau que son fournisseur d'électricité, l'un étant tout de même plus vital que l'autre.

"on sait qu'il y a plein de choses à critiquer chez MySpace, mais bon..."

Le principe du DIY qu'il ne faudrait quand même pas perdre de vue :

- si je sais consciemment que quelque chose est puant, je me prends en main pour trouver/proposer une alternative.

"il y a des combats plus importants que MySpace"

Ce genre de trucs, qui consiste à définir des priorités d'action, c'est juste l'excuse habituelle pour ceux et celles qui ne font jamais rien et se cherchent des excuses. Il faut voir ça d'une façon plus globale, comme un tout : comment chacun agit concrètement contre le capitalisme, et autres formes d'exploitation, alors, si il trouve toujours un moyen de rabaisser les formes de luttes, aussi simples et en apparence insignifiantes soient-elles ? "Y'a plus important que le végétarisme", "y'a mieux à faire que de critiquer Nike ou Mc Donald's", "la lutte pour les OS libres OK, mais y'a plus important", et là "critiquer Myspace ouais, mais vous avez rien de mieux à faire ?"

Mais tout ça, ce sont juste différentes facettes de lutte, qui illustrent une lutte consciente ou non beaucoup plus globale. Si l'on s'en prends à ça au nom d'une tolérance bidon, du genre "soyez un peu cools les mecs c'est pas méchant", on bride toute la mécanique de l'activisme quotidien - qui par définition a pas vocation à être trop visible, et qui comprend beaucoup de trucs en apparence "insignifiants". Mais au final ces trucs s'ajoutent, s'ajoutent, et l'on obtiens une lutte cohérente, à son échelle, mais au moins elle existe.

"Il y a des groupes super engagés sur MySpace !"

Et ? T'as besoin de suivre des idoles ? Surtout quand elles sont elles-mêmes incohérentes, sciemment ou par ignorance...

Argument ultime : "Arrêtez de nous prendre la tête, Myspace est un outil de communication pour les groupes et les gens qui veulent se contacter rapidement sans se prendre la tête, se balancer des conneries, bla bla.."

Cette fois-ci, nous laissons la parole à Patrick Le Lay, PDG de TF1:

"Dans une perspective "business", soyons réaliste : à la base, le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola, par exemple, à vendre son produit (...).

Or pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible : c'est-à-dire de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages. Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible (...). Rien n'est plus difficile que d'obtenir cette disponibilité. C'est là que se trouve le changement permanent. Il faut chercher en permanence les programmes qui marchent, suivre les modes, surfer sur les tendances, dans un contexte où l'information s'accélère, se multiplie et se banalise".

(1) Pour en savoir plus sur Murdoch et Fox news, matez "Outfoxed, la guerre de R. Murdoch contre le journalisme" : <http://www.ecranlarge.com/test-dvd-299.php>

