

Chapitre 3/Chapter 3

La consommation digitalisée, ou les contradictions du "capitalisme numérique"/Digitalized Consumerism, or the contradictions of "digital capitalism"

par Mathieu O'Neil (Université Grenoble III)

© copyright 2003
All Rights Reserved

Avec l'avènement d'Internet et de la technologie digitale, le capitalisme connaît une de ses phases "révolutionnaires" où les intérêts qui dominent la société modifient de fond en comble une part importante de la production et de la consommation des marchandises.

À l'origine de cette "révolution" se trouve la relaxation des lois réglementant la propriété des mass médias aux États-Unis sous les administrations Reagan, Bush et Clinton. Ce processus de dérégulation, qui a permis aux industries culturelles et aux industries de télécommunication de fusionner, a atteint son point culminant avec le communications Act de 1996. En conséquence, on note qu'au premier semestre de l'année 1999, la valeur des transactions dans les secteurs des médias, du divertissement et des télécommunications s'éleva à 500 milliards de dollars aux États-Unis.¹ Les conglomérats ainsi constitués dirigent les réseaux téléphoniques, cablés, et satellitaires, possèdent des studios de cinéma, des parcs d'attraction, des chaînes de télévision, des groupes de presse, des maisons d'édition.

Malgré cela, les déclarations de Michael Powell, fils du Secrétaire d'État Colin Powell et président de la Federal Communications Commission depuis janvier 2001, sont sans ambiguïté: les mégagroupes doivent pouvoir "se battre à armes égales" avec leurs concurrents, c'est-à-dire s'agrandir encore plus. L'on peut donc s'attendre à une nouvelle vague de déréglementation suivie de regroupements.²

Des campagnes de dérégulation et de privatisation ont eu lieu dans d'autres pays, suivant le modèle américain, et facilitant la diffusion de ses produits. Dan Schiller estime ainsi que l'industrie culturelle s'appuiera de plus en plus sur la "localisation" de "contenus" préformatés, censés répondre aux attentes culturelles spécifiques des populations "globalisées". Si le capitalisme digital se renforce de ce côté, Schiller relève que les investissements considérables consentis dans l'infrastructure des télécommunications ont été coupé court par la chute des valeurs technologiques. Ces investissements avaient donné lieu à un endettement massif (la dette de France Télécom s'élève à 64 milliards d'Euros en 2000, tandis que celle d'AT&T atteint environ 62 milliards de dollars en 2001)³ qui sera difficilement renfloué par les dépenses militaro-industrielles engendrées par la Guerre contre le Terrorisme menée par l'administration Bush.

L'accumulation du capital a donc conduit le secteur des communications et de la culture de masse à une situation de crise. Rien de surprenant à cela: on sait depuis Karl Marx que le capitalisme est un organisme paradoxal, abritant de nombreuses contradictions, qui recèlent - en théorie - le potentiel de le détruire, et qu'il essaie toujours désespérément de surmonter.

Les nouveaux modes de consommation que génère la technologie digitale sont également problématiques pour le capitalisme, et sont génératrices de contradictions, dont le potentiel est tout aussi destructeur. Je vais tenter de définir certaines de ces contradictions.

Digitaliser signifie convertir en "bits" numériques quantifiables. C'est pourquoi la propriété intellectuelle, aujourd'hui, est censée s'étendre partout. Les entreprises disposent des "barbelés digitaux", pour protéger les brevets qu'elles acquièrent. Si une entreprise achète les droits d'exploitation de la séquences de numéro "548276945", vous ne pouvez plus vous en servir. L'exemple le plus connu est le "code source" qui dirige les systèmes d'exploitation des ordinateurs.⁴ La première contradiction de la consommation digitale résulte du fait que la production et la diffusion de ses contenus les plus sophistiqués et les plus rapidement renouvelés - les logiciels informatiques - peut être effectuée sans matériel industriel: un ordinateur individuel est suffisant. Les techniciens spécialisés du capitalisme digital, disposant comme bon leur semble de véritables usines miniaturisées, ont la possibilité de travailler indépendamment des impératifs du marché économique.

Munis de ces outils, des étudiants en informatique et certains programmeurs ont entrepris de créer des logiciels sans finalité commerciale. Pourquoi? On avance généralement deux explications. Les programmeurs informatiques souhaiteraient acquérir une reconnaissance symbolique de leurs pairs, ou ils éprouveraient simplement du plaisir à l'idée d'exercer une activité créative librement choisie.

