

L'ÉCHANGE DE FILMS EN *PEER-TO-PEER*
SUR INTERNET : *SOCIOLOGIE DES USAGES*

Olivia Wojnas

Directeur de recherches : *Frédéric Gimello-Mesplomb*
(Maître de Conférences, Université de Metz)

Mémoire de Maîtrise Arts du Spectacle,
mention Etudes cinématographiques et audiovisuelles

Université de Metz - Octobre 2005

REMERCIEMENTS

Merci

à toutes les personnes qui ont accepté de participer à l'enquête retracée dans une partie de ce texte ;

à **mes parents** pour leur patience à mon égard ;

à **Ada Gérard** et à **Youcef Boutoumi** pour leur soutien ;

à **Eric Vaesken**, d'avoir partagé souvent mes questionnements et de m'avoir ainsi permis d'avancer ;

à ma petite sœur, **Emilie Wojnas**, pour ses innombrables, indispensables et sages corrections de mes virgules mal placées et de mon style d'écriture parfois trop plein d'emphase au regard de la nature du travail qui m'était demandé, et aussi pour son aide sans laquelle je n'aurais pas terminé ce mémoire dans les temps qui m'étaient impartis ;

à **Fabrice Montebello** et à **Jean-Marc Leveratto**, d'avoir accepté de faire partie du jury de soutenance ;

et enfin, merci surtout à **Frédéric Gimello-Mesplomb**, pour ses conseils avisés et la justesse des références bibliographiques qu'il m'a suggérées, pour ses nombreux encouragements discrets et éclaircissements qui sont toujours tombés à pic, et pour l'énorme enthousiasme avec lequel il exerce sa profession.

Par ailleurs, je recommande vivement à tous les étudiants en sciences humaines et arts qui liront ces mots (s'ils les lisent) de visiter le site Web de Frédéric Gimello-Mesplomb [<http://fgimello.free.fr/>] (en date du 20 octobre 2005), qui offre des conseils méthodologiques clairs et des bases solides, indispensables à qui souhaite commencer à penser sérieusement « la culture ».

SOMMAIRE

CHAPITRE INTRODUCTIF.....	6
---------------------------	---

CHAPITRE 1

CADRES DE REFLEXION ET CONTEXTES

1.1 Cinéma et théories

1.1.1 Industrie et économie.....	17
1.1.2 Technologies et économie.....	20
1.1.3 Technologies et sciences de l'information et de la communication.....	23

1.2 Une façon d'échanger des films sur Internet : les réseaux *peer-to-peer*

1.2.1 Le P2P, une technologie d'égal à égal.....	26
1.2.2 Le réseau entre égaux, un concept né avec Internet.....	32
1.2.3 Napster : la naissance de la polémique autour P2P.....	35
1.2.4 Des échanges facilités et difficilement contrôlables.....	39

CHAPITRE 2

DEVENIR « SPECTATEUR » DE FILMS GRACE AUX RESEAUX *PEER-TO-PEER* : LES MOTIVATIONS ET LE CHOIX DU CONSOMMATEUR

2.1 Détracteurs et défenseurs de la technologie *peer-to-peer* : le discours de l'illégalité contre le discours de la légitimité

2.1.1 Les industries culturelles et les pouvoirs publics à l'origine de l'image du « pirate »	
a) <i>Du pirate des mers au « pirate » audiovisuel du P2P.....</i>	44
b) <i>Un acte de délinquance grave.....</i>	47
c) <i>Le combat contre le fléau du piratage.....</i>	49
2.1.2 Le discours plus nuancé des défenseurs du système P2P	
a) <i>Un regard distancié dédramatisant.....</i>	50
b) <i>Les revendications de légitimité des utilisateurs.....</i>	52
c) <i>Des enjeux variant selon les utilisateurs.....</i>	53
2.1.3 Le « pirate » versus le « consommateur averti » : quels enjeux ?	
a) <i>Un débat bipolaire relayé par les médias.....</i>	55

b) <i>Qui défend quoi ?</i>	57
c) <i>Quels questionnements pour quels enjeux ?</i>	63

2.2 Connaissance actuelle des motivations au téléchargement non payant des oeuvres audiovisuelles en France

2.2.1 Typologie et résultats des études françaises réalisées.....	65
2.2.2 Réalisation d'une enquête intitulée « Télécharger les films : une nouvelle façon de consommer les images ? »	
a) <i>Méthodologie</i>	67
b) <i>Difficultés rencontrées</i>	68
2.2.3 Analyse des résultats de l'enquête « Télécharger les films : une nouvelle façon de consommer les images ? »	
a) <i>Les grandes tendances</i>	71
b) <i>Des comportements différents selon les goûts ?</i>	76
c) <i>Une mort annoncée du cinéma ?</i>	77

CHAPITRE 3

LE PEER-TO-PEER DANS LA CONSOMMATION DES FILMS PAR INTERNET : VERS UNE NOUVELLE LOGIQUE COMPORTEMENTALE ?

Avant-propos	80
---------------------------	----

3.1 L'espace d'existence de l'échange

3.1.1 Quel positionnement par rapport à la sphère marchande ?.....	81
3.1.2 Quelle fonction au sein des relations interpersonnelles ?.....	83

3.2 Les modalités de l'échange

3.2.1 Y a-t-il une obligation de « donner, recevoir, rendre » ?.....	89
3.2.2 Quelle place pour le symbolisme ?.....	91

3.3 Conclusion partielle : la valeur réelle du jugement individuel	95
---	----

CONCLUSION	97
-------------------------	----

ANNEXES

Annexe 1

Les ventes des appareils DVD vidéo en France en 2004.....100

Annexe 2

Présentation du numéro hors série de *DivX Magazine* : « Guide du DivX® Certified ».....101

Annexe 3

Questionnaire « Télécharger les films : une nouvelle façon de consommer les images ? ».....107

Annexe 4

Affiches d'accroche.....122

Annexe 5

Courrier type.....123

Annexe 6

Résultats chiffrés de l'enquête « Télécharger les films : une nouvelles façon de consommer les images ? ».....124

Annexe 7

Chronologie comparative : avancées technologiques, cinéma-audiovisuel-Internet, affaires juridiques et législation.....131

GLOSSAIRE.....137

BIBLIOGRAPHIE.....140

CHAPITRE INTRODUCTIF

Les innovations technologiques ne sont rien sans leur part de rêve, les services nouveaux ont besoin de se raccrocher à une histoire. Dans l'audiovisuel, ce rêve, cette histoire ont toujours eu à voir avec le cinéma, tant pour le développement des réseaux multi chaînes que pour les chaînes payantes qui en ont été le produit d'appel. On connaît désormais la richesse de l'Internet dans le domaine de la communication. On découvre son potentiel dans le domaine de la transaction et du commerce de biens. Il reste à en découvrir l'originalité, et peut-être les vertus, dans le domaine des contenus pour permettre au film de toucher un public plus large encore, dans des conditions de confort et d'efficacité que nous ne pouvons aujourd'hui que pressentir.¹

Début du vingt-et-unième siècle. Comme de tous temps, le monde évolue. A cette nuance près que les progrès technologiques s'infiltrent aujourd'hui à plus vive allure dans notre quotidien. Les innovations techniques voient leur durée de vie largement écourtée ; elles deviennent rapidement des nouveautés accessibles et convoitées ; puis atteignent leur date de péremption, écrasées par d'autres merveilles dernièrement nées, face auxquelles elles ne font plus le poids. Les progrès du toujours plus s'enchaînent – toujours plus puissant, performant, accessible... – portés d'abord par les fabricants et les spécialistes, puis absorbés par les consommateurs et les publics. A l'ère du numérique, les dernières technologies jouent un rôle considérable dans le développement et l'évolution des industries culturelles.

La rapidité, la précision, l'infailibilité de la machine, les possibilités aperçues grâce à ses compétences, rencontrent engouement et enthousiasme sans mesure de la part de nos

¹ Bernard Guillou, « La distribution des films en ligne », étude réalisée pour l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel, janvier 2004, publié en ligne [http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/filmsonline_guillou.pdf], 16 juillet 2005, page 39.

sociétés modernes. Elles se heurtent également aux peurs et aux doutes qui accompagnent souvent les moments décisifs de l'évolution technologique².

La question brûlante du phénomène *peer-to-peer* ou P2P (échange de fichiers par Internet, de particulier à particulier, ou de « pair à pair » ou d'« égal à égal » ou de « poste à poste »), dont les utilisateurs sont accusés de contribuer à une baisse du chiffre d'affaire des industries culturelles, et de bafouer les droits des créateurs, occupe aujourd'hui le devant de la scène médiatique. La polémique autour des pratiques d'échange de musique et de films par les systèmes P2P à travers le réseau Internet est un exemple symptomatique des retombées de l'appropriation par le grand public d'une technique de diffusion de contenus liée aux nouvelles technologies de l'information et de la communication, et au développement du multimédia. Les conséquences sur les industries culturelles et sur la société de ce que l'on pourrait définir, en étant à peine visionnaire, comme une mutation en cours, regroupent autour d'une problématique aux multiples facettes les acteurs économiques, les acteurs culturels, les artistes, l'opinion publique, les législateurs et aussi les théoriciens de l'art et de la culture, les sociologues, les philosophes...

Afin de comprendre les fondements, la nature et les enjeux contemporains de l'échange de films en *peer-to-peer*, il est utile de rappeler le contexte dans lequel cette pratique a émergé.

La technologie P2P peut être considérée comme l'aboutissement de la logique originelle portée par les fondateurs d'Internet. En 1958, le Département américain de la Défense crée L'*Advanced Research Project Agency* (ARPA). Ayant pour mission l'application des technologies de pointe à la défense du pays, elle lance en 1962 un programme de recherche en informatique dont l'objectif est de concevoir un réseau de communication longue distance de portée nationale, capable de continuer à fonctionner même en cas de défaillance de certains de ses éléments. Après plusieurs années d'expérimentation, le réseau Arpanet est opérationnel et établi pour la première fois en octobre 1969, par l'intermédiaire de lignes téléphoniques, une liaison directe entre deux

² Voir notamment Collectif, *Internet : l'extase et l'effroi. Le Monde diplomatique*, numéro hors série, coll. « Manière de voir », octobre 1996.

ordinateurs situés de part et d'autre du pays, respectivement sur les campus universitaires d'UCLA (Californie) et de Stamford (Connecticut). Rapidement, d'autres ordinateurs, utilisés sur des sites militaires et dans les laboratoires universitaires de recherche, viennent étoffer le réseau, multipliant les possibilités d'échanger des données.

L'objectif premier de ce projet est de faciliter l'avancée technologique de la nation en créant une synergie entre les scientifiques implantés sur l'ensemble du territoire, par la mise en commun des résultats des recherches et travaux effectués. Les initiatives sont d'abord éparses, mais se répandent peu à peu et plusieurs réseaux se développent à travers le pays. Ces réseaux relient souvent des scientifiques appartenant à la même communauté et établis sur des zones géographiques au rayon restreint. Une vocation supplémentaire apparaît alors pour le réseau :

Aujourd'hui, les communautés en ligne sont séparées les unes des autres, aussi bien fonctionnellement que géographiquement. Chaque membre ne peut avoir accès qu'aux données traitées et archivées, aux programmes accessibles à sa communauté. Mais maintenant, l'évolution est d'interconnecter des communautés séparées et de les transformer ainsi en ce que nous pouvons appeler une supercommunauté. On peut espérer que cette interconnexion permettra à tous les membres de ces communautés d'avoir accès aux programmes et aux données de l'ensemble de la supercommunauté.³

L'Internet d'aujourd'hui est à cette époque en gestation, ses caractéristiques et ses fonctionnalités se précisent au fur et à mesure des expérimentations et des mises en application des programmes scientifiques. Une idéologie communautaire se distille peu à peu dans l'utopie de ce réseau planétaire, qui n'apparaît plus uniquement comme un dispositif de calcul mais aussi comme un dispositif de communication. Les différents ordinateurs du réseau tiennent des rapports d'égalité, n'ayant aucune relation maître-esclave avec une machine centrale. Le contenu est délibérément caractérisé d'« ouvert » par les concepteurs-utilisateurs des vingt premières années. L'importance

³ Joseph C. R. Licklider et Robert Taylor, « The computer as a communication device », *Science and Technology* (avril 1968), réédité dans *In Memoriam : J.C.R. Licklider 1915-1990* (Palo Alto, Californie : Digital Systems Research Center, 1990), pages 31-32 ; cité dans Patrice Flichy, *L'Imaginaire d'Internet*, (Paris : Editions La Découverte, coll. « Sciences et Société », 2001), pages 53-54.

de l'acte d'échange et de communication s'impose spontanément : la naissance de la messagerie électronique et son succès (trois-quarts du trafic en 1973) sont respectivement qualifiés d'imprévu et de naturel. A la fin des années 70, les usages non professionnels apparaissent sur le réseau encore réservé aux scientifiques et aux universitaires : des groupes de discussion sont mis en place sur le réseau Usenet, et si les thèmes débattus concernent avant tout les sciences et les techniques, on y trouve également des discussions sur des sujets d'intérêt général, des histoires drôles, ou des groupes fréquentés par des fans de science-fiction.

