



HAL
open science

Ce que le commun fait aux industries des biens symboliques

Valérien Guillier

► **To cite this version:**

Valérien Guillier. Ce que le commun fait aux industries des biens symboliques. L'alternative du commun, Hermann, pp.315-321, 2019, Les colloques de Cerisy, 979-1037000880. halshs-02090233

HAL Id: halshs-02090233

<https://shs.hal.science/halshs-02090233v1>

Submitted on 4 Apr 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Ce que le commun fait aux industries des biens symboliques

VALÉRIAN GUILLIER

Deux acceptions assez distinctes des *Cultural Commons* peuvent être trouvées dans la littérature, qui tendent vers deux pôles du sens du terme culture : une vision « anthropologique » de la culture et une autre, plus restreinte, qui a trait au monde des arts et de la connaissance. Nous nous concentrerons ici sur cette seconde acception du terme et plus particulièrement sur les biens symboliques reproductibles et la littérature qui s’y rapporte. Nous proposons une perspective qui retient trois composantes de ce qui peut constituer un commun dans le domaine des biens symboliques. Il s’agit de l’accès, de la communauté et de la dimension politique. Nous mobiliserons ces trois aspects ainsi que les théories des industries des biens symboliques, pour analyser le cas d’un *webcomic*. Nous concluons en envisageant les limites d’un tel modèle.

I. DE L’ACCÈS À LA DIMENSION POLITIQUE

L’idée que la culture puisse être un commun apparaît dans la littérature au tournant du siècle, sous les plumes notamment de Benkler, Boyle ou encore Lessig. Ces juristes anglo-saxons s’inquiètent de la montée en puissance des droits de propriété intellectuelle qui sont présentés comme solution à tous les maux des industries culturelles et seraient justifiés par l’avènement de la « société de la connaissance ».

En se saisissant du vocable des communs pour la culture, ces juristes l’ont assimilé à la question de l’accès : le commun résulterait à terme de toute mise en partage. Les licences libres, appliquées à la création non logicielle (*Creative Commons* notamment), étaient pensées comme la parade à la marchandisation du symbolique : inappropriables, la culture

libre devait donner à chacun le statut d'auteur et libérer la création de l'emprise des industries.

Pour autant, cette vision n'intègre pas la dimension collective ou, plus exactement, elle suppose que la communauté en puissance équivaut à une communauté en acte. Les licences rendent possible la formation d'une communauté autour des biens symboliques mais cette dernière reste à créer réellement. En ceci, ces derniers s'apparentent beaucoup plus à des *common pool resources* qu'à des communs à proprement parler, c'est-à-dire des ressources autour desquelles un commun peut être constitué.

C'est particulièrement vrai des biens reproductibles sous licence libre, dont la majeure partie est accessible depuis les grandes plateformes. La communauté y est apparemment assimilée à la clientèle et le graphe social¹ est en fait la marchandise. Pour parler de commun il faut prendre en compte non seulement l'accès mais aussi la dimension collective en acte, qui reste complexe dans le cadre des biens symboliques.

Le commun a une dimension politique. C'est une forme de revendication, un positionnement antagoniste, comme l'écrivent Berry et Moss². C'est aussi un discours comme l'ont montré Madison, Frishmann et Strandburg³. Ces derniers font le parallèle avec le discours de l'« environnement » qui permet d'unifier la compréhension politique et de souligner la portée d'un ensemble de phénomènes qui autrement, ne seraient perçus que comme mineurs et aléatoires.

Le commun dépasse la seule somme des expériences constituées par *les* communs et tend à devenir un principe politique qui doit guider l'action, sous les plumes de Nicolas-Le Strat ou de Dardot et Laval⁴. La dimension politique *du* commun comme pratique d'auto-institution de la société semble ainsi essentiel.

1. Le graphe social désigne la cartographie des relations en sein d'un réseau social.

2. David M. Berry et Giles Moss, *Libre culture : meditations on free culture*, Winnipeg, Canada, Pygmalion Books, 2008.

3. Michael J. Madison, Brett M. Frischmann et Katherine J. Strandburg, « Constructing Commons in the Cultural Environment », dans *Cultural Commons*, sous la dir. de E. Bertacchini *et al.*, 2008.