Il existe une troisième cause, due à la structure même des logiciels: le rejet du "copyright" par les programmeurs s'explique aussi pour des raisons purement techniques. La majeure partie des informations contenues dans un programme informatique ne sont pas des instructions fonctionnelles, mais des commentaires de ces instructions adressées à d'autres programmeurs, qui vont devoir régler un problème, ou enrichir le programme. Les logiciels informatiques sont par nature évolutifs, et la marque déposée interrompt cette évolution. Aux débuts de l'informatique civile, dans les années 1960 et 1970, les énormes et coûteux ordinateurs étaient vendus par IBM, mais cette compagnie distribuait gratuitement ses logiciels et le code source de son système d'exploitation, UNIX. Elle brevetait ces éléments, tout en permettant aux programmeurs de les améliorer.⁵ Les innovations étaient sélectionnées par IBM, mais le code source était en libre accès, ce qui permettait d'améliorer la qualité des logiciels, et donc de vendre plus d'ordinateurs.

A partir des années 1980, la transformation des ordinateurs en produits de consommation courante et la monopolisation du marché des logiciels par Microsoft ont inversé cette pratique. La domination de Microsoft repose sur la possession exclusive de son code source et, par là, sur l'exclusion des autres programmeurs. Mais Microsoft n'avait pas suffisamment de "testeurs" pour s'assurer de la fiabilité du code de son système d'exploitation Windows, en relation au nombre de plus en plus grand d'applications qui s'y rattachait: d'où l'instabilité de ce système que dénoncent les critiques de Microsoft.⁶

La remise en question fondamentale de cette politique d'interdiction de tout partage d'une "formule secrète" eut lieu en 1984. Un chercheur du Laboratoire d'intelligence artificielle du Massachusetts Institute of Technology, Richard M. Stallman, qui devait échanger du code informatique avec des collègues d'autres laboratoires, était de plus en plus en désaccord avec les licences qui rendent strictement confidentiel le code source. Il a donc commencé à créer des programmes destinés au système d'exploitation UNIX. Le caractère novateur de son activité tient moins au contenu des logiciels qu'à leur statut légal: Stallman inaugure un nouveau type de brevet, baptisé Licence GPL (GNU Public Licence). Le logiciel est gratuit et quiconque peut librement le modifier, le redistribuer, ou le vendre, du moment qu'il ou elle ne limite en rien le droit des autres à faire de même par la suite. Tous doivent également avoir accès au code source. De tels programmes sont parfois appelés "copylefted". Le GPL a donc été expressément conçu pour résister à la commercialisation: il place les contenus au-delà de la portée du marché et de ses brevets, créant du domaine public. Stallman crée la Free Software Foundation en 1984 pour accompagner cette innovation.

En 1991, Linus Torvalds, alors étudiant à l'Université d'Helsinki, crée avec des composants GNU un système d'exploitation pour ordinateur individuel, qu'il baptise Linux. L'enthousiasme est planétaire. Comme pour d'autres programmes GPL, un grand nombre de programmeurs s'y intéressent, y travaillent, l'améliorent, démontrant que le système traditionnel de "peer review" (contrôle des pairs) représente bien une manière infaillible de résoudre tous les problèmes pouvant se poser.

La domination de Microsoft résulte de sa capacité d'intégrer les innovations de ses concurrents @ en les rachetant ou en les copiant @ et de stratégies de vente efficaces. Mais voici un concurrent qu'il n'est pas possible de racheter. La menace a donc été perçue comme très sérieuse par la multinationale de Redmond.**7** On peut peut-être considérer la large diffusion d'une autre licence, baptisée "open source", comme une tentative de la part du marché de neutraliser le danger: l'open source, sorte de dérivé de la licence GPL, permet en effet une plus grande "flexibilité" d'application des logiciels gratuits, avec la possibilité de les mélanger à des programmes copyrightés, par exemple. Certaines entreprises commencent à utiliser ou à commercialiser ce type de programmes.**8**

La deuxième contradiction de la consommation digitale est que la capacité de dégager des profits en vendant le maximum de marchandises ne coïncide pas, à priori, avec la nature même de la digitalité. Dans un réseau structuré en rhizome (ce qui est souvent le cas pour les échanges informationnels digitaux), le copiage est la condition sine qua non pour la transmission et le stockage des informations.**9** Or la copie et la circulation illimitée des programmes sont des processus qui exigent des copieurs-redistributeurs actifs, non des consommateurs passifs.

Auparavant, on estimait que toute chose créée avait une certaine valeur monétaire parce qu'elle existait en quantité limitée. Avec la technologie digitale, les contenus sont entre les mains du public qui les reçoit, et peut en faire autant de copies qu'il le souhaite. Mais avant que le modèle commercial actuel ne domine tout, imposant des produits culturels brevetés et intouchables, la réaction humaine naturelle à la culture était de se la réapproprier; les individus enlevaient, ajoutaient, recombinaient à leur convenance, avant de redistribuer le résultat. On peut penser à ce que l'on appelle la musique "folk" ou "populaire" par exemple, que le copyright a rendu @ dans sa forme réelle @ illégale et impossible. Cette musique n'existe plus comme processus vivant, mais sous la forme de "professionnels", qui maintiennent leur "originalité" par rapport aux autres.**10**

Le piratage généralisé est bien le spectre qui hante le capitalisme digital. On observe une relation directe entre le coût de la copie et le nombre de tentatives de brevetage: plus l'une décline, se rapprochant de zéro, plus l'autre se développe prodigieusement, jusqu'à vouloir tout recouvrir.