Le 1^{er} janvier 1983 est adopté un protocole standard de transmission des données que des réseaux différents peuvent utiliser de manière efficace ; ce protocole (TCP/IP) est baptisé Internet. Tous ces réseaux qui utilisent le même langage peuvent alors s'interconnecter dans un réseau de réseaux que l'on prend l'habitude d'appeler également Internet.

Devant l'ampleur de l'expansion d'Internet, s'impose à la fin des années 80 la nécessité non pas de hiérarchiser mais de créer des liens entre les multiples informations qui circulent de manière décentralisée. Fin 1991, le logiciel de navigation appelé World Wide Web permet de créer une toile mondiale reliant l'ensemble des informations et contenus disponibles sur le réseau Internet. La recherche d'informations devient plus simple et accessible aux néophytes. Le World Wide Web, une fois son utilisation généralisée, finit par désigner cette toile mondiale des données informatiques et informations multimédia disponibles. Prêt pour une ouverture au monde extérieur des non-initiés, Internet, le réseau révolutionnaire, se prépare à s'étendre sur une grande partie de la planète.

L'expansion du réseau auprès des potentiels utilisateurs non issus de la communauté des concepteurs-utilisateurs sera d'abord conditionnée par des facteurs économiques et techniques. Depuis le début des années 1990, la banalisation toujours accrue de l'accès à la toile mondiale, l'apparition des fournisseurs d'accès à Internet (FAI) privés proposant des services toujours plus compétitifs et séduisants, le perfectionnement et l'accessibilité de l'informatique et des appareils numériques, les

prix toujours plus abordables des équipements, ont fait des technologies multimédia de véritables produits d'appel auprès du grand public.

Dans une société où les médias informatisés deviennent omniprésents et où les textes, les images, les sons et l'audiovisuel sont numérisés, Internet constitue techniquement un véhicule adapté pour une circulation élargie de contenus sans supports. Dans cette optique, le réseau peut apparaître notamment comme un canal de diffusion supplémentaire qui vient s'ajouter à celui de la radio et à celui de la télévision classique. Il n'en est rien. Et les différences sont significatives quant à la réception et aux modalités de consommation des « biens informationnels ». L'étendue du réseau par-delà les frontières, les grandes quantités et diversité d'informations qui circulent, situent le choix au cœur de la pratique des usagers. L'expression de « masse diversifiée » prend ici tout son sens : des individualités s'expriment dans des choix personnels et subjectifs, au sein d'une masse composée d'individus aux origines géographiques, sociales et culturelles multiples.

Une démarche participative est spontanément adoptée sur le réseau, qui garde les traces, dans son fonctionnement, de la tradition originelle d'une « culture du libre ». Chaque individu connecté peut mettre à disposition des données, participant ainsi à la vie du média – même si les sources institutionnalisées gardent une autorité sur le réseau grâce à la fiabilité qui leur est accordée. Plus qu'un média qui diffuse l'information, le réseau permet de la faire circuler. Son caractère ouvert donne la possibilité à qui le souhaite d'adopter un rôle participatif. Les sources peuvent donc être nombreuses, les modalités de diffusion et de récolte de l'information peuvent se faire entre individus plus librement que dans les médias de masse.

Internet a par ailleurs entraîné une extension de l'espace marchand, mais aussi d'une certaine logique comportementale marchande. La démultiplication des possibilités de choix amène l'internaute à se comporter en consommateur d'informations, à chercher et choisir auprès des plus offrants ce qui l'intéresse et lui semble être le meilleur ; puis à rester si cela lui convient, ou partir ailleurs s'il n'est pas satisfait.

L'internaute peut aussi acheter en ligne des services, des objets et notamment des biens culturels (livres, jeux vidéo, CD audio et DVD). Si la vente en ligne des produits sous leur forme traditionnelle existe, il n'en est pas de même pour la vente des contenus sans support – à part dans le domaine musical, où des offres en ligne, qui semblent attractives, existent depuis peu. Alors que le CD est venu remplacer la cassette audio, et le DVD la cassette VHS, la consommation de contenus culturels numériques par l'intermédiaire du réseau dématérialise les objets qui étaient souvent collectionnés autrefois, et entraîne une diversification des comportements connus jusqu'alors.

L'arrivée du CD audio (en 1982) et celle du DVD (en 1995) ont constitué un âge d'or pour les industries du disque et du cinéma. Ces nouveaux supports de stockage de qualité, quasiment inviolables au vu des technologies dont le grand public disposait à l'époque, ont remporté un vif succès auprès du public, pour le plus grand bonheur des industries du disque et du cinéma, qui ont abordé sereinement ce nouvel avenir plein de promesses.

Jusqu'au jour où un jeune étudiant américain créa Napster⁴, un logiciel (*peer-to-peer*) d'échange gratuit de musique par Internet, entre particuliers.

Alors que Napster rencontre un énorme succès, les industries du disque s'affolent. Une polémique voit le jour, autour de l'illégalité à laquelle incitent ces logiciels P2P, en faisant implicitement la promotion de la contrefaçon de produits culturels. Ce sera là le début d'un battage médiatique qui ira en s'amplifiant jusqu'à aujourd'hui. Effectivement, quelques années et quelques progrès techniques plus tard, à partir de 2003, ce sera au tour du cinéma de s'inquiéter de l'échange gratuit de films par les mêmes logiciels. Au nom de la sauvegarde du droit d'auteur et de la survie de l'art (la Musique et le Cinéma) dans toutes ses lettres de noblesse, s'annonce alors une bataille – acharnée ? – dans laquelle les industries du disque et du cinéma multiplient les offensives contre chaque coupable potentiel.

⁴ Sur l'avènement et la chute de Napster, voir David Mabillot et Isabelle Proust, « L'échec du pionnier de la musique en ligne Napster ou la remise en cause de la gratuité au nom du droit d'auteur », dans Thomas Paris (dir.), *La Libération audiovisuelle. Enjeux technologiques, économiques et réglementaires* (Paris : Editions Dalloz, coll. « Presaje », 2004), pages 151-154. Ab. LA.

Pour les utilisateurs, le concept du téléchargement en ligne est attractif : contexte de développement underground et polémique, gain de liberté dans l'acte de consommation, diversité de l'offre démultipliée, accessibilité plus directe au produit culturel, tout concourt à faire du *peer-to-peer* un mode de diffusion à succès auprès de nos sociétés modernes. Mais les progrès technologiques réveillent de vieilles peurs chez les industries culturelles, comme chez les plus fervents défenseurs de l'art dans toutes ses lettres d'une certaine « noblesse » : le P2P va tuer la musique et le cinéma... Les menaces ont été nombreuses au cours de l'Histoire⁵. La télévision, à son apparition dans les années 60, devait tuer le cinéma ; mais ce dernier vit toujours aujourd'hui, et son ennemie d'antan est devenue l'un de ses principaux alliés. Dans les années 70 et 80, c'est le magnétoscope qui devient le pire ennemi des défenseurs du cinéma ; mais dans les années 90, alors que le cinéma n'est toujours pas mort et que l'utilisation des cassettes vidéo s'est répandue, les industries ont trouvé là un moyen d'élargir l'exploitation des films. L'apparition du DVD semblait relever de l'exception, car cette fois, la technologie livrait aux industries cinématographiques un support presque parfait : qualité irréprochable, aucun moyen de copier, aucun concurrent ne pouvait donc menacer le monopole tenu par le DVD, véritable poule aux œufs d'or. Ceci serait encore valable aujourd'hui si la société était réifiée. Mais, elle est bien vivante, et elle évolue. Une autre tendance voit le jour aujourd'hui : celle d'une consommation dématérialisée. La plus grande visibilité de ce que l'on appelle les « industries du contenus » n'est qu'un fait anecdotique au regard de l'évolution des comportements qui a cours. L'adaptation qui avait eu lieu jadis avec la télévision, le magnétoscope et le DVD, semble relever d'un effort plus important aujourd'hui, justement parce que les contenus, auparavant, avaient toujours été matérialisés par un support. Ce n'est plus le cas aujourd'hui.

Face à ce changement d'envergure qui s'annonce, les ténors des industries du disque et du cinéma s'allient aux sociétés de gestion des droits d'auteur, et au nom d'une éthique de protection de l'art, multiplient les offensives – répressives, intimidantes, mais aussi préventives. Des solutions plus « diplomatiques » et profitables

⁵ Voir Annexe 7, page 131.

sont aussi timidement envisagées : tirer parti de ce nouveau partenaire commercial qu'est le réseau informatique.

Dans le domaine musical, des sites de téléchargement payant sont mis en place depuis 2003. Pour ce qui est d'une diffusion numérique des films en ligne, elle est plus difficile à mettre en place, mais se fait pressante. La pratique du téléchargement non payant de films a été réservée, aux débuts du *peer-to-peer*, à quelques privilégiés. Un fichier audiovisuel en format DivX est en effet en moyenne 200 fois plus volumineux qu'un simple fichier audio ; des freins techniques empêchaient le téléchargement massif de films. Ce n'est plus le cas aujourd'hui : le développement des offres haut débit d'accès à Internet, la plus grande capacité de stockage des ordinateurs, l'apparition sur le marché d'appareils de gravure et de lecture des formats DivX, font du téléchargement de films l'actualité première du *peer-to-peer*. Les chiffres officiellement communiqués quant à cette pratique varient cependant en fonction des sources et des paramètres de mesure utilisés. Il apparaît très difficile de quantifier le téléchargement gratuit de films, qui est effectué en partie de manière souterraine. Selon la MPA, association de défense des industries audiovisuelles américaines, le téléchargement illégal de films serait passé devant celui de la musique il y a quelques mois. En France, 2,9 millions d'utilisateurs effectueraient 32 millions de téléchargements de films par mois. 1,5 millions d'internautes français auraient eu le privilège de visionner en avant-première, de chez eux, le très attendu *Star Wars III La Revanche des Sith* de George Lucas avant sa sortie en salles. D'après une étude publiée en octobre 2004, réalisée par l'ALPA en collaboration avec le CNC, plus d'un tiers des films piratés sont disponibles avant leur sortie en salle et 91% avant leur sortie en vidéo. Le quotidien *Le Monde*, dans son éditorial du 25 juin 2005, intitulé « Le virus du piratage » décrit la situation actuelle en annonçant qu' « après avoir contemplé l'effondrement de sa cousine musicale, l'industrie cinématographique est aujourd'hui contaminée par le même virus ».

Même si parler d'une révolution paraît pour beaucoup exagéré, des indices laissent cependant croire qu'existe le pressentiment d'un changement conséquent. Au vu de la massivité de la pratique de l'échange de films en P2P, il est difficile d'être convaincu que les motivations premières des utilisateurs sont uniquement de l'ordre du libéralisme, de l'insouciance ou de l'ignorance des lois. Si en 1999, les usagers de

Napster étaient peut-être peu informés quant aux lois sur le droit d'auteur, la même ignorance ne peut pas être attribuée à l'ensemble des usagers des réseaux P2P aujourd'hui. La visibilité médiatique du phénomène, la mise en place récente, sur les sites de téléchargement, de messages informatifs quant à l'illégalité de l'acte de copie d'un bien culturel non possédé, ont contribué à une prise de conscience chez les utilisateurs.

Qu'est-ce qui pousse alors, malgré tout, à télécharger des films sans payer ? Mis à part l'intérêt de la gratuité qui n'est d'ailleurs qu'apparente, quelles sont les raisons qui font que les usagers choisissent, en connaissance de cause, de contourner la loi existante ? voire même de se cacher (sur les IRC, les groupes de discussion) pour continuer à échanger des films par Internet.