4. Cf. Pascal Nicolas-Le Strat, *Le travail du commun*, Saint Germain sur Îlle, Éditions du commun, 2016.

II. LE CAS DE PEPPER&CARROT

Nous voudrions proposer une analyse d'un *webcomic* intitulé *Pepper&Carrot* à partir de ces considérations sur les biens symboliques comme communs. L'analyse du seul site est riche en enseignement. Cette bande-dessinée est sous licence libre (CC-BY). Pour rappel, cette licence autorise toutes les réutilisations à l'unique condition de citer le ou les auteurs des œuvres originales⁵.

La version en ligne est traduite en 38 langues, dont près de la moitié de façon complète, grâce au travail de traduction réalisé par la communauté. Ces traductions ont été rendues possibles et ont même été incitées par la licence libre et la plateforme de traduction organisée via le site. La bande dessinée a déjà été éditée en version papier en français, en allemand et en breton.

La question de l'accès est de fait résolue, puisque la bande-dessinée, ses sources (différentes étapes du dessin original numérisé au rendu final), les textes, mais aussi les sources du site, ou encore les brosses du logiciel de dessin sont libres.

La constitution d'une communauté dans le cas de *Pepper&Carrot*. a aussi constitué un succès assez important. L'auteur a organisé, via son site et d'autres outils numériques, une communauté de contributeurs (traducteurs ou financeurs)⁶. Grâce au travail de cette communauté sont nées des œuvres dérivées dont l'auteur a assuré la promotion. Pour les seuls éléments « reproductibles », un jeu de société, deux jeux informatiques, et un film d'animation (encore en projet) ont été développés ou vont l'être.

Enfin la dimension politique n'est pas oubliée. Elle est mentionnée dès la page d'accueil et explicitée dans la partie du site intitulé « Philosophie » qui explique l'approche politique de l'auteur en quelques paragraphes dont le dernier s'ouvre par la devise : « Changeons l'industrie de la BD! ». On peut y lire ce qui suit :

Avec moins d'intermédiaires entre lecteurs et auteurs, tout le monde y gagne ; vous me financez directement. Aucun éditeur, distributeur ou commercial ne peut exercer des changements sur *Pepper&Carrot* afin de le faire rentrer dans une case du « marché »... Et pourquoi *Pepper&Carrot* ne pourrait-il pas amorcer un changement et ainsi inspirer une industrie en crise ? Essayons !

5. Cf. <<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>>.

6. D. Revoy, 2017, *Pepper&Carrot* : <<https://www.peppercarrot.com/>>.

Ce projet constitue aussi une tentative de tierce voie dans la culture, qui tente de dépasser les oppositions entre État et marché d'un côté et entre financement et autonomie artistique de l'autre, et ceci par le crowdfunding. Le *crowdfunding* est connu : via une plateforme, une personne ou une organisation peut lever des fonds auprès du public, parfois en échange de contreparties plus ou moins en lien avec le projet. Dans le cadre de financements récurrents il s'agit de donner une somme, soit de façon fixe tous les mois, soit à chaque fois que celui qui lève les fonds a produit quelque chose qu'il juge significatif (il est possible de mettre un maximum mensuel). Deux des sites les plus avancés sur ce sujet sont Patreon dans le monde anglophone et Tipeee pour la France. Comme les autres sites de *crowdfunding*, ceux-ci se payent en prélevant un pourcentage des revenus des utilisateurs de la plateforme (5 % dans le cas de Patreon, 8 % sur Tipeee)⁷.

David Revoxy touche à chaque publication de planche près de 3300 \$ de la part de donateurs, grâce à un tel système de *crowdfunding* récurrent. Avec *Pepper&Carrot*, il se situe au-dessus de la moyenne des auteurs, mais reste en dessous des revenus bruts des auteurs dits « installés » (dont la moyenne s'élève à 44 000 € par an)⁸. Selon la même enquête, plus de la moitié des auteurs touchaient cependant moins que le SMIC, seuil qui s'élève à 67 % si l'on se concentre sur les seules auteures.