Le succès considérable de Napster et de ses successeurs tels Audiogalaxy et iMesh @ il s'agit de logiciels permettant de localiser et de télécharger gratuitement des œuvres sur l'ordinateur d'autres personnes, du moment qu'elles sont connectées à Internet - a démontré qu'il existait toujours un désir de remodelage et de redistribution de la culture.

D'après le Business Software Alliance, une organisation dédiée à la promotion des intérêts des fabricants de logiciels, plus d'une application informatique installée sur trois est piratée, coûtant 12 milliards de dollars par an à cette industrie. Les pressions du gouvernement des États-Unis sur les pays d'Asie semblent avoir porté leurs fruits, puisque le piratage y recule. En revanche les chiffres sont constants en Europe et aux États-Unis. Mais là encore Internet se joue des frontières, et remplace la vente sous le manteau par la vente par correspondance. Le BSA affirme que 91% des ventes sur Internet sont illégales.**11**

Microsoft a lancé des systèmes de surveillance du réseau afin de repérer et d'éradiquer les sites vendant des logiciels pirates. Cette multinationale déploie également une rhétorique destinée à convaincre les consommateurs que la version A, officielle, est supérieure à la version A', pirate. Brad Smith, responsable juridique de Microsoft, affirme ainsi que les consommateurs ne recevront pas leur commande, ou bien que la copie sera mauvaise ou infestée par des virus.**12**

La troisième contradiction concerne la production des marchandises elle-même, qui ne fonctionne pas de manière homogène. Les fournisseurs de contenus culturels sont loin d'avoir les mêmes intérêts stratégiques que les fabricants de matériels électroniques et informatiques. Ces fabricants souhaitent produire en priorité des marchandises que les consommateurs seront empressés d'acheter, et ceux-ci préfèrent naturellement les produits qui leur permettent de copier le contenu et de le disséminer, plutôt que ce qui les lie à un seul support.**13** De la même façon, la transmission à haut débit représente un risque potentiel pour les fournisseurs de contenu. Le logiciel DivX permet de copier des films en format DVD puis de les transmettre sur des réseaux à haut débit, Ethernet (dans les universités par exemple) et bientôt Internet. Cela étant, le passage au haut débit induit un changement majeur dans le statut légal de la transmission des données: aux États-Unis les opérateurs de réseaux cablés ne sont pas, comme ceux des réseaux téléphoniques, dans l'obligation de fournir un accès égal à tous. La porte est donc ouverte aux traitements différents entre clients pour ce qui est de la vitesse de transmission, voire à l'exclusion pure et simple de contenus jugés indésirables.**14**

Pour faire face à la menace du copiage, les industries culturelles ont exercé une pression inégalée sur leur soutien fidèle, le Congrès des États-Unis. Une étude révèle que le thème poursuivi avec la plus grande régularité par les groupes de pression des mass médias à Washington au cours des années 1996-2000 avait trait aux questions de propriété intellectuelle.**15** Parmi d'autres projets de lois, le Uniform Computer Information Transactions Act (UCITA) a pour but de renforcer le système de licences, et le Digital Millennium Copyright Act (DMCA) renforce les protections techniques en rendant illégal le fait de "s'attaquer" à certaines mesures techniques et de fabriquer ou distribuer des outils de "hacking." Ces propositions, si elles étaient adoptées, renforceraient encore plus la protection de la propriété intellectuelle.**16**

Une autre possibilité de contre-attaque pour faire face au copiage est d'incorporer les systèmes de protection dans le matériel d'enregistrement ("hardware"). Il existe un Audio Home Recording Act (AHRA) qui oblige les fabricants de graveurs de Digital Audio Tapes (DAT) de consommation courante à installer des puces affectant la qualité des copies effectuées: la première génération de copies est bonne, mais les suivantes sont dégradées.