Nous pensons que ce phénomène s'inscrit dans une évolution des comportements – de consommation – et peut-être des goûts, puisque c'est aussi d'art dont il est question. Ces nouveaux comportements semblent positionner le choix, dans diverses mesures, au cœur de la pratique.

Ces questions, dès lors qu'il s'agit de cinéma, ne sont pas faciles à aborder. Le cinéma, aujourd'hui, interagit à la fois avec de multiples domaines. Dans le cas de l'échange de films en P2P, plusieurs aspects du cinéma sont questionnés. Nous rappellerons d'abord rapidement que les films s'inscrivent dans un vaste cadre d'échanges économiques : le cinéma, tout en étant un art, est une industrie, dont la santé dépend pour partie de sa capacité à tirer profit des avancées technologiques, et dont le produit fini s'inscrit par ailleurs aujourd'hui dans une large circulation de l'information. Nous ferons ensuite le point sur ce qu'est, techniquement et idéologiquement la technologie P2P, puis nous commencerons à examiner les facteurs qui ont permis à cette activité de se répandre massivement.

Dans l'optique d'interroger les motivations et les choix qui poussent à se diriger vers la pratique d'échange de films en P2P, nous examinerons d'une part la visibilité

donnée à cette pratique au sein de l'espace public, par ses détracteurs et ses défenseurs. D'autre part, nous nous intéresserons de plus près aux enquêtes de terrain déjà réalisées en France, qui ont pour objectif d'éclaircir les motivations des utilisateurs. Puis nous tenterons de dégager, par le biais d'un questionnaire, un autre type de motivations, peut-être moins conscientes : celles qui découlent du type de comportement adopté par les usagers à l'égard de la consommation des biens culturels.

Enfin, loin des analyses économiques de la pratique, nous poserons une hypothèse différente qui pourrait être le fondement de cet engouement de la part des publics pour le P2P : et si l'échange de films en P2P était aussi une forme d'échange-donation ? Nous nous appuierons pour ce faire sur les théories sociologiques sur le don. Non pas dans le but d'affirmer de manière catégorique, finalement, que l'échange de films en P2P relève ou ne relève pas du don. Mais avant tout pour tenter d'y voir plus clair quant à l'implication d'un public-consommateur dans ce phénomène mêlant allègrement industries culturelles, nouvelles technologies, juristes et législateurs, et dont l'œuvre d'art cinématographique est au centre de toutes les attentions.

CHAPITRE 1
CADRES DE REFLEXION ET CONTEXTES

1.1 Cinéma et théories

1.1.1 Industrie et économie

Le cinéma prend toute sa dimension industrielle en 1897, en France : Charles Pathé est le premier à appliquer à la production de films une véritable stratégie économique basée sur une concentration verticale. Léon Gaumont, à la même époque, suit sa démarche, et les deux entrepreneurs portent l'industrie cinématographique française au premier plan, jusqu'en 1916. Concurrencée par les studios hollywoodiens qui s'approprient le modèle Pathé, l'industrie française voit le début de son déclin à partir de la première guerre mondiale. Les films américains réalisent en 1926 80% des recettes dans les salles de l'hexagone, au détriment de la production nationale. La dépendance technologique amenée par le passage au parlant à partir de 1927 ne fera qu'aggraver la situation du secteur français affaibli financièrement.

« L'idée phare [...] que le capital est le véritable protagoniste des destinées du cinéma⁶ », émise par Janet Wasko alors qu'elle étudie en 1982 l'intérêt de Wall Street pour l'industrie cinématographique, est applicable de manière générale aux moments décisifs et désormais historiques qui ont jalonné la vie du septième art – comme jadis l'arrivée du cinéma sonore et peut-être demain la transformation du film en D-cinéma.

L'œuvre d'art est, dans ce domaine spécifiquement, inéluctablement liée à des facteurs financiers dans des relations d'interdépendance entre art et économie. La grande importance qu'acquièrent les capitaux en tant que facteurs de production, tient notamment à la structuration particulière de l'industrie cinématographique, comme le souligne Peter Bächlin :

Il existe, à notre époque, des productions intellectuelles (oeuvres littéraires, peintures, compositions musicales) pour lesquelles la commercialisation n'apparaît que lors de la phase de diffusion ; au cinéma, tout travail de création est commercialisé de la mise en scène à la remise des copies aux exploitants de salles.[TC 126]

⁶ Francesco Casetti, *Les Théories du cinéma depuis 1945* (Paris: Nathan, coll. « Cinéma », 1999), page 321. Ab. TC.

Précisons que Bächlin écrit en 1945, date à laquelle l'exploitation vidéo et la possibilité de faire des copies des oeuvres ne sont pas encore apparues. Cette chaîne industrielle portée du début à la fin par une grande nécessité pécuniaire, et ses enjeux économiques et commerciaux, sont par conséquent aujourd'hui plus étendus encore. Les problématiques socio-économiques relatives au cinéma se sont renouvelées avec l'arrivée du magnétoscope et de la cassette VHS. Par son succès, le DVD supplante peu à peu le support magnétique. Et les possibilités de regarder des films se multiplient.

Alors que le nombre d'entrées en salles avait longtemps été un repère sûr pour l'industrie, cet indicateur de popularité d'une oeuvre n'est donc plus le seul qui entre en jeu aujourd'hui. Les intermédiaires entre producteurs et spectateurs se sont multipliés : de l'exploitant de salle aux câblo-opérateurs et opérateurs de télécommunications proposant du cinéma par câble ou Internet, en passant par la diffusion par satellite, les vidéo clubs ou encore les éditeurs et vendeurs de DVD en boutique spécialisée comme en supermarché, le visionnage de film est sorti des salles et pour s'introduire dans les foyers. Cet élargissement de l'éventail des possibilités de visionnage a amené l'industrie à s'adapter à ces nouveaux secteurs en renouvelant ses stratégies.

La technologie numérique, appliquée au cinéma, retentit également sur l'ensemble des secteurs qui constituent la chaîne de fabrication du film : de la fabrication des caméras à la réception du film par le spectateur, en passant par les techniques de prise de vues, de projection, les modalités de production et de diffusion. Les nouveaux canaux de diffusion numérique resserrent de plus en plus les liens noués entre les secteurs industriels du cinéma et de l'audiovisuel, et rapprochent aussi les technologies de l'information et de la communication du cinéma.

Bächlin pointe notamment la nécessité pour l'industrie de la « recherche de l'exploitation maximale, de l'*universal appeal* (le film vu comme une production qui ne connaît pas de frontière) [TC 127] ». Cet impératif de rentabilité maximale existe bien sûr toujours dans la réalité contemporaine de l'industrie cinématographique. La multiplication récente des modes de diffusion et de consommation apparaît ici comme une véritable opportunité pour atteindre cet objectif. Elle a d'ailleurs été saisie en France au milieu des années 1990, lorsque des sociétés de production télévisuelle ont lancé les premières chaînes thématiques par satellite. De même lors de l'apparition du

DVD en 1995, la notion d'édition a été appliquée au nouveau support, lui donnant une plus-value qui a certainement contribué – avec la qualité d'image et de son accrue – à son succès.

Si l'industrie s'est adaptée avec moins de réticences à la diffusion en qualité numérique par câble, satellite, TNT ou support DVD, il n'en est pas de même pour ce qui est de la diffusion par Internet, espace encore nouveau, où une régulation est plus difficile à mettre en oeuvre. Des tentatives éparses ont pourtant eu lieu à la fin des années 90, mais se sont souvent soldées par des échecs⁷.

En ce qui concerne notre sujet d'étude, on peut s'interroger sur un éventuel décalage entre le fonctionnement canonisé de l'industrie du cinéma et les possibilités qui lui sont offertes par les mutations technologiques et sociétales en cours. Le système d'échange des films en P2P, par sa co-existence avec les modes de consommation classiques et le succès qu'il rencontre, semble permettre une diffusion plus « maximale » que jamais, qui correspond de toute évidence à une exploitation différente de celle entendue en termes économiques puisque les films ne sont pas payés et ne sont pas distribués directement par les producteurs. Comme nous le verrons plus loin, nous savons aujourd'hui que le succès de ces réseaux virtuels d'échanges de films est surtout dû à sa quasi-gratuité – voire à une illusion de gratuité – ; mais il n'est pas incongru de se demander si le développement d'une offre de distribution par Internet, payante et adaptée, qui garderait sa nature d'« échange », ne serait pas en mesure de séduire le spectateur qui redeviendrait un consommateur en abandonnant le statut négatif de « pirate » qui lui est attribué. On peut se demander en effet si la valeur d'échange introduite par ce mode particulier de consommation de biens culturels, n'est pas un critère important pour les usagers.

Si tel est le cas, l'angoisse de l'industrie se justifierait par l'ampleur du changement amorcé. Il ne s'agirait plus de s'adapter, comme cela avait été fait pour le support DVD par exemple, dans la continuité des schémas classiques d'organisation régulant les

⁷ Voir Annexe 7, page 131. Voir notamment Yves Eudes, « Webcinéma, première », *Le Monde*, 11 mai 1998. Claudine Mulard, « La Toile pourrait devenir le plus grand cinéma du monde », *Le Monde*, 15 septembre 1999. Claudine Mulard, « Les studios abordent prudemment la Toile », *Le Monde*, 16 février 2000. Ronald Grover et Stefani Eads, « Tremblements de terre à Hollywood.com », *Le Monde*, 25 octobre 2000. *Le Monde*, « Le cinéma et Internet, ou l'échec de Sillywood », *Le Monde*, 24 décembre 2000. *Le Monde*, « Des producteurs français mettent leurs films en ligne », *Le Monde*, 17 octobre 2002.

rapports de l'industrie au marché. Dans les systèmes de pair à pair, les intermédiaires marchands classiques entre producteurs et usagers sont absents. Adapter la production et l'offre à la demande du spectateur deviendrait un souci secondaire, et la question primordiale serait de tenter de savoir qui aime regarder quoi, et selon quelles modalités. Cette nouvelle dimension amenée par la distribution et la consommation numériques des films par Internet⁸ apparaît plus comme une rupture que comme une évolution dans la continuité. La plus grande liberté d'usage permise par Internet, la puissance des outils qui lui sont liés et la « participation » de l'utilisateur lambda à la vie du réseau, sont des obstacles à la diffusion de films par l'intermédiaire d'Internet.

1.1.2 Technologies et économie

Les secteurs industriels conditionnés par une production et une diffusion de masse sont aussi dépendants des innovations technologiques, qui peuvent contribuer à améliorer leur productivité. Comme nous venons de le suggérer, la technologie est un des facteurs dont dépend l'évolution du cinéma – selon les dispositions de l'industrie à en tenir compte ou non :

[...] chaque époque utilise les équipements à sa façon, elle favorise certaines innovations et en freine d'autres, elle *prépare* un ensemble limité de disponibilités (tels types de film, tels types de format de l'image, tels types de caméra, etc.). Un film est aussi ce que ses conditions d'existence lui permettent de devenir. [TC 320]

Selon Francesco Casetti, les études sur la technologie du cinéma ont été relativement limitées ; certaines recherches se sont cependant intéressées à lier la technique à d'autres aspects de la « machine » cinématographique [TC 323]. Casetti évoque à ce sujet certaines questions de fond :

A quel point le fait d'être aussi une « machine » pèse-t-il sur les destinées du cinéma ? Dans quelle mesure la mutation ou la résistance d'un mode de production, d'un type de produit, d'une structure propriétaire, déterminent-elles des transformations ou des permanences plus générales ? Et en même temps, jusqu'à quel point les logiques qui guident chacun de ces secteurs sont-elles communes à

d'autres domaines du spectacle, de l'industrie culturelle, ou des activités de loisirs ?
[TC 320]

La légitimité de ces questionnements est aujourd'hui renouvelée, à l'heure où les technologies numériques se développent, trouvent leurs applications dans de nombreux domaines et amènent à adapter, à élargir, voire à modifier profondément les savoir-faire. Dans le cas du cinéma, intégrer des techniques numériques dans les étapes de fabrication du film⁹ permet de réduire les coûts de production et par conséquent la valeur marchande du produit.

