

De l'utilité du plagiat

ANATHÈME

Notre société nous soumet à un flux constant d'informations. Assaillis de toutes parts, nous peinons à faire le tri et, notamment, à distinguer les éléments pertinents du bruit de fond, chaque jour plus assourdissant. Autant dire tout de suite que, lorsqu'on se prétend producteur d'informations — d'idées, par exemple — il ne suffit pas d'être génial et de compter sur une communication à une quelconque académie des sciences pour assurer une audience à ses élucubrations. Il est loin le temps de Darwin. Quant à la publication posthume d'une somme magistrale; autant l'oublier, l'ère n'est plus aux traités coperniciens et le rythme de la vie moderne se chargera de vous empêcher d'élaborer patiemment un système de pensée cohérent.

Aujourd'hui, il faut être présent partout, tout le temps, sous toutes les formes et de manière massive. Dans les revues scientifiques, dans les revues généralistes (comme *La Revue nouvelle* que vous connaissez peut-être), dans la presse grand public, dans la blogosphère, dans la twittosphère, sur Facebook... et j'en passe. Pour parler Web 2.0, il faut *flooder* les réseaux. En

effet, seule une communication large, écrasante, indistincte, seule une force de diffusion brute permet d'assurer un signal suffisamment fort pour qu'il se distingue du bruit de fond. Il s'agit à la fois d'assurer l'existence de vos idées par leur diffusion et leur audibilité par la puissance de l'émission.

Dans ce cadre, deux possibilités s'ouvrent à vous. La première est de vous jeter à corps perdu dans le *personal branding*, de faire feu de tout bois et de vous promouvoir à toute occasion. L'objectif est que vous deveniez une marque suffisamment connue pour que vos produits intellectuels attirent l'attention d'un nombre important de consommateurs d'idées. C'est là une tâche harassante, qui le sera d'autant plus que vous répugnerez à l'autopromotion. En effet, peut-être êtes-vous de ceux qui rêvent à la survie de leurs idées et se fichent que la postérité oublie leur nom. En fin de compte, il n'est pas certain que Nadar, Guillotin ou Poubelle rêvaient de l'honneur que leur a fait le français en communisant leur nom propre.

Donc, si vous rêvez à autre chose qu'à votre adjectif (ce billet est parfaitement anathémien, n'est-il pas?), la seconde possibilité s'offre à vous: le plagiat. À peu de frais et moyennant l'omission de votre nom, vos idées franchiront sans encombre la barrière de la langue, des océans et des frontières. Leur pillage en assurera la dissémination. Comme le gui dont les graines ingérées, mais non digérées par les oiseaux, sont dispersées dans les fientes de ceux-ci, vos idées s'implanteront là où elles tomberont avec les déjections des plagiaires.

Certes, le plagiat permettra sans doute aux plus stupides de vos collègues de vous supplanter dans la compétition pour les postes en vue, mais vos idées, elles, n'en seront que plus efficacement diffusées par des individus qui, faute d'en avoir eux-mêmes, y tiendront comme à la prunelle de leurs yeux. De toute façon, vous êtes vraisemblablement plus versé en conception qu'en promotion et vous serez sans doute déjà passé à autre chose au moment du pillage. Admettez au passage qu'il serait incongru que l'on respectât la paternité de parents négligents et volages comme vous.

Le plagiat, en assurant la survie, la reproduction et la dissémination des idées, est donc le meilleur ami de la science. Il devrait être reconnu pour ce qu'il est: un formidable mode de diffusion des idées et l'instrument essentiel de toute politique de la recherche qui se veut performante. Songerait-on à blâmer les copistes du Moyen-Âge qui nous permirent de lire les philosophes grecs? Reconnaissons qu'il serait immoral de s'en prendre à leurs successeurs post-Gutenberg. ■