Mais les revenus de David Revoxy bénéficient aussi de versements de la part de deux de ses 886 « patrons », en l'occurrence des sociétés qui souhaitent utiliser les œuvres de façon commerciale. Popcom et Glénat, deux éditeurs de bande-dessinée, ont ainsi choisi de payer à chaque planche, respectivement 350 \$ et 950 \$.

La souscription d'éditeurs a agité le monde de la bande dessinée. En effet, l'éditeur publie des exemplaires imprimés de *Pepper&Carrot*, et pourrait grâce à la licence libre le faire sans rien devoir à l'auteur s'il le souhaitait. Aussi quand Glénat verse 950 \$ par mois à l'auteur, la maison d'édition réalise une triple opération :

- elle réalise très certainement une opération profitable financièrement. En tout cas, Glénat n'a pas pris de risque en publiant

7. Graphtheon, Top Patreon Creators : Top Earners + Big-gest + Highest Paid + Successful, 2017 : <<https://graphtheon.com/top-patreon-creators>>, consulté le 26/08/2017.

8. *Enquête auteurs 2016*, États-généraux de la BD, 2016.

Pepper&Carrot, étant donné son succès en ligne : 10 000 exemplaires (soit 4 rééditions) du tome 1 ont été vendus⁹;

- elle réalise une opération de communication, et affiche une image respectueuse d'un ensemble de pratiques nouvelles, notamment vis-à-vis des auteurs libristes ;
- elle prouve par l'exemple que les modes de rémunération pourraient changer, que la prise de risque pourrait être portée par l'auteur. C'est *après* son succès en ligne que David Revoy a été publié par Glénat.

III. COMMUN ET VALORISATION

Nous souhaitons maintenant mobiliser deux modèles d'analyse des industries des biens symboliques : l'oligopole à franges et l'intermédiation informationnelle afin de les mettre en regard des pratiques de l'auteur de *Pepper&Carrot*, lequel nous semble être aux avant-postes d'évolutions plus globales qui touchent les industries des biens symboliques.

Un des premiers modèles issus de l'analyse des industries culturelles est l'oligopole à franges. Une entreprise, souvent appelée *major* dans les industries culturelles, publie essentiellement des succès, laissant à des petits labels, qualifiés d'« indépendants », la publication de nouveautés (nouveaux formats, nouveaux auteurs, etc.). La frange est constituée de petites entreprises, qui finalement concentrent les risques et jonglent entre les succès d'estime, les rares tubes, et les échecs commerciaux (relatifs) qui font la grande partie de leur catalogue.

Si l'oligopole à franges continue d'exister, il nous semble qu'une bifurcation apparaît : ceux qui assument le risque, à l'heure des plateformes, et de l'intermédiation informationnelle, c'est-à-dire ceux qui composent les franges pourraient constituer de plus en plus directement la foule des amateurs, des indépendants, des « créatifs », et probablement des libristes ou *commoners*.

Un autre modèle identifié dans les industries culturelles, dont Bouquillon, Miège, et Moeglin nous rappellent qu'il ne s'y limite pour autant pas, est celui de l'intermédiation informationnelle¹⁰. Il s'agit du modèle désormais connu des moteurs de recherche qui ne

9. <<https://www.peppercarrot.com/fr/article410/second-book-printed-by-glenat>>

10. Philippe Bouquillon, Bernard Miège et Pierre Moeglin, *L'industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles*, Grenoble, PUG, 2013.

font que mettre à disposition du contenu produit par d'autres, et qui permettent à ceux qui le souhaitent de trier l'information et de trouver celle qu'ils recherchent.