Selon l'institut d'études marketing GfK, l'année 2004 a vu tripler en France les ventes de télévision à écran plat. Le taux d'équipement des foyers français en écrans haute définition (LCD, plasma, rétroprojecteurs) est de 0,2%, mais « GfK estime que la norme est "suffisamment" définie pour contribuer à la croissance du parc en 2005 ».

Le parc de lecteurs DVD¹⁰ de salon s'est agrandi en 2004 avec une progression de 36% (6,5 millions de lecteurs vendus en 2004 contre 4,7 millions en 2003) et 60% des foyers français sont aujourd'hui équipés. Alors que sur toute l'année 2003, les lecteurs compatibles DivX n'avaient représenté que 3% des ventes, ils atteignent en 2004 35% de la totalité des ventes regroupant les fonctionnalités suivantes : lecteurs DVD simples, lecteurs DivX, lecteurs DVD-magnétoscopes, lecteurs DVD-enregistreurs. GfK souligne par ailleurs dans cette même étude que « ce constat ne laisse rien présager de bon puisque aucun titre n'est vendu dans ce format [le format DivX] qui, en revanche, est celui communément proposé par les sites de téléchargement pirate... ».

Les consommateurs sont plus nombreux à vouloir s'équiper en matériel image de qualité numérique, même si la télévision à tube cathodique représentait encore une part de 85% dans les achats d'écrans effectués en 2004.

Pour ce qui est du format DivX, il est intéressant de voir qu'en une année, la demande d'appareils a été multipliée par plus de dix, malgré l'absence sur le marché de films au format DivX.

⁸ Voir à ce sujet Bernard Guillou, « La distribution de films en ligne », *op. cit.*

⁹ Notons que filmer en numérique relève aussi d'un choix esthétique.

¹⁰ Florence Bonvoisin, « Bilan économique 2004. Le bilan SEV 2004: le marché vidéo à l'heure de la maturité » ; « Bilan économique 2004. GfK analyse le marché de l'électronique grand public », *Vidéo Total*, n°22 (mars 2005), pages 8-9, pages 10-12. Voir Annexe 1, page 99.

L'appropriation rapide des innovations technologiques par le grand public entraîne chez ce dernier l'adoption de nouvelles normes officieuses, comme le format de compression DivX, ou l'individualisation du visionnage. Cet élan massif en direction des nouvelles techniques retentit sur les questionnements soulevés à propos de, et à l'intérieur de l'industrie cinématographique. Les rapports entre industrie du cinéma et technologie peuvent ici être envisagés en partant de l'aval de la chaîne, c'est-à-dire du consommateur, et on peut se demander si son adaptation rapide à cette nouveauté ne sera pas un facteur d'incitation à la mise en place d'une offre structurée et adaptée. La virulence du débat et les réflexions qu'occasionnent la pratique P2P permet de donner un coup de projecteur sur les transformations en cours dans les industries du contenu ; elle permet aussi d'envisager ce que pourrait être le cinéma de demain.

Après les équipements, les flux audiovisuels numériques s'imposent eux aussi lentement et se développent. La télévision haute définition (HDTV) existe au Japon depuis les années 80 ; elle est une réalité depuis 2000 aux Etats-Unis, en Australie et en Corée. Elle offre une qualité d'image et de son largement supérieure à la télévision analogique et à la télévision numérique classique (DTV par câble et satellite). Recevoir l'HDTV nécessite de s'équiper d'un écran haute résolution et d'un récepteur satellitaire spécifique.

En France, le 31 mars 2005 a eu lieu le lancement de la Télévision Numérique Terrestre gratuite au format Mpeg2, qui permet éventuellement d'évoluer vers l'HDTV (si les données sont encodées au format Mpeg4).

Les foyers français restent très demandeurs des chaînes de télévision diffusées par satellite et câble et TF1 estime qu'« en 2010, les foyers ne recevant que cinq chaînes seront minoritaires (45% de la population) ». Les sociétés françaises proposant la réception payante de bouquets de chaînes ont vu leur nombre d'abonnés augmenter en 2004, et se lancent dans la diffusion par le réseau ADSL.

Après avoir lancé une offre de télévision par ADSL (MaLigne TV), le Groupe Canal + a acquis en mai 2004 la société française de vidéo à la demande en ligne, Moviesystem (devenue Canal+Active depuis peu), affirmant que cette acquisition « permet au Groupe CANAL + d'entrer avec force sur le marché de la vidéo à la demande qui constitue un

nouveau mode de commercialisation de films et de programmes audiovisuels particulièrement prometteur et complémentaire aux offres payantes existantes¹¹».

1.1.3 Technologies et sciences de l'information et de la communication

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ont aujourd'hui plus de trente ans. Leur dénomination apparaît lors de la naissance de la vidéocassette et de la télévision par câble; elles désigneront ensuite le vidéotex, le micro-ordinateur puis Internet. Chacune de ces innovations a suscité un vif intérêt de la part des intellectuels, chercheurs et acteurs de ces secteurs. La rencontre d'Internet et du public de masse a été au début des années 90 (à partir de 1992-93) – et est encore aujourd'hui – un sujet producteur d'une vaste littérature.

C'est en retraçant l'Histoire des discours qui ont contribué à façonner l'Internet d'aujourd'hui, que Patrice Flichy nous rappelle que l'idée d'une nation câblée apparaît déjà dans les années 70 au sein de l'Etat fédéral américain. Ce projet de réseau « va permettre de faire de la télévision interactive, de proposer des films à la demande, du téléachat. Des dispositifs de vote à domicile permettront d'entrer dans l'ère de la télé démocratie¹² ». A la fin des années 70, ce sont les informaticiens qui développeront le thème d'une société en réseau.

Alors que le projet de construction d'un réseau en fibres optiques de grande capacité est d'actualité depuis le début des années 80, l'expression « autoroutes de l'information » apparaît pour la première fois en 1985. Le projet technique était lié à l'ambition sociale de faire accéder l'ensemble de la population américaine à l'information, et de la faire participer à la transmission des contenus. Il n'aboutira pas, et on se rendra compte au milieu des années 90 qu'un tel réseau existe déjà, à la différence près qu'il est constitué de lignes téléphoniques : il s'agit du réseau Internet – qui sera récupéré par les partisans des inforoutes originelles.

¹¹ Canal+ Groupe, « Communiqué de presse », 3 mai 2004, publié en ligne [<http://www.moviesystem.com/>], 20 juillet 2005.

¹² Patrice Flichy, *L'Imaginaire d'Internet*, (Paris : Editions La Découverte, coll. « Sciences et Société », 2001), page 22. Ab. II.

Avec le concept des « autoroutes de l'information » apparaît celui de la convergence des différentes techniques de transmission et d'accès à l'information. Dans les années 90, « les industriels perçoivent les autoroutes de l'information [...] comme [...] une remise en cause des frontières entre télécommunications, audiovisuel et informatique : c'est la thématique de la convergence des technologies. [II 13] »

A l'époque de l'entrée dans l'« ère de la communication », cette idée n'était pour certains qu'une aspiration, elle s'est changée peu à peu en une réalité plus concrète : la possibilité d'utiliser Internet comme canal de diffusion de l'audiovisuel s'est précisée. Au sujet du rapprochement qui est fait entre la télévision et l'ordinateur, Flichy cite Nicholas Negroponte, informaticien et directeur du Media Laboratory du Massachusetts Institute of Technology (MIT) :

[...] depuis le début des années 90, les constructeurs de téléviseurs mettent de plus en plus d'informatique dans leurs appareils, alors que les fabricants d'ordinateurs mettent de plus en plus de vidéo dans les leurs. « Quand ces deux industries auront complètement convergé, [dit Negroponte,] il n'y aura plus de différence entre les deux. [...] Alors peu importe que vous appeliez le récepteur un téléviseur ou un ordinateur.¹³ » La seule différence est la position de réception : un téléviseur est regardé depuis un canapé. Pour le reste, on va passer d'une situation (celle de la télévision) où l'émetteur choisissait l'information qu'il envoyait au récepteur à une autre (celle d'Internet) où l'utilisateur choisit ce qu'il veut. [II 148]

Les théorisations de ce concept vont se multiplier. Les penseurs vont prendre pour acquis le fait que dans un futur proche, l'ordinateur remplacera la télévision.

Certains ne parleront cependant pas de « convergence » mais de véritable rupture dans les systèmes de communication. Ce sera le cas de George Gilder, pour qui « l'ordinateur converge avec la télévision de la même façon que l'automobile a convergé avec le cheval¹⁴. » Il prévoit en 1990 que « les industries du téléphone et de la télévision ne dépasseront pas le siècle, parce qu'elles sont technologiquement dépassées par le

¹³ Thomas Bass, interview de Nicholas Negroponte, « Being Nicholas », *Wired*, novembre 1995, page 202; cité dans Patrice Flichy, *op. cit.*, page 148.

¹⁴ George Gilder, *Life After Television* (1990; New York: Norton, 1994); cité dans Patrice Flichy, *op. cit.*, pages 147-148.

numérique et qu'elles n'ont pas pris conscience de l'évolution du public qui veut pouvoir dialoguer, interagir avec l'image [II 146]. »

Marshall McLuhan a été l'un des premiers, dans les années 60-70, à penser la culture à partir des médias de masse. Alors que les techniques numériques deviennent incontournables au milieu des années 90, la pensée de l'auteur est remise au goût du jour, et nombreux sont ceux qui prennent sa suite pour affirmer l'existence d'un « lien entre révolution technologique et révolution de civilisation [II 141] ».

Une des idées majeures autour de laquelle se sont axés les débats lors du début de l'appropriation d'Internet par les foyers, a été que ce réseau des réseaux allait faire mourir les médias traditionnels de masse pour laisser place aux *self médias*, dont l'utilisation permettrait plus d'autonomie pour l'individu et une démassification des mentalités. En effet, les transmissions se numérisent et les canaux de diffusion de l'information se multiplient, en même temps que les possibilités de choix pour le public. Chaque individu peut accéder de chez lui à une multitude de données venant du monde entier grâce à son micro-ordinateur et une connexion à Internet. Dans cette profusion de contenus qui circulent quasi-librement – en fait conformément aux principes émis par les nombreux fondateurs du réseau – l'utilisateur est indépendant, il peut choisir ses sources d'information, faire le tri qui lui convient.

Dans la continuité de McLuhan, Alvin Toffler parlera en 1980, pour rendre compte de cette tendance, de « troisième vague ». La première vague est pour lui celle de la civilisation agricole,

[...] la deuxième vague est l'ère de la machine, de l'uniformité, de la division du travail, de la coupure entre l'espace familial et l'espace professionnel, de la démocratie représentative... Au contraire, la troisième vague, qui met l'information au centre de son système, est l'époque de la diversité, de la réorganisation du travail, du télétravail, de nouvelles formes de démocratie directe. [II 145]

Cette révolution technologique et sociale liée à la mise en réseau des individus et de l'information sur l'ensemble de la planète, a souvent été annoncée par les premiers penseurs comme un changement radical. En 2005, on peut dire qu'il s'agit plutôt d'une évolution, plus lente que prévue. La tendance des secteurs informatique et télévisuel à

aller vers un même but apparaît cependant avec évidence. Des applications de plus en plus performantes permettent de visionner des programmes audiovisuels de meilleure qualité qu'auparavant, grâce à Internet et un ordinateur. Les DVD aux menus interactifs et l'apparition de la notion d' « édition » pour ces supports, l'amélioration des formats d'images télévisuelles (canaux numériques, écrans haute définition), la multiplication des canaux de diffusion, font de la télévision un média qui laisse de plus en plus de place au choix du téléspectateur, moyennant finances.

1.2 Une façon d'échanger des films sur Internet : les réseaux *peer-to-peer*

1.2.1 Le P2P, technologie d'égal à égal¹⁵

La technologie *peer-to-peer* permet à ses utilisateurs d'échanger simplement, par l'intermédiaire d'Internet, des fichiers musicaux et audiovisuels, des logiciels, des jeux vidéo, du texte, des images, et de manière générale toutes données informatiques et multimédia, et tous calculs. L'échange s'effectue directement entre les ordinateurs des utilisateurs, sans passer par un unique serveur central, d'où l'adoption de la terminologie d' « égal à égal » ou de « pair à pair ».