Citons également le système Content Protection for Recordable Media (CPRM) qui prévoit que le consommateur achètera le droit de faire une seule copie autorisée d'un disque; le logiciel inscrira une clé sur le média vierge, que seul un lecteur autorisé pourra ouvrir. On peut ainsi circonscrire, sinon le nombre de copies, du moins les possibilités de lecture de ces copies.**17** Ces innovations ouvrent la possibilité de mettre en place des technologies de contrôle parfait, qui contraindraient tout lecteur d'un contenu protégé à être identifié et invité à payer ("pay-per-view"). Le sous-secteur du cinéma s'y intéresse: des films pourraient être livrés par l'intermédiaire d'Internet suivant ce principe @ étant entendu que le lecteur de "contenu", accessible au contrôle du fournisseur ne serait autre que le disque dur du consommateur.**18**

C'est en somme la suite logique de la surveillance qui existe déjà sur Internet avec les "cookies", ces programmes furtifs disséminés sur nombre de sites qui permettent d'établir des profils de circulation et de consommation précis. Les entreprises peuvent ensuite proposer des marchandises de manière quasi-individuelle, en adaptant l'offre aux déplacements et achats effectués par le passé, ou revendre leurs fichiers.**19**

Malgré tous ces efforts, il est fort probable que les consommateurs poursuivront leurs piratages. On risque alors d'en arriver à une situation où les conglomerats s'estimeront contraints de poursuivre leurs clients. Jusqu'à présent, ils ont préféré s'attaquer aux fabricants des outils permettant de diffuser gratuitement les "contenus", tels Napster, plutôt qu'aux individus qui s'en servaient.**20**

La numérisation des marchandises donne à l'individu-consommateur la possibilité de surmonter temporairement son aliénation en jouant: en créant librement, ou en offrant gratuitement des objets culturels. Sa criminalisation par l'industrie engendrera-t-elle une nouvelle crise du capitalisme? Elle sera en tout cas impossible à appliquer partout, si l'on estime que le copiage ne peut être interdit totalement que dans un système rigoureusement totalitaire.

Notes

1. Diane Mermigas, "How companies deal with the Net," Electronic Media, 19 avril 1999.
2. Neil Hickey, "Unshackling Big Media", Columbia Journalism Review, janvier-février 2002.
3. Dan Schiller, "Hard Times For Digital Capitalism: From Neoliberal to Authoritarian Development?", présenté à l'Université Stendhal, Grenoble-III. Conférence du CIESIMSA sur l'Impact des entreprises multinationales américaines sur la société, 11-12 janvier 2002.
4. Eben Moglen, "Anarchism Triumphant: Free Software and the Death of Copyright", First Monday, 1999. <http://emoglen.law.columbia.edu/publications/anarchism.html>
5. Ibid.
6. Ibid.
7. On en a une illustration avec l'évaluation détaillée de Linux que Vinod Valloppillil a réalisée en octobre 1998 pour Microsoft, connue sous le nom de "Halloween Memo". Il y est dit que Linux représente "le meilleur d'UNIX," (qu'il) "est valable dans les applications critiques, et, en raison de son code 'open source'," (qu'il) "a une crédibilité à long terme qui excède celle de bien d'autres systèmes". De fait, il y aura toujours un suivi et des solutions. <http://www.opensource.org/halloween/halloween1.html>
8. Chris DiBona, Sam Ockman, Mark Stone, Open Sources: Voices from the Open Source Revolution, New York: O'Reilly, 1999.
9. Jessica Litman, Digital Copyright, New York: Prometheus Books, 2001.
10. Sur ces questions, voir Negativland (Hosler & Joyce), "Two relationships to a cultural public domain", Conference on the Public Domain, Duke University School of Law, 9-11 novembre 2001. Le groupe musical Negativland a eu quelques démêlés avec la justice au cours des années 1990 en raison de leur ré-appropriation de produits de l'industrie culturelle.
11. Sixth Annual BSA Global Software Piracy Study, mai 2001.
12. Microsoft, "Microsoft Launches Worldwide Campaign to Crack Down on Internet Fraud", Redmond, WA, 2 août 2000.

13. Le slogan d'Apple Computers "Rip, mix, burn. After all, it's your music" encourage les consommateurs à copier (rip) "leur" musique, puis à la réorganiser à leur convenance (mix) et enfin à la publier pour la faire écouter à d'autres (burn).

14. Lawrence Lessig, "The Internet Under Siege," Foreign Policy, novembre-décembre 2001. http://www.foreignpolicy.com/issue_novdec_2001/lessig.html

15. Charles Lewis, "Media Money", Columbia Journalism Review, septembre-octobre 2000.

16. Pamela Samuelson, "Digital Information, Digital Networks, and The Public Domain", Conference on the Public Domain, Duke University School of Law, 9-11 novembre 2001.

17. Dawn C. Chmielewski, "New Attack on Digital Piracy. Coalition Pushes Storage-based Copy Prevention", Mercury News, 29 décembre 2000.

18. Ibid.

19. Voir également Mathieu O'Neil, "Internet, ou la fin de la vie privée", Manière de voir No. 56, mars 2001.

20. Amy Harmon, "Online Piracy Fight: Next Up, Consumers", New York Times, 31 décembre 2001.