

Le partage

C'est à partir du concept de « biens communs » que Philippe Aigrain a abordé la question du partage dans la culture numérique. Que partage-t-on dans l'espace numérique, quel statut donner à ce partage ? En quoi les formes de partage de l'espace numérique sont-elles différentes de celles d'autres domaines ? Telles sont les pistes proposées par Philippe Aigrain pour saisir en quoi le partage numérique, activité non marchande, interagit avec l'économie marchande.

Si dans la plupart de ses acceptions, le partage est étymologiquement une division et une répartition, dans son acception numérique, *le partage est une multiplication* par copie, échange ou transmission. S'y ajoute une polysémie entre le partage comme *avoir en commun un état abstrait* (partager une opinion) et le partage autorisé par *la mise en commun d'entités concrètes* (partager des fichiers). Le partage par multiplication s'effectue de personne à personne, de pair à pair. Pour Philippe Aigrain, il est rendu possible par sa mise sous *un statut de bien commun*, de fait ou de droit. Définis ainsi, les communs numériques attribuent des droits d'usage à une communauté universelle (le genre humain) plutôt que particulière comme pour la plupart des communs physiques. En se référant à la définition de Benjamin Coria, « *un commun, ou un bien commun, suppose l'existence d'une source* », on voit que cette ressource extérieure aux êtres humains peut être physique (eau d'une rivière, bois d'une forêt) ou informationnelle (logiciel, contenus), la grande différence entre les communs informationnels (ou communs d'information et de connaissance, ou communs numériques) et les communs physiques résidant dans le degré de séparabilité entre la ressource et les pratiques.

Si l'accès aux communs physiques et leur usage doivent être restreints pour éviter leur épuisement ou détérioration, comme l'ont montré Elinor Ostrom ou Garrett Hardin en 1968 dans « *La tragédie des communs* », les communs numériques se rapprocheraient, selon certains économistes, des biens publics (biens publics parfaits) puisque leur usage par une personne n'empêche pas leur usage par une autre, d'où l'appellation de *biens non rivaux*. Cet aspect anti-rival des biens numériques fait obstacle à une restriction des usages et est à l'origine d'effets de réseaux qui favorisent la conquête massive des usages par le plus grand nombre (via les moteurs de recherche, réseaux sociaux, ou logiciels) mais rendent souvent difficile l'émancipation et la reprise de souveraineté des individus et des groupes.

Une topographie des biens informationnels et de leur statut est rendue compliquée par l'histoire du droit d'auteur et autres droits exclusifs. On est passé d'une vision philosophique des biens communs numériques, celle de Benjamin Franklin qui, en déclarant « *celui qui allume sa chandelle à la mienne ne me prend pas de lumière* », confirme le caractère non rival des biens communs numériques, à une vision de biens communs aux droits exclusifs, sans qu'ait été organisée pour autant la coexistence entre les communs partagés et ceux assortis de droits (biens rendus propriétaires, biens exclusifs par les droits de propriété littéraire, artistique, industrielle). Prolongeant les travaux de James Boyle (*A Politics of Intellectual Property: Environmentalism For the Net?*, 1997), Philippe Aigrain a, dans un article intitulé « *Droits intellectuels positifs et échanges d'information* » (2000), clarifié la situation en inventoriant les communs informationnels selon quatre composantes : les biens inappropriables (les idées), les biens objet de droits exclusifs expirés (le domaine public traditionnel ou structurel), les biens objet de droits exclusifs placés volontairement sous statut de commun (les licences de logiciels libres ou de contenus) et les droits d'usage objet de droits exclusifs mais considérés comme des exceptions, ou limitations, aux droits exclusifs (droit de citation, de parodie, dépôt légal). Aucune de ces composantes n'a de statut positif dans le droit la décrivant comme un commun, les licences du partage volontaire elles-mêmes étant en réalité des contrats sur la base de droits exclusifs.

Alors, que signifie un *statut de commun* ? Si beaucoup pensent que les communs sont une forme de propriété, commune ou collective, Philippe Aigrain, tout en admettant la domination de la notion de propriété, s'appuie sur les attributs de la propriété issus du droit romain, l'*usus* (droit d'user d'un bien), le *fructus*, (droit d'en tirer profit et d'obtenir un profit dérivé) et l'*abusus* (droit d'interdire à d'autres d'en user), pour montrer qu'un commun agence *usus, fructus et abusus*

différemment que dans le cas de la propriété. Pour les biens communs numériques, et plus largement les communs intangibles, l'*usus* est en général attribué à une communauté universelle (le genre humain), le *fructus* à tous (cf. la licence Creative Commons) sauf exceptions (aux auteurs et cessionnaires pour les œuvres culturelles) et l'*abusus* à personne, prouvant ainsi que les communs ne sont pas une forme de propriété. Même si l'usage n'est pas libre de toute règle, il est *interdit d'interdire d'user des communs numériques* en raison d'un droit de propriété.