Les différents postes informatiques constituant le réseau jouent tous des rôles similaires ; ils sont à la fois clients et serveurs des autres postes. Un « serveur informatique » est un ordinateur ou un programme (un logiciel peut aussi jouer le rôle de serveur) qui répond à des requêtes extérieures. Un « client » est un ordinateur ou un programme qui contacte un serveur pour lui soumettre des demandes, et attendre la réponse. Sur les réseaux P2P où ces deux fonctions sont remplies simultanément par chaque machine, on parle de *servent* (de la contraction des termes anglais *server* et *client*). Pour ce qui est du transfert de fichiers, deux actions sont ainsi rendues possibles : le téléchargement descendant (*download*) permet de récupérer des informations ; le téléchargement montant (*upload*) permet d'en mettre à disposition.

Chaque ordinateur qui constitue le réseau est libre de partager ses informations, ou ses ressources : par exemple, un ordinateur relié à une imprimante pourra éventuellement la

¹⁵ Ce sous-chapitre 1.2.1 s'appuie sur des définitions relatives à l'informatique, qui ont été trouvées sur les sites Web *Comment ça marche ?* [<http://www.commentcamarche.net>], *Wikipédia* [<http://fr.wikipedia.org/wiki/Accueil>] et *01net* [<http://www.01net.com>].

partager afin que les autres ordinateurs puissent y accéder via le réseau. Dans la quasi-totalité des cas, le transfert d'informations est possible uniquement pour les postes connectés simultanément.

Il existe en fait plusieurs réseaux P2P qui se répartissent selon les protocoles spécifiques de communication qu'ils utilisent et selon leur catégorie d'architecture.

Un protocole peut être apparenté à un langage qui définit les différentes modalités d'une communication spécifique entre deux postes informatiques connectés à un même réseau. Il fixe un ensemble de règles et procédures à respecter. Le principal protocole utilisé par les réseaux P2P, grâce auquel l'émission et la réception de données sont possibles – et qui a été notamment à la base du fondement d'Internet – est TCP (*Transfer File Protocol*). Il permet de transporter notamment de la musique et de la vidéo de manière fiable : il contrôle la transmission des données pendant la connexion entre les deux machines qui échangent, s'assure que les données envoyées arrivent à bon port et prévient la machine émettrice quand l'ensemble des données a été transmis – on dit que c'est un protocole « orienté connexion ». TCP est le langage informatique qui définit la base de tout échange de fichiers sur Internet. Concernant le P2P, des protocoles de transmission plus spécifiques précisent les modalités de codage des contenus et de communication. Par exemple, un utilisateur connecté au réseau P2P Gnutella (regroupant entre autres les plate-formes de téléchargement Limewire, Morpheus, Shareazad et PeerCast) ne pourra pas télécharger des films ou de la musique à partir du réseau FastTrack (réunissant notamment Kazaa et Grokster), à moins qu'il ne possède les deux logiciels *servents* adéquats.

Ces réseaux qui permettent de télécharger gratuitement de la musique ou des films sont également classés selon leur architecture¹⁶.

Dans l'architecture dite *centralisée*, un ou plusieurs serveurs centraux interviennent dans le processus d'échange. Le contenu ne passe pas réellement par le

¹⁶ Voir à ce sujet David Mabilot et Isabelle Proust, « Industries culturelles et Internet : de *peer-en-peer* ? », dans [LA 150-151].

serveur, mais celui-ci gère les partages, la recherche, l'insertion d'informations, en s'appuyant sur la base de données hébergée, qui regroupe les intitulés des fichiers mis en partage. Ce serveur central étant indispensable au fonctionnement du réseau, s'il est supprimé – comme ce fut le cas pour Napster suite à l'action en justice engagée – c'est l'ensemble du système qui est rendu inutilisable. Les utilisateurs, quant à eux, sont assez facilement identifiables, puisque la base de données qui permet de répertorier les fichiers contient aussi les adresses IP des ordinateurs qui fournissent ces mêmes fichiers.

Dans l'architecture dite *décentralisée*, les *servents* se connectent directement entre eux. Comme il n'existe dans ce système aucune indexation centralisée, la recherche des fichiers est plus difficile et l'obtention d'un résultat satisfaisant prend plus de temps. En effet, ce n'est pas un seul gros serveur qui informe tous les autres postes informatiques concernés de la requête qui a été lancée, mais ce sont les petits *servents* qui se transmettent la demande entre eux. D'un point de vue purement informatique, c'est la « fonction de hachage » qui est mise en œuvre sur de tels réseaux, divisant un grand ensemble en plusieurs, plus petits. Cette fonction utilise des « tables de hachage distribué », qui rendent possibles l'identification et l'obtention d'informations dans un système où les données sont réparties entre tous les éléments du réseau. La recherche du fichier demandé peut alors être effectuée sur plusieurs des postes connectés ; de même, le contenu trouvé peut potentiellement être téléchargé à partir de plusieurs sources, ce qui rend le téléchargement plus rapide. C'est à ce système que le réseau P2P BitTorrent – utilisé surtout par des usagers déjà initiés au P2P ou à l'informatique – doit son succès. Sur ces réseaux décentralisés, l'avantage essentiel pour les utilisateurs est l'anonymat puisque les moyens d'identification sont inexistant. Mais les échanges sont par ailleurs peu sécurisés.

Des architectures *hybrides* existent aujourd'hui, fonctionnant avec une indexation partielle, et répartie, des fichiers disponibles. Cette architecture hybride permet la création de *superpeers* (des « nœuds surpuissants » du réseau), choisis parmi les postes connectés les plus puissants. Leurs grandes capacités de calcul leur permettent d'accomplir des tâches utiles au réseau, comme par exemple aider les autres

utilisateurs à trouver l'information. Ils sont en quelque sorte des serveurs temporaires d'indexation, qui permettent de faciliter les recherches. Ce système est employé par exemple sur les réseaux eDonkey2000 et FastTrack. L'identification des usagers est ici plus difficile mais reste possible si un *superpeer* est localisé ; elle peut devenir inexistante pour ceux qui choisissent de masquer leur adresse IP.

Une nouvelle génération de systèmes P2P se développe et s'appuie sur des réseaux appelés d' « ami à ami » (*friend-to-friend*), sur lesquels des connexions directes ne sont employées que par les utilisateurs qui se connaissent, et qui peuvent aussi communiquer anonymement avec les amis de leurs amis. Ces réseaux privés virtuels (VPN, *Virtual Private Networks*) permettent à la fois l'échange de fichiers et les discussions instantanées. Ils sont en fait des extensions des « réseaux locaux » physiques comme les LAN (*Local Area Networks*), les BAN (*Building Area Networks*, pour les immeubles) et les WAN (*Wide Area Networks*, pour des réseaux plus étendus reliant par exemple plusieurs villes). Pour transporter les données chiffrées (numériques), ils utilisent le réseau Internet, mais les ordinateurs sont quant à eux connectés physiquement au réseau local. Il n'est donc pas possible de localiser les utilisateurs à partir de l'habituelle adresse IP que possède chaque poste relié à Internet.

Freenet est un réseau particulier de pair à pair, à architecture décentralisée. En plus de l'échange de fichiers, il permet aussi l'accès à des sites, la communication entre les utilisateurs. Il permet en fait les mêmes fonctionnalités qu'Internet, à la différence près que les utilisateurs sont complètement anonymes les uns pour les autres. Ian Clarke, le concepteur de Freenet, lors d'un entretien réalisé en 2001 par la revue en ligne *OInet* répond ainsi à la question « Freenet veut-il devenir un nouveau Napster ? » :

Justement non. Quand Freenet a commencé à devenir populaire, on nous a beaucoup comparé à Napster. Nous nous sommes même demandé si nous n'allions pas développer des fonctions propres à ce genre d'outil, comme la recherche aléatoire de fichiers. Mais on s'est aperçu que les utilisateurs de Freenet s'en servent avant tout comme une alternative au World Wide Web, pas pour rechercher des chansons.

Nous adhérons totalement à cette démarche, Freenet a été créé pour favoriser la liberté d'expression.¹⁷

Il apparaît cependant avec évidence qu'un tel réseau ne peut que faire le bonheur des téléchargeurs réticents au paiement des contenus culturels. Ian Clarke déclarera par la suite qu'il est contre les principes de droit d'auteur et de copyright. En 2005, on est peu surpris d'apprendre que Freenet a annoncé le lancement, pour la fin de l'année, d'un réseau clandestin (*darknet*), toujours totalement anonyme, et fondé sur l'échange de fichiers.

Officiellement, ce nouvel outil dont les grandes lignes ont été présentées à l'occasion de la dernière convention de jeunes hackers (DEFCON) qui s'est tenue à Las Vegas, n'a d'autre but que de protéger la liberté d'expression et de communication notamment dans les pays totalitaires comme la Chine, ou certains régimes du Moyen-Orient. Mais ses promoteurs ne font pas grand cas de la notion de propriété intellectuelle.¹⁸

Le cas Freenet illustre le contexte dans lequel se développe le téléchargement non payant de contenus culturels. Les réseaux P2P connus (eMule, BitTorrent, eDonkey...etc.) font l'objet de toutes les accusations ; or, ils sont loin d'être les seuls outils disponibles pour obtenir gratuitement des contenus soumis aux droits d'auteur. Et ils ne sont pas les plus redoutables.

L'accès à un réseau P2P classique nécessite l'acquisition d'un logiciel qui remplit le rôle de *servent*. Ces programmes sont généralement disponibles gratuitement sur Internet. Leur installation sur le poste informatique se fait automatiquement et rapidement. Le mode de recherche est similaire au fonctionnement d'un moteur de recherche. Les connexions Internet haut débit sont bienvenues : elles accélèrent le téléchargement. Selon le type d'architecture du réseau, l'utilisation peut cependant se révéler plus compliquée. Ainsi, sur les réseaux complètement décentralisés, il est plus difficile de trouver où chercher un contenu précis, mais la vitesse de téléchargement est

¹⁷ Ludovic Nachury, « Ian Clarke (Freenet) : "Freenet, une alternative au Web" », *01net* (04/10/2001) ; publié en ligne [<http://www.01net.com/article/161733.html>] ; 18 août 2005.

¹⁸ Philippe Crouzillacq, « Freenet promet du P2P entièrement anonyme pour la fin de l'année », *01net* (05/08/2005) ; publié en ligne [<http://www.01net.com/article/285948.html>] ; 18 août 2005.

plus élevée, et les fichiers de meilleure qualité (les utilisateurs améliorent eux-mêmes le fonctionnement et fixent des indicateurs de qualité et de fiabilité). Sur les réseaux centralisés, la référence à l'index permet de cibler plus facilement à qui faire les demandes, mais les faux fichiers (*fakes* en anglais, dans lesquels un titre d'œuvre cache un contenu non correspondant, et souvent un film pornographique) sont nombreux, et la qualité des contenus téléchargés n'est pas toujours satisfaisante.

Une administration centralisée est difficilement possible sur ces réseaux et c'est à chaque utilisateur que revient le rôle d'administrer son propre poste, afin qu'il fonctionne correctement. Cette tâche se révèle à nouveau peu compliquée : le phénomène P2P est tellement répandu que plusieurs sites¹⁹ et forums²⁰ Web, des revues²¹ informatiques conseillent à ce sujet. La mise à disposition des ressources se fait simplement en plaçant les fichiers que l'on souhaite partager dans un dossier spécifique, le logiciel gère ensuite le reste du travail. Les mises à jour des logiciels sont fréquentes et très vite signalées aux utilisateurs (dans les magazines spécialisés, sur les plateformes de téléchargement, etc.). La gestion de la sécurité sur ces réseaux est certainement l'élément qui pose le plus de problèmes ; l'échange de données personnelles confidentielles est particulièrement déconseillé sur les réseaux ouverts à tous. Mais en ce qui concerne les simples contenus culturels, ce danger n'est pas réellement présent, et le poste informatique, s'il est doté d'outils anti-virus à jour, ne court pas de risques non plus.

¹⁹ Par exemple :
[<http://p2pfr.com>],
[<http://www.emule-France.com>],
[<http://p2p.info.pl>],
[<http://www.informatiquepourtous.com/formation/logiciels/kazaa/2.php>]; 22 juillet 2005.

²⁰ Par exemple :
[http://www.sur-la-toile.com/viewTopic_1282_13_telechargement-de-films-sur-emule.html],
[http://www.sur-la-toile.com/viewTopic_2019_13_Trouver-des-sites-de-telechargement.html]; 22 juillet 2005.