Ce modèle a été étendu notamment aux plateformes hébergeant des biens symboliques (Youtube, Flickr) et a donné lieu à de nombreuses analyses du point de vue du travail du consommateur, du fan ou du spectateur et fait l'objet de relectures récentes par les théoriciens du *Digital Labor*¹¹. On peut entrevoir la possibilité d'une nouvelle forme d'intermédiation, qui serait l'intermédiation financière. Dans le modèle des entreprises qui existent grâce au travail des concepteurs, ou pour reprendre une formulation plus ancienne, dans le cas « des manières dont le capital se reproduit grâce au travail créatif¹² », ces intermédiaires financiers sont notamment mobilisés pour le *crowdfunding* : il est important de noter qu'ils n'assument pas le risque. *Patreon*, qui est en passe de devenir la référence internationale du financement participatif récurrent, distribue selon les estimations récentes 10 millions de dollars par mois.

Mais ce modèle d'appel à la foule va au-delà du seul financement. Dans le cas de *Pepper&Carrot*, David Revoxy fait appel à du travail bénévole, pour la traduction. Car le travail des lecteurs et contributeurs bénévoles :

- est valorisé dans le cas des traductions imprimées et vendues, mais aussi dans le financement participatif récurrent : *quid* d'une éventuelle répartition des revenus des ventes en langue étrangère avec les traducteurs ? ;
- constitue l'environnement qui donne son attrait à la plateforme et à l'œuvre pour le plus grand nombre ;
- contribue à la capitalisation symbolique de l'auteur : plus la bande dessinée est lue, plus il a de chances d'être reconnu, et donc d'obtenir d'autres projets, contrats, offres de collaborations, etc.

IV. LES LIMITES DE LA GÉNÉRALISATION DU MODÈLE

David Revoxy a réussi en quelques mois à produire des biens symboliques mais aussi, et peut-être surtout, à construire une plateforme

11. Trebor Scholz (dir.), 2013, *Digital labor : the Internet as playground and factory*, New York, Routledge ; T. Terranova, « Free Labor : Producing Culture for the Digital Economy », in *Social text*, vol. 18, n° 2, 2000, p. 33-58.

12. Armel Huet *et al.*, *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble, PUG, 1978.

autour de laquelle s'organise une communauté et peut se construire un commun. C'est un cas exemplaire dans la façon dont il ne conditionne pas le partage à la rémunération puisque ceux qui payent n'obtiennent aucun accès supplémentaire ou prioritaire sauf en termes de visibilité. Pour autant ce modèle, s'il est intéressant, est difficilement généralisable. Il repose sur une série qui fonctionne par épisodes publiés régulièrement. Ce fonctionnement n'est possible que pour une production sécable (roman ou BD feuilleton, musique morceau par morceau). *Quid* de la fidélité des contributeurs en cas de vacances ?

Si David Revoy a trouvé un public assez large pour le financer, c'est qu'il se présente comme producteur de « divertissement ». Quelle possibilité y a-t-il de financer des recherches artistiques plus expérimentales, moins populaires ou qui simplement demandent plus de ressources comme ce serait le cas d'un enregistrement d'un orchestre symphonique par exemple ?

David Revoy semble avoir acquis dans son expérience personnelle des compétences techniques fortes – scriptage de logiciels, conception d'une plateforme web, utilisation d'outils informatiques – qu'il partage, mais qui restent complexes à appréhender. Tous les auteurs n'ont pas les dispositions ou le temps à consacrer à l'apprentissage de l'informatique nécessaire pour maintenir une telle plateforme. De la même manière il a développé des compétences sociales pour faire exister et faire vivre sa communauté. Ces compétences techniques et sociales relèvent des multiples métiers qui appartiennent souvent à la chaîne éditoriale ou sont délégués à d'autres intermédiaires, même s'ils tendent à être de plus en plus internalisés par les auteurs dans l'ensemble des industries culturelles.

Cette étude sommaire d'un cas appelle une réflexion plus large sur les outils nécessaires pour transformer des biens symboliques en communs, notamment sur les plateformes et les systèmes de financement participatif. Si l'autonomie des artistes passe par ces outils, il faudra alors envisager de les développer eux aussi comme des communs donc nécessairement comme des objets de coopérations, travaillant des collectifs, afin de ne pas tomber dans l'illusion qui réenfermerait dans chacun dans des solutions individuelles faisant de chacun des petits entrepreneurs de soi, en concurrence les uns avec les autres, de parfaits petits « créatifs », en somme.