Puis, Philippe Aigrain a expliqué la liaison marchand/non marchand pour les biens communs numériques. Si le numérique a ouvert la voie aux pratiques non marchandes, c'est parce que des activités autrefois réalisées dans un contexte professionnel sont maintenant à la portée de tout individu muni de matériels, y compris dans les industries culturelles (cf. la distribution et l'échange à grande échelle des œuvres numériques). Dans une société dominée par l'économie, les pratiques non marchandes apparaissent comme une sorte d'aberration, ou un échec du marché qui n'a pas su les intégrer à ses pratiques. L'étude des relations entre partage non marchand et économie marchande qu'il a conduite dans le domaine culturel, montre la tentation de certains d'exclure du partage les activités non autorisées au titre des droits exclusifs, au motif que ceux-ci seraient constitutifs d'une propriété sur les biens et qu'on ne peut donc pas partager ce que l'on ne possède pas. Or, pour lui, cette appréciation se révèle infondée, d'autant plus si on s'appuie sur ce que disait en 1791 Isaac-René-Guy Chapelier au sujet des droits du public : « *Quand un auteur a livré son ouvrage au public, quand cet ouvrage est dans les mains de tout le monde, que tous les hommes instruits le connaissent, qu'ils se sont emparés des beautés qu'il contient, qu'ils ont confié à leur mémoire les traits les plus heureux, il semble que dès ce moment, l'écrivain a associé le public à sa propriété ou plutôt la lui a transmise toute entière* ». Dans toute œuvre, une part ne vient pas de son propriétaire ou producteur mais préexiste comme quelque chose appartenant au patrimoine commun et légitimant une exigence de partage. Que l'on convienne ou non qu'on ne peut pas partager ce que l'on ne possède pas, un point est sûr : à l'ère numérique, on partage beaucoup, principalement hors marché, sans transactions monétaires ni quêtes de profit de la part des praticiens, y compris dans le cadre des activités créatives.

Mais, l'impact des activités marchandes sur les communs du partage non marchand est-il aussi fort ? Philippe Aigrain rappelle que le partage non marchand est un espace d'accès à la culture et au savoir mais surtout de développement humain, qui nécessite du temps et des ressources. Il existe deux façons par lesquelles l'économie peut entrer en relation avec les communs du partage : celle de *l'économie du partage* où les acteurs économiques gèrent les modalités du partage, en deviennent *les intermédiaires*, en capturent les externalités économiques positives, mais où les praticiens du partage sont privés d'une capacité à en orienter les buts, les modalités et les outils, ce qui rend le modèle destructeur du potentiel de développement humain ; celle de *la mutualisation des ressources*, des pratiques non marchandes, qui se décline en divers sous-modèles mais suppose du temps, de l'investissement (dans des projets, machines, matériels), des processus d'apprentissage souvent coûteux, ce qui rend le modèle, malgré des difficultés de mise en place ou des risques d'appropriation par des intérêts particuliers, plus favorable au développement humain.

Pour conclure, Philippe Aigrain a resitué la place de l'humanisme dans le partage et les biens communs. Selon lui, la mise en commun des outils, des productions intellectuelles et créatives est la condition même de l'humanisme numérique puisque c'est elle qui détermine qui aura la capacité d'influer sur le devenir du monde numérique. Encore, faut-il avoir la volonté de s'interroger sur la nature de ce devenir (au niveau des outils, des échanges sociaux, des façons de partager) dans un contexte d'abandon du devenir de nos outils de pensée et de socialité à des acteurs qui ne nous laissent pas participer au débat sur les orientations. En permettant l'externalisation de processus mentaux, de pans entiers d'activité de l'esprit, le numérique induit une mutation anthropologique et sociale (l'humain de l'âge numérique ne sera plus de même nature que ses prédécesseurs bien qu'ayant le même substrat biologique) qui oblige à revisiter les formes d'arts de vivre, de penser, d'interagir avec les autres dans le cadre d'un nouvel Humanisme qui devra non pas tant décréter ce que doivent être les êtres humains, mais créer les pratiques et les environnements qui leur permettent de chercher ce qu'ils veulent être pour se développer individuellement et collectivement.

Antonio Casilli s'est appuyé sur les jalons posés par Philippe Aigrain pour montrer en quoi les discours sur le partage et les biens communs développés dans la culture numérique se rejoignent dans les usages et certaines des promesses du numérique d'aujourd'hui, et comment le partage s'inscrit de plus en plus dans des logiques marchandes, de capture marchande de la générosité des communautés d'utilisateurs.