²¹ Disponibles en kiosque dans les grandes villes françaises : *Hacker News Magazine*, *Hackademy Magazine*, deux titres underground destinés aux *hackers* (les « spécialistes passionnés d'informatique ») ; *MP3 Magazine*, *DivX Magazine*, *Copie CD et DVD*, *L'Acheteur Micro*, titres vulgarisateurs ayant par ailleurs la même société d'édition basée au Luxembourg. *DivX Magazine* utilise notamment des copies de fenêtres d'écrans, pour clarifier les explications données sur les manipulations informatiques à effectuer. Voir Annexe 2, page 100.

Par ailleurs, il appartient à chacun d'adopter une certaine éthique (moins officielle cependant que la « netiquette²² ») et un comportement adapté, comme faire du poste personnel une source potentielle pour le téléchargement en mettant des fichiers en partage (c'est le principe même des réseaux d'« échange », cependant, certains utilisateurs bloquent le téléchargement montant sur leur ordinateur), ne pas mettre de *fakes* à disposition, etc.

Pour les utilisateurs de ces réseaux, les inconvénients ont largement leur poids d'avantages : la « culture » rendue plus abordable, à un coût qui leur paraît réduit en matière d'équipement, et la grande simplicité d'utilisation font le succès du P2P auprès des consommateurs de contenus culturels.

1.2.2 Le réseau entre égaux, un concept né avec Internet

L'idée d'un réseau entre égaux a été à la base de la construction technique, sociale et idéologique d'Internet. Elle s'est développée dans des sphères différentes, et en premier lieu, au sein de communautés spécifiques dont les membres avaient des aspirations et des principes communs.

Pendant les vingt premières années de gestation d'Internet, le réseau, qui était en pleine construction (technique et idéologique), a été tacitement réservé aux scientifiques et aux universitaires, qui en étaient à la fois les concepteurs et les utilisateurs. C'est la volonté de communiquer entre pairs scientifiques qui a été à la base du projet. La finalité était sensiblement différente de celle attribuée plus tard aux « autoroutes de l'information », à Internet et plus particulièrement aujourd'hui aux réseaux P2P : il s'agissait bien d'échanger entre égaux, mais précisément afin de rendre plus efficient le temps de travail des chercheurs, en leur permettant de mettre rapidement en commun les résultats de leurs travaux. Arpanet, créé en 1969, fut le premier outil de ce genre. En 1979, des universitaires créent Usenet, réseau qui permet la communication directe entre des individus, et qui est notamment le premier où l'anonymat des utilisateurs peut être garanti s'ils le souhaitent.

²² Voir à ce sujet Virginia Shea, *Netiquette* (Etats-Unis : Albion Books, 1994), publié en ligne [<http://www.albion.com/netiquette/book/index.html>], 10 juillet 2005.

Dans les années 60-70, les premiers *hackers*, informaticiens motivés par le goût du défi et de la performance technique, ont eux aussi joué un rôle dans l'élaboration du projet. Leur idéal de société informatisée avait certaines similitudes avec l'idéologie des contre-cultures hippie puis New Age, comme le mentionne Flichy :

Cette utopie, très liée à la contre-culture californienne, associe deux projets, celui d'un ordinateur individuel pour tous [...] et celui d'un réseau de communication entre égaux. Le premier projet va se développer extrêmement rapidement au tournant des années soixante-dix et quatre-vingt, le second va aller moins vite, mais une série d'expériences vont apparaître souterrainement. Elles s'appuieront toutes sur cette nouvelle machine qu'est le micro-ordinateur. [II 88-89]

D'autres principes seront par ailleurs revendiqués par les concepteurs en informatique sympathisants de la contre-culture : le refus de l'informatique centralisée et commerciale, et la création de systèmes d'information volontairement ouverts [II 86], qui puissent être accessibles et modifiables par tous.

En 1984, Tom Jennings, un *hacker*, crée Fidonet, premier réseau décentralisé de communication directe.

L'architecture de Fidonet repose sur un principe de décentralisation maximale. « Son design, écrit par la suite Jennings, reposait explicitement sur des principes sociaux anarchistes [23]. » Chaque nœud du réseau est autosuffisant et peut éventuellement communiquer seul avec tous les autres nœuds, puisque son modem possède en mémoire les numéros de téléphone de tous les autres nœuds. Un tel fonctionnement serait évidemment très coûteux et, dans la réalité, les nœuds utilisent la procédure en relais [...]. [II 97]

L'idée institutionnelle d'une « bibliothèque pour tous » interactive, apparaît au début des années 80 aux Etats-Unis avec le projet des « autoroutes de l'information ». Un informaticien évoque à ce sujet un « réseau révolutionnaire où chaque nœud a le même pouvoir que les autres²⁴ ». L'un des coordinateurs du projet déclare que « l'usage

²³ Tom Jennings, *Artist Statement* [<http://www.wps/about-WPS.html>], octobre 1998.

²⁴ Jacques Vallée, *The Network Revolution. Confessions of a Computer Scientist*, And/Or Press, Berkeley, 1982, page 198 ; cité dans [II 23].

du réseau ne devrait pas être limité à une réception passive d'informations. [...] Même la connexion la plus élémentaire devrait permettre aux usagers d'être aussi bien des émetteurs que des récepteurs.²⁵ »

L'information divertissante occupe une place importante dans ce projet. Le gouvernement fédéral américain évoque certains usages permis par ces technologies :

[...] L'écopier d'une petite ville [...] pourrait, grâce à un PC, consulter, au sein de la Bibliothèque du Congrès, des milliers de livres, de disques, de vidéos ou de photographies qui auraient préalablement été numérisées. Les téléspectateurs [...] pourraient choisir, à la maison, ce qu'ils veulent parmi des milliers de programmes de télévision.²⁶

Un Conseil de l'infrastructure nationale de l'information est créé par le gouvernement américain en 1994, regroupant les opérateurs de télécommunications, les réseaux de télévision, les sociétés de cinéma, les syndicats et organisations de la société civile [II 36]. Mais le projet des autoroutes de l'information est à ce moment déjà avorté – l'existence d'Internet a annulé la construction du réseau en fibres optiques – et les actions de ce Conseil n'auront pas de réelle force mobilisatrice ; elles serviront surtout à légitimer la nouvelle direction que prend le projet avec sa transposition au réseau Internet. En 1994, le pessimisme règne quant à la diffusion de contenus audiovisuels :

Une étude estime que le cinéma à la demande, qui était alors considéré comme le produit phare des inforoutes, n'atteindrait pas les deux millions de consommateurs dans les cinq prochaines années [²⁷]. Les résultats des premières expériences n'incitent également pas à l'optimisme. Dans le Colorado, les abonnés cobayes consomment en moyenne 2,5 films par mois, soit moins que le nombre de films ordinairement loués dans les boutiques de cassettes vidéo [²⁸].

²⁵ James Keller, « Public access issues : an introduction », in Brian Kahin and James Keller (eds.), *Public Access to the Internet*, MIT Press, Cambridge (Massachusetts), 1995, page 35; cité dans [II 25-26].

²⁶ William Clinton et Albert Gore, *Technology for America's Economic Growth. A New Direction to Build Economic Strength*, US Government Printing Office, 22 février 1993, page 28; cité dans [II 28].

²⁷ Richard Shaffer, *Technologic Partner*, cité in Michael Meyer, « The hyperactive highway », *Newsweek*, 29 novembre 1993, page 56; cité dans [II 40].

²⁸ Philip Elmer-Dewitt, « Play... Fast forward... Rewind... Pause », *Time*, 23 mai 1994, page 46 ; cité dans [II 40].

La diffusion payante du cinéma et de l'audiovisuel à travers le réseau n'a pas été aussi porteuse que ce qui était attendu. Mais Internet n'en était qu'à ses débuts. Il semble que le contexte ait aujourd'hui changé.

Internet, après avoir été longtemps réservé à des initiés, est entré au milieu des années 90 dans sa phase d'appropriation par le public de masse. Si la naissance des réseaux et des applications P2P est due aux communautés d'internautes de niche qu'ont été les informaticiens, et dont certains étaient partisans d'une idéologie libertarienne, les principes qui ont motivé les créateurs ne constituent pas systématiquement, aujourd'hui, les principales motivations des utilisateurs. Dans le cas du téléchargement non payant de musique et de films, le concept originel du réseau entre égaux prend peut-être toute sa dimension. Au départ, les « égaux » désignaient en effet des initiés appartenant à la même communauté, limitant la volonté revendiquée d'« accès à l'information pour tous ». Aujourd'hui, des internautes « ordinaires » utilisent les systèmes d'échange en P2P. Le mythe d'un réseau d'échange totalement gratuit et libéré, même s'il existe dans la conscience collective, a perdu de sa force – voire totalement disparu – chez l'internaute « de masse ».

1.2.3 Napster : la naissance de la polémique autour du P2P

Fin 1998, un jeune étudiant américain met au point un logiciel permettant aux internautes d'échanger entre eux, gratuitement et sans limite, de la musique au format Mp3. Fin 1999, la société Napster²⁹ est officiellement créée en Californie et son logiciel *peer-to-peer*, largement distribué sur la toile mondiale, rencontre un vif succès. Après avoir connu son apogée avec plus de 70 millions d'utilisateurs, Napster devient la bête noire de l'industrie musicale. Dès la fin de l'année 1999, la première plainte est déposée par la RIAA, structure américaine de gestion collective des droits d'auteur, accusant la société de non-respect de la loi de la propriété intellectuelle. D'autres plaintes vont suivre. L'activité de Napster est jugée illégale et la plate-forme de téléchargement fermée en février 2001 (Napster est racheté en novembre 2002 et en octobre 2003,

²⁹ Sur l'avènement et la chute de Napster, voir David Mabillot et Isabelle Proust, « L'échec du pionnier de la musique en ligne Napster ou la remise en cause de la gratuité au nom du droit d'auteur », dans [LA 151-154].

Napster 2.0 voit le jour en tant que plate-forme payante de musique en ligne). Ce sera le début d'une série d'accusations, de procès, et de ce qui est décrit aujourd'hui comme un long cauchemar par les médias et les industries du disque.

Napster fonctionnait grâce au P2P de première génération : un serveur était au centre des échanges. Forts du sort réservé à ce type de réseaux, d'autres logiciels *peer-to-peer* vont être développés avec des architectures décentralisées ou hybrides. Les éditeurs des logiciels et les sociétés gérant les réseaux *peer-to-peer* auront ainsi moins de possibilités de contrôle des utilisateurs et donc moins de responsabilités dans les transactions effectuées ; l'identification et la localisation des téléchargeurs³⁰ sera plus difficile.

L'existence des logiciels évolués de téléchargement en P2P a ravivé la polémique. Les industries du disque et du cinéma, les sociétés de gestion des droits d'auteur, mettent en avant le fait que l'utilisation principale qui en est faite est contraire à la loi.

Les droits octroyés aux auteurs interdisent toute exploitation et reproduction d'une oeuvre sans l'autorisation des ayants droit. En France, une exception relative au droit à la copie privée existe cependant. Selon les deux premiers paragraphes de l'article L122-5 du Code de la Propriété Intellectuelle,

Lorsque l'oeuvre a été divulguée, l'auteur ne peut interdire :

- 1° Les représentations privées et gratuites effectuées exclusivement dans un cercle de famille ;
- 2° Les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective [...].³¹

Le téléchargement descendant de films dans un but à usage uniquement privé ne serait donc pas condamnable, puisqu'il s'agit juste d'obtenir une reproduction de ce qui est présent à distance, comme on pourrait le faire lors de l'enregistrement sur support

³⁰ Nous empruntons l'usage de ce néologisme à Frédéric Gimello-Mesplomb, « Peut-on responsabiliser les nouveaux modes de consommation de l'audiovisuel ? », dans [LA 165-192].

³¹ *Code de la Propriété Intellectuelle* (partie législative), « Chapitre II : Droits patrimoniaux », publié en ligne [<http://www.legifrance.gouv.fr/WAspad/VisuArticleCode?commun=CPROIN&code=&h0=CPROINTL.r cv&h1=1&h3=8>].

physique (VHS, DVD) d'un programme télévisuel. Ce qui pose problème dans la technologie P2P est le fait de pouvoir partager potentiellement à grande échelle, les contenus en question, tant de manière immatérielle (sur les réseaux) que matérielle (échange de supports physiques après gravure).

