

L'amateur et le producteur : La qualité de leur relation dépend de leur intermédiation

Cet article est issu d'une publication,
« l'amateur et le producteur : une proposition
de graduation de leur relation »
dans *L'Amateur : juger, participer, consommer*,
Paris, Editions IFM/Regard, 2010.

« Nous vivons dans des sociétés qui ont pour lien social les objets fabriqués en laboratoire ».

En ce début de XXIème siècle, Internet nourrit la relation entre le producteur et le consommateur en contribuant à enrichir leurs échanges d'informations qualifiées, préalables nécessaires à la transaction. Dans la réalisation effective de cette transaction la recherche de l'information la plus pertinente est indispensable. Sur Internet l'amateur s'adresse à Google pour préparer l'éventuelle transaction en affichant les informations les plus pertinentes puis à ebay ou à un autre distributeur pour la finaliser.

Le monde marchand a toujours requis ces échanges d'informations préalables qui sont nécessaires à la qualité des transactions. Or ces informations sont d'autant plus crédibles qu'elles émanent d'une source complémentaire, et différente, médiatrice des deux parties concernées par l'échange. Après les échanges verbaux sur les marchés, la presse a longtemps joué et continue de jouer ce rôle premier de validation de l'information et donc de source de confiance.

La relation marchande peut aujourd'hui se renouveler avec Internet si les deux parties entendent bien que celle-ci doit se nourrir de l'intermédiation plutôt que chercher à l'exclure. Or ce fut trop souvent la revendication première des nouveaux convertis au réseau des réseaux, convaincus, à tort, que le câble à lui seul pourrait remplacer le lien.

Dans le monde du livre, les avis furent nombreux pour soutenir que le métier d'éditeur allait connaître de graves difficultés, chaque auteur pouvant s'autoéditer. S'il est vrai que l'autoédition comme l'édition à la demande croissent grâce au progrès technologique, l'édi-

teur, c'est à dire le médiateur n'a pas été remplacé. Les nouveaux éditeurs proposent et animent les récentes plateformes d'autoédition en prenant en charge la production, la distribution et bien sûr la transaction financière. L'évolution du modèle industriel de l'édition contribue à un changement de degré de la double relation des auteurs avec leurs éditeurs et des lecteurs avec les libraires mais en aucune façon le recours à de nouveaux supports (l'autoédition ou la distribution en ligne) ne sauraient effacer, bien au contraire, le rôle du médiateur (l'agent littéraire, l'éditeur ou le libraire) comme le Président d'Apple, Steve Jobs l'a récemment confirmé en allant s'appuyer sur les médias les plus traditionnels pour produire le contenu nécessaire au succès de sa future tablette.

La relation entre l'amateur et le producteur apparaît donc bien comme une constante de l'économie de marché. Son évolution est naturellement affectée par les inventions issues des laboratoires mais aussi, surtout par le rôle donné aux médiateurs dont la tâche essentielle sera toujours d'organiser et d'encadrer cette relation.

PHOTO: LAURENT HUMBERT