Le discours sur le partage a fait surface dans les années 90, sous forme d'une *imaginaire de la mise en commun* né au sein d'une communauté d'informaticiens californiens passionnés, réunis autour d'un forum de discussion appelé le WELL (Whole Earth'Electronic Link), et soutenu par des collectivités d'utilisateurs de technologies de l'information et de la communication qualifiées par Howard Rheingold en 1993 de *communautés virtuelles*. Cette notion sera reprise par Richard Barbrook qui estime que le besoin de donner et de recevoir est inscrit dans l'ADN de la culture informatique, cette envie de don devant s'entendre au sens donné, au début du 20^e siècle, par Marcel Mauss, dans son ouvrage « *L'Essai sur le don-Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques* », à savoir *un fait social total* c'est-à-dire

une modalité de création de communs par la contribution à des ressources communes et un mode d'accès aux communs. Dès la fin des années 90, l'économie numérique n'est plus faite exclusivement de dispositifs ou d'infrastructures numériques, elle devient une économie de *contenus partagés* de manière gratuite, où domine une logique d'hospitalité et où l'exploration des ressources se fait, en l'absence de moteurs de recherche performants, en *butinant*, en *surfant*. Pour Antonio Casilli, cette manière de partager et d'exposer à la gratuité tout un ensemble de contenus, de ressources, de connaissances crée des cercles vertueux de *dons et contre-dons*, consubstantiels à l'essor du numérique. Les années 2000 vont modifier complètement les modalités de partage au profit d'un Web de plateformes plus verrouillé, dénommé *Web d'inscription* par Antonio Casilli puisque l'utilisateur est obligé de franchir des CheckPoints pour s'identifier et faciliter son traçage constant. On assiste alors à une montée en puissance des logiques de captation marchande de la générosité des pionniers du Web, à une manière plus cynique d'aborder le partage pour canaliser cette générosité et l'inscrire dans des logiques plus aptes à la monétiser.

C'est au début des années 2010 qu'on commence à employer le terme de *Digital labor*, concept sur lequel Antonio Casilli s'est beaucoup investi et qu'il estime intraduisible pour éviter tout risque de malentendu pouvant laisser penser qu'il s'agirait soit du travail des personnes exerçant dans la filière numérique, employées par les entreprises du secteur numérique, soit du travail des hackers, des décodeurs, des informaticiens. Le *Digital labor* est en fait le travail de tout utilisateur de plateformes numériques actuelles. Ce nouveau business qui ne nécessite aucune spécialisation ou compétences poussées pour cliquer sur des contenus, est capable de monétiser le temps et l'attention. Un exemple marquant est celui des médias sociaux (Facebook, Twitter) qui sont des plateformes dites gratuites, mais qui en fait ne le sont pas, puisque ce sont des entreprises commerciales qui les produisent dans le but de créer, en incitant au partage de contenus, des métadonnées et des bases qui créeront de la valeur pour des régies publicitaires ou des annonceurs.

Donc, pour Antonio Casilli, au-delà de la gratuité, de la générosité ou du plaisir qui animent l'utilisateur, il y a bien au bout du partage actuel une capacité à créer de la valeur économique, une chaîne de valeurs qui est décrite comme une forme de travail puisqu'elle en a tous les éléments constitutifs, à savoir : la création de valeur, bien sûr ; une forme d'injonction (ou d'addiction) dans la mesure où de plus en plus de services, y compris publics, passent par ces grandes plateformes (fiscalité, comptes liés à un contexte géographique, culturel ou linguistique spécifique) ; l'inscription de cette activité productive dans un contexte de contractualisation, définissant tout un ensemble de droits et de prérogatives sur ce qui est produit, partagé ou dit sur ces plateformes commerciales ; l'inscription de cette activité productive dans des logiques commerciales, renforcées par l'arrivée de *l'Internet des objets*, qui pénètrent nos espaces quotidiens (maison, lieu de travail, rue dans laquelle on marche) et sont des capteurs (sensors) de l'activité humaine sans que l'utilisateur ait à faire quoi que ce soit. Au-delà même de la production de données, la production de richesse s'effectue par la simple présence des personnes inscrites sur ces plateformes, car le fait même d'être là, disponible à la communication, est déjà un élément de création de la valeur.