Par ailleurs, si la notion de « cercle de famille » englobe les amis et les proches, celle de cercle privé reste floue. S'il est question ici de l'usage strictement « individuel », « personnel » et « intime »³² du copiste, alors cela semble peu adapté à la pratique du visionnage de supports filmiques à domicile, puisque l'appropriation se fait encore de manière collective – même si elle a lieu en cercle restreint, elle concerne souvent plusieurs individus en même temps.

Si la notion de « privé »³³ inclut aussi le groupe restreint d'individus qui se côtoient, ont des liens (familiaux, amicaux, etc.), des intérêts communs, partagent des goûts, des préférences, en dehors d'un cadre professionnel, scolaire ou administratif, alors les « communautés virtuelles » qui existent sur Internet – même si elles sont composées d'individus qui n'ont pas de liens interpersonnels concrets – peuvent être considérées comme « privées ». Cela est d'autant plus justifié sur les réseaux d'échange privés (réseaux privés virtuels, de type « ami à ami », IRC, etc.), où les utilisateurs se connaissent virtuellement, choisissent avec qui communiquer, et où l'espace virtuel de rencontre n'est pas ouvert à tous. Dans ce cas, l'échange de fichiers sur Internet serait-il légal ? Le Code de la Propriété Intellectuelle manque de précisions à ce sujet, et n'inclut pas dans le texte l'existence de nouveaux comportements qui apparaissent par l'intermédiaire de la communication par les réseaux informatiques.

De même en ce qui concerne l'interdiction du droit de reproduction, l'article L122-3 indique que « la reproduction consiste dans la fixation matérielle de l'œuvre par tous procédés qui permettent de la communiquer au public de manière indirecte³⁴ ». Considérons le stockage d'un film sur un disque dur comme une « fixation matérielle »,

³² « **PRIVÉ, ÉE** : [...] 2. Individuel, particulier (opposé à *collectif, commun, public*). 3. Personnel => intime. *Vie professionnelle et vie privée*. » Josette Rey-Debove et Alain Rey (dir.), *Le Nouveau Petit Robert* (Paris : Dictionnaires le Robert-SEJER, 2004) page 2074.

³³ « **PRIVÉ, ÉE** : 1. Où le public n'a pas accès, n'est pas admis. [...] *Club privé, séance privée*. [...] – Qui se tient à part, se déroule à part. *Entretiens privés, audience privée*. » *Ibid.*

³⁴ *Code de la Propriété Intellectuelle*, op. cit.

qui peut permettre de communiquer ultérieurement l'œuvre au public pour qui utilise les réseaux P2P. Mais l'ordinateur personnel – qu'il possède un disque dur intégré ou « mobile » – n'est pas par définition un appareil qui sert à la diffusion, et l'internaute a pu copier le film pour le regarder seul chez lui, sans vouloir le diffuser. Le fait de télécharger gratuitement des films n'est donc pas un fait suffisant à une éventuelle condamnation juridique ; les accusations, pour être fondées, devraient être appuyées par la constatation sur le fait d'une pratique, ou se fier aux propos des utilisateurs. La gravure d'un film sur DVD pourrait être aussi un moyen d'en faire profiter un certain « public », mais on a vu plus tôt que la famille, les amis, les proches, ne constituent pas un réel « public ». Les textes semblent pouvoir être interprétés de diverses manières.

Les acteurs industriels se mobilisent par ailleurs autour de l'idée que cette pratique va contribuer à diminuer leur chiffre d'affaires. Malgré cet argument, nous verrons plus loin que si baisse de la consommation il y a, elle n'est pas proportionnelle à l'ampleur annoncée du phénomène de téléchargement en question. Les accusations ciblent notamment des personnes qui font le commerce – parfois à très grande échelle – de ces produits de contrefaçon. La loi est claire à ce sujet et personne ne conteste la condamnation de la revente de produits contrefaits. Par contre, les questionnements soulevés autour du téléchargement pour un usage non commercial sont d'autant plus problématiques que les pratiques sont diversifiées. Télécharger cinq films tous les mois, le faire occasionnellement, visionner en famille, entre amis, entre collègues de travail, échanger immatériellement au sein d'une communauté virtuelle, échanger matériellement avec d'autres utilisateurs... les pratiques sont variées et il paraît difficile d'accabler tous les utilisateurs d'une même accusation.

L'œuvre d'art est de plus devenue une marchandise, et est entrée dans l'ère des technologies numériques où les contenus prennent une place centrale, avant les objets, ce qui change d'une certaine manière son statut et son mode d'existence.

La loi française actuelle sur le droit d'auteur ne permet pas, au sujet de l'échange de fichiers par les réseaux P2P, de déterminer facilement ce qui est légal ou non.

1.2.4 Des échanges facilités et difficilement contrôlables

La grande facilité des échanges permis par le P2P explique le succès massif qu'il rencontre. Le seul obstacle auquel sont confrontés les utilisateurs est celui de l'interdiction stipulée par la loi, mentionnée plus haut. Cette limitation juridique entraîne des offensives de la part des industries et des sociétés de gestion des droits d'auteur pour empêcher cette pratique : avertissements, actions en justice, lobbying contre le « piratage », pénétration des réseaux avec des faux fichiers, tentatives de localisation des « pirates », protections anti-copies de plus en plus contraignantes sur les supports d'origine.

Mais le flou juridique qui règne autour de la pratique, s'étend aussi au-delà des textes de lois. D'une part un discours officiel et bien visible qui condamne. D'autre part, une pratique tout aussi officielle, mais économique, qui semble n'accorder que peu d'importance – lorsque des intérêts financiers sont en jeu – à l'illégalité : le matériel électronique permettant d'utiliser les copies téléchargées est disponible sur le marché. Cet embrouillamini fait que les téléchargeurs s'inquiètent peu et se cachent peu. La polémique faisant rage, certains magazines de vulgarisation informatique présentent des moyens de téléchargement alternatifs aux réseaux P2P, qui deviennent risqués. Dans un hors série intitulé « Guide du DivX® Certified », *DivX Magazine* publie des articles – et même des dossiers complets – qui conseillent les internautes sur la pratique de téléchargement non payant. On y trouve par exemple le mode d'emploi pour télécharger des films au format DivX sur les *newsgroups* du réseau Usenet, qui « est aussi plus sûr et ne peut techniquement subir aucune fermeture³⁵ ». Ou encore, on y découvre ce qu'est une adresse IP, comment la cacher et pourquoi il peut être utile de le faire :

Comme le FAI est censé garder une trace de toutes les connexions qui ont lieu sur son serveur, il est possible à n'importe quelle autorité qui lui en ferait la demande de retrouver un utilisateur particulier. Si vous avez quelque chose à vous reprocher, prenez garde.

³⁵ « Télécharger des Divx dans les *newsgroups* », *DivX Magazine*, Hors-série n°2, 2005, pages 96-101.

On se demande ainsi dans quel cas il vaut mieux empêcher certains utilisateurs de voir son adresse IP. Si l'intérêt d'une telle manipulation est nul dans le cadre d'un téléchargement via les *newsgroups*, elle peut se révéler bénéfique lorsqu'on a recours à des logiciels de P2P. En effet, que ce soit sur les réseaux *edonkey/emule* ou sur celui du *bittorent*, l'adresse IP de n'importe quel utilisateur est facilement récupérable.³⁶

Si l'illégalité de la pratique était réelle dans les textes, et en majorité acceptée dans les esprits, de tels articles ne seraient pas visibles dans la presse spécialisée. Une grande contradiction existe dans la perception de la nature, des finalités et du statut du téléchargement non payant.

On peut dire que ce sont, d'une part, les concepteurs et programmeurs informaticiens qui régulent une grande partie du réseau, par les logiciels qu'ils créent et les principes de fonctionnement qu'ils instaurent.

Comme nous l'avons vu plus haut, l'échange et le partage de l'information sont des éléments fondateurs d'Internet. L'idée qui a prévalu est que l'accès aux connaissances ne peut qu'être bénéfique à la société, et doit par conséquent être possible, facilement et pour tous. Ces principes ont donné naissance à une « culture du libre », dont les premiers produits concernés ont été les logiciels. Pour les informaticiens (professionnels ou amateurs), il s'agit d'effectuer un travail coopératif : chaque logiciel « libre » est fourni avec ses codes source, les utilisateurs peuvent ainsi y accéder et les modifier pour améliorer le logiciel. La performance, les connaissances techniques et le savoir sont ici les seuls facteurs d'une certaine « reconnaissance sociale », au sein d'une microsociété spécifique qui est régie par des valeurs en marge – et surtout non commerciales – de celles de la société d'appartenance. Mais ces valeurs se répandent aujourd'hui à d'autres domaines que celui de la pure informatique. La spécificité du nouveau média qu'est Internet peut amener à se demander si des textes de loi classiques et répressifs pourraient réellement avoir un pouvoir de contrôle sur le réseau et ses utilisateurs.

³⁶ « Cacher son adresse IP », *ibid.*, pages 102-105.

D'autre part, les motivations de cette communauté sont en grande contradiction avec celles des acteurs – incontournables eux aussi – qui font de la toile mondiale un espace de commerce.

Les échanges sur le réseau sont en effet également régis par le commerce. Internet, en tant que support de diffusion numérique, s'annonce prometteur de bénéfices pour les entreprises commerciales.

Deux logiques s'opposent donc. L'une est officieuse, non reconnue par les autorités, elle s'était développée jusqu'à peu de manière souterraine, et était soutenue par des activistes, mais s'impose de plus en plus : c'est celle du « libre ». L'autre logique obéit au droit à la propriété – notamment intellectuelle – et à la loi du commerce : tout objet ou produit, matériel ou non, possède sa valeur marchande en argent.

La nature même d'Internet en fait un « lieu virtuel » très difficile à contrôler. Les domaines d'application de cette technologie des réseaux sont nombreux : sphère privée et vie quotidienne (comme avec les courriers électroniques), loisirs et divertissements, diffusion de l'information et de contenus, entreprises, secteur économique et commercial, etc.

Cependant, la régulation des échanges de contenus sur réseaux apparaît aujourd'hui comme un réel défi pour les industries et les législateurs, d'autant plus qu'elle induit des enjeux économiques importants. Pour qu'une éventuelle régulation soit efficace, il faudrait prendre en compte de nombreux paramètres : les intérêts commerciaux des industriels, les revendications du public que constituent les internautes, les retombées bénéfiques ou non du libre accès à l'information, les intérêts financiers des auteurs, mais aussi des logiques proches de la « culture du libre » et propres à certains groupes d'individus. « Le passage à une économie qui se fonde essentiellement sur le savoir et la coopération³⁷ », où l'information occupe une place centrale, ne permet pas de négliger les acteurs de la « culture du libre » dans les décisions qui seront prises. Après sa naissance dans le milieu académique, Internet s'est

développé en partie de manière non institutionnelle, et continue aujourd'hui son évolution. Les interdictions techniques qui pourraient être mises en œuvre quant à la diffusion de contenus en P2P seraient très vite contournées grâce à de nouveaux procédés ou formats de téléchargement. La déontologie des spécialistes en informatique pousserait ces derniers à la fois à rechercher de nouveaux moyens et à diffuser largement leurs nouvelles trouvailles. La notion de « libre » initiée par les informaticiens a par ailleurs fait son chemin depuis son apparition. Le milieu académique s'en empare aujourd'hui ; on parle de connaissance « distribuée ». Certains scientifiques se positionnent contre la privatisation de leurs publications, considérant que les résultats des recherches effectuées, et les avancées de la connaissance ainsi constituées, sont un « bien public » qui doit nécessairement être partagé³⁸.

³⁷ Aris Papatheodorou, « Propriété intellectuelle, copyright, brevets », *Multitudes*, n°5 (mai 2000) ; publié en ligne [http://multitudes.samizdat.net/article.php3?id_article=191], 2 août 2005.

³⁸ Aris Papatheodorou, « Du contenu libre et partagé sur les réseaux. Proposition pour une initiative éditoriale ouverte. », *Le Journal de l'Archipel des Revues*, novembre 2003 ; publié en ligne [http://multitudes.samizdat.net/article.php3?id_article=1212], 2 août 2005.