Au-delà du côté un peu orwellien de ce phénomène, il est important pour Antonio Casilli de faire un exercice d'imagination prospective, car ce type de travail opaque et caché, apparu avec l'Internet des objets, conduit à réfléchir à un aspect intéressant du *Digital labor* qui est la manière de décrire notre activité d'être humain connecté. Le *Digital labor* ne permet plus de séparer les moments d'activité de travail de ceux du temps de vie. S'il y a un siècle, il était plus simple de dire à quels moments on travaillait et on ne travaillait pas, aujourd'hui on ne le sait plus. Ce brouillage des temps de travail et des temps de vie, qui va se radicaliser avec l'Internet des objets, est bien connu des chercheurs puisque des sociologues ont voulu le définir et ont inventé pour cela, des mots hybrides pour décrire ce travail qui déborde sur la sphère privée, comme par exemple le sociologue américain Dalton Conley qui utilise le terme hybride de *Weisure (Work and Leisure)*, c'est-à-dire du travail et du loisir, ou d'autres qui parlent de *Playbor* ou *Play & Labor* pour décrire ce phénomène dans les industries culturelles ou les secteurs créatifs (jeux vidéos, cinéma ou musique) où apparaissent de nouvelles professionnalités mixtes, ou encore la sociologue du travail Marie-Anne Dujarier qui avance le concept de *travail du consommateur* puisque des tâches, précédemment confiées à des employés salariés inscrits dans un contexte d'entreprises productrices de biens ou de services, sont déléguées aux consommateurs eux-mêmes. A chaque connexion sur Internet, qu'on laisse un commentaire ou partage quelque chose, on devient les méta-testeurs de tous ces contenus culturels. On en profite mais on fait aussi *le travail de partager*, faire circuler, évaluer des contenus, et le fait même de les faire circuler fait tourner le compteur du partage de contenus et ajoute de la valeur.

Mais, ce partage marchandisé du *Digital labor* développe aussi des formes de conflictualité, en dépit de l'idée selon laquelle le *Digital labor* ne serait pas un phénomène si terrible puisque tout le monde est gagnant (on parle de situation win-win où tout le monde est gagnant, les utilisateurs comme les propriétaires des plateformes). En réalité, tout le monde n'est pas gagnant. On assiste à une montée en puissance d'expériences de conflictualités sociales comme en témoignent les voix qui s'élèvent de la part de collectifs d'utilisateurs de grandes plateformes qui réclament, y compris devant les tribunaux, le respect des termes et conditions de leurs contrats (Dropbox, pour le transfert de fichiers ou Instagram, pour la capture et le partage d'images ou vidéos) ou surtout de blogueurs (en particulier ceux de YouTube) ou de journalistes amateurs sur des médias comme Huffington Post qui réclament la rémunération de leur contribution. Cette situation se retrouve avec Flickr (plateforme de partage gratuit de photographies et de vidéos), ou avec certaines

fonctionnalités payantes comme l'inscription des images sous licences Creative Commons qui autorisent soit le partage à l'identique, soit la possibilité de faire des modifications mais sans exploitation commerciale. On peut aussi pointer le cas emblématique de conflictualité qui pourrait être prometteur pour les années à venir, celui de la conflictualité concernant les données personnelles, avec toutes les actions en justice de collectifs aux États-Unis et en Europe pour faire en sorte que ces données là soient reconnues comme le fruit du *Digital labor* des utilisateurs de plateformes e-mail (cf. l'action en justice de l'association « Europe versus Facebook » contre Facebook qui demande réparation de l'exploitation abusive à des fins commerciales des données personnelles).

En guise de conclusion, Antonio Casilli a soumis à la réflexion l'idée selon laquelle il y aurait, liées à cette conflictualité de partage, des formes de partage plus problématiques et très significatives dans le contexte actuel des usages numériques, celles liées aux Leaks (fuites d'informations et de données), en termes de données mises au partage contre la volonté d'une part des propriétaires légitimes (entreprises, institutions publiques ou structures militaires) et d'autre part des utilisateurs dont les données personnelles circulent. Les exemples de *partage sauvage* se multiplient comme le partage pour la communauté InfoSek de sécurité informatique d'une base de données de mots de passe et de noms d'utilisateurs de plusieurs centaines de millions d'utilisateurs des plateformes Gmail, Facebook, etc. ; le cas WikiLeaks, le Leak le plus connu lié à un besoin de transparence des États, « fuite » qui circulait au sein de la communauté des journalistes et des médias internationaux ; ou encore, l'activité d'un sous-groupe d'Anonymous, LulzSec démantelé depuis par le FBI, rendu responsable de plusieurs actions visant à voler des bases de données pour les mettre à la disposition de tout le monde.

Antonio Casilli s'interroge sur le point de savoir s'il ne faudrait pas voir dans ces *formes de collectivisation forcée et sauvage*, qui produisent souvent plus de dégâts que d'avantages, des réactions paradoxales et tout aussi extrêmes, aux types de capture ou de captation, de la part des marchés, du partage de la générosité des amateurs et des utilisateurs. Est-ce que ces formes d'exploitation extrêmes pourraient favoriser en réaction la création de formes de collectivisation forcée ? La question est ouverte.