CHAPITRE 2
DEVENIR « SPECTATEUR » DE FILMS
GRACE AUX RESEAUX *PEER-TO-PEER* :
LES MOTIVATIONS ET LE CHOIX DU CONSOMMATEUR

2.1 Détracteurs et défenseurs de la technologie *peer-to-peer* : le discours de l'illégalité contre le discours de la légitimité

2.1.1 Les industries culturelles et les pouvoirs publics à l'origine de l'image du « pirate »

a) *Du pirate des mers au « pirate » audiovisuel du P2P*

La personne qui télécharge gratuitement des fichiers sur Internet est communément et de manière généralisée désignée sous le nom de « pirate ».

Ce mot a été introduit dans la langue française en 1213 et désignait anciennement un « aventurier qui courait les mers pour piller les navires de commerce ». En 1969 apparaît dans le dictionnaire le « pirate de l'air » et également le sens figuratif qui donne la définition d'un « individu sans scrupules, qui s'enrichit aux dépens d'autrui, dans la spéculation » ; les synonymes donnés pour cette définition sont les suivants : « bandit, escroc, filou, voleur³⁹ ». Ce sont les idées d'enrichissement, pécuniaire ou autre, de prise de risque au regard de la loi et d'absence de juste moralité qui constituent l'origine de ce mot.

« Pirate informatique » est un terme reconnu en France depuis la fin des années 90. En 1997, il est introduit dans le vocabulaire normalisé de l'informatique, et désigne une « personne passionnée d'informatique utilisant ses connaissances techniques étendues et ses moyens pour accéder, sans autorisation, à des ressources protégées⁴⁰ ». Le terme de « pirate » est retenu officiellement en 1999⁴¹ par la Commission générale de terminologie et de néologie⁴², en remplacement du mot anglais *cracker*, qui figurait

³⁹ Josette Rey-Debove et Alain Rey (dir.), *Le Nouveau Petit Robert* (Paris : Dictionnaires le Robert-SEJER, 2004) page 583.

⁴⁰ AFNOR, *Dictionnaire de l'informatique. Vocabulaire normalisé* (Genève/Paris : ISO/AFNOR, 1997), page –FR 376–.

⁴¹ CST de l'informatique et des composants électroniques, « Liste des termes, expressions et définitions adoptées », *Journal Officiel de la République Française*, 16 mars 1999.

⁴² La Commission générale de terminologie et de néologie est un organisme administratif français créé par décret du 3 juillet 1996 relatif à l'enrichissement de la langue française.

dans le dictionnaire français depuis 1989 et désignait une « personne qui force le système de sécurité d'un réseau informatique avec une intention criminelle⁴³ ».

En 1984 était apparu dans le dictionnaire le *hacker*, « pirate informatique qui agit par goût du défi, sans intention de nuire⁴⁴ », né aux Etats-Unis quelques années plus tôt pour désigner, dans le jargon des informaticiens, un expert dans son domaine. « Pirate, inventeur, idéaliste, mercenaire, chef d'entreprise : le vrai "hacker" est un peu tout cela, tour à tour ou en même temps⁴⁵ ». La recommandation officielle de substitution à cet anglicisme est le terme « fouineur⁴⁶ », bien que celui de « bidouilleur » semble plus proche du sens initial.

Différentes acceptations de la notion de « pirate informatique » sont donc admises et en usage dans la langue française, figurant sur une échelle de valeurs allant de l'impertinence à la criminalité. Le terme est depuis longtemps reconnu et utilisé par les informaticiens, pour désigner une personne ayant une connaissance parfaite d'un domaine informatique spécifique et s'en servant pour attaquer des réseaux informatiques. Cependant, les internautes les plus adroits et expérimentés ne sont pas tous des pirates informatiques, malgré les accès qu'ils peuvent avoir aux différents sous-réseaux d'Internet (par exemple Usenet):

Le netsurfeur, même forcené, reste un amateur. Il ne faut pas le confondre avec le pirate dont les connaissances informatiques sont beaucoup plus poussées, et qui rôde uniquement dans les zones interdites, pénétrant par effraction dans des banques de données et des réseaux protégés.⁴⁷

⁴³ Josette Rey-Debove et Alain Rey (dir.), *Le Nouveau Petit Robert* (Paris : Dictionnaires le Robert-SEJER, 2004) page 583.

⁴⁴ *Ibid.* page 1239.

⁴⁵ Collectif, *Internet l'extase et l'effroi. Le Monde diplomatique*, Hors-série, coll. « Manière de voir » (octobre 1996) ; cité dans Gabriel Otman, *Les Mots de la cyberculture* (Paris : Editions Belin, coll. « Le Français Retrouvé », 1998), page 296.

⁴⁶ CST de l'informatique et des composants électroniques, « Liste des termes, expressions et définitions adoptées », *Journal Officiel de la République Française*, 16 mars 1999.

⁴⁷ Yves Eudes, « Surfeurs et pirates », *Le Monde*, 28 janvier 1996.

Un troisième pirate informatique existe encore, moins connu en France qu'aux Etats-Unis. Il s'agit du *phreaker*, le « pirate du téléphone », qui « s'attaque généralement aux réseaux des compagnies de téléphone pour téléphoner gratuitement⁴⁸ ».

Gabriel Otman mentionne notamment que les juristes américains opèrent une distinction entre ces trois catégories de pirates informatiques, ce qui n'est pas le cas en France.

Le « pirate audiovisuel » est apparu avec la diffusion massive du magnétoscope à partir du milieu des années 70. En France, il était alors plutôt appelé « pirate de l'écran⁴⁹ ». C'est avec les cassettes vidéo qu'est née la commercialisation à grande échelle de marchandises culturelles de contrefaçon.

Le « pirate » qui télécharge gratuitement des films et de la musique sur Internet, a quant à lui émergé en dehors de la sphère des spécialistes en informatique : il a d'abord été utilisé par les pouvoirs publics et les industries culturelles, pour se répandre ensuite au sein de l'opinion publique par l'intermédiaire de sa médiatisation. Lors du colloque intitulé « Réponses aux défis du P2P », organisé par le Forum des Droits sur l'Internet, Frédéric Delacroix (ALPA) donne un éclaircissement sur la définition récente du terme : « La piraterie n'est pas une notion juridique française mais un terme passé dans le langage courant. Il recouvre essentiellement le délit de contrefaçon ainsi que d'autres infractions plus spécifiques⁵⁰ ».

Une petite nuance est à donner quant à ce propos. La notion de piraterie recouvre en fait essentiellement les « infractions spécifiques » – le *cracking*, le *hacking* et le *phreaking*. Et, depuis peu seulement, elle est associée aussi au « délit de contrefaçon » à but non lucratif. Inversement aux dires de Delacroix...

⁴⁸ Gabriel Otman, *Les Mots de la cyberculture* (Paris : Editions Belin, coll. « Le Français Retrouvé », 1998), page 297.

⁴⁹ Dans les années 70, quelques articles paraissent dans le quotidien *Le Monde* sur le « piratage » vidéo. Cette dénomination concerne cependant surtout la commercialisation à très grande échelle de cassettes vidéo de contrefaçon. Voir aussi Jean-François Lacan, « Un forum sur la piraterie. Les privés attaquent », *Le Monde*, 12 mai 1987 ; Annick Cojean, « Le trafic des cassettes vidéo. Démantèlement d'un important réseau », *Le Monde*, 10 juillet 1987

⁵⁰ Frédéric Delacroix, « Etat de l'art de la lutte contre la contrefaçon », dans *Les réponses aux défis du peer-to-peer*, actes du colloque organisé par la FING, sous le patronage de la Commission des affaires culturelles du Sénat (Paris, 28 septembre 2004) ; publié en ligne [http://www.foruminternet.org/telechargement/documents/delacroix.pdf], 12 juillet 2005.

La caractérisation du « pirate » s'est donc élargie dans le cas de son emploi au sujet des contrefacteurs (commerciaux ou non), mais plus particulièrement en informatique au sujet des utilisateurs des réseaux *peer-to-peer* : du mobile amenant au crime, en passant par le « goût du défi, sans intention de nuire », est considéré comme un « pirate » aujourd'hui tout individu qui accepte, des mains de son entourage, en connaissance de cause ou non, un support audiovisuel dont le contenu a été obtenu par l'intermédiaire de ces réseaux. Ou encore un usager du P2P mal informé ou peu doué en informatique, qui ne sera pas capable d'effectuer les manipulations nécessaires sur son ordinateur pour empêcher le téléchargement montant.

Cette nouvelle acceptation du « pirate » est très peu crédible. Ou peut-être faudrait-il trouver un mot nouveau pour qualifier les utilisateurs du P2P, qui rendrait mieux compte du problème, et permettrait d'empêcher la confusion avec des termes spécifiques déjà existants.

b) Un acte de délinquance grave

L'image symbolique du pirate est étoffée dans les discours contre le P2P par un large emploi d'un champ sémantique de l'acte illégal, perpétré par un réseau qui serait en partie organisé selon des codes et des valeurs qui lui sont propres. Une des illustrations qui peut être proposée est celle que constitue le rapport de l'étude qualitative intitulé « La piraterie de films : motivations et pratiques des internautes », réalisé par l'institut Qualiquanti à la demande du CNC.

En réemployant les mots de cette étude, il est possible de décrire la situation en ces termes : les adeptes de la pratique illicite sont des pirates aguerris chez qui le sentiment d'impunité domine et pour qui la fraude se base parfois sur un jeu d'espionnage et une forme de rébellion ; les utilisateurs des réseaux *peer-to-peer* auraient par ailleurs des valeurs propres qu'ils chercheraient à transmettre aux néophytes, afin d'élargir le cercle qu'ils forment par la conversion de personnes qui ne téléchargent pas encore ; la piraterie audiovisuelle contamine lentement les non téléchargeurs ; les « téléchargeurs [qui] importent directement les films à partir d'Internet » sont d'ailleurs distingués des « receleurs [qui] ne téléchargent jamais de films sur Internet » et se contentent de visionner ceux qui ont été téléchargés par leur entourage, la deuxième

catégorie rejoignant souvent la première après initiation ; l' amplification du phénomène est à craindre et il apparaît nécessaire pour lutter contre la fraude de mettre en place des outils répressifs⁵¹.

Les « pirates », quels qu'ils soient, apparaissent ici avant tout comme des hors-la-loi et c'est surtout le caractère illégal de la pratique qui est mis en avant.

Les différentes étapes de la chaîne de déroulement du « piratage » nécessitent cependant des compétences et des connaissances variées allant dans un ordre décroissant au fur et à mesure que l'on approche de la consommation du contenu mis en jeu. De même l'appropriation préalable d'un matériel spécifique est nécessaire aux personnes qui opèrent en début de chaîne. En effet, faire sauter le verrou anti-copie d'un DVD original ou filmer à l'aide d'un caméscope le film projeté sur l'écran de la salle de cinéma afin d'obtenir la copie numérique originelle, transformer le fichier numérique dans le format spécifique qui permettra le stockage sur le disque dur de l'ordinateur avant la diffusion, télécharger gratuitement un film à partir des réseaux *peer-to-peer*, le graver sur un support physique (CD ou DVD), pratiquer le troc (lucratif ou non) de copies ainsi obtenues, se procurer régulièrement ou occasionnellement des copies sans pour autant pratiquer le téléchargement... ces niveaux d'implication sont différents et cependant qualifiés du même degré de gravité, notamment dans le rapport de l'étude Qualiquanti. Or, comme nous le verrons plus loin, le choix de cette pratique, l'appréhension par les utilisateurs eux-mêmes du statut « pirate » qui leur est attribué, leurs motivations et les intérêts personnels qu'ils en retirent, diffèrent en fonction de la position qui est la leur dans cette chaîne.

En France, la répression contre les téléchargeurs s'organise. Frédéric Delacroix présente ainsi les missions de l'Association de Lutte contre la Piraterie Audiovisuelle :

C'est le cœur de métier de l'ALPA de traquer les « pirates » dans le monde physique comme dans le monde virtuel. Mais nous ne sommes pas une police parallèle, nous n'avons que le pouvoir de constater des infractions par agent assermenté. Nous

⁵¹ « La Piraterie de films : motivations et pratiques des Internauts. Analyse qualitative. », étude réalisée par l'institut Qualiquanti (mai 2004), publié en ligne [http://www.cnc.fr/index_dyn.htm?a_presen/r4/p1_d1_piraterie0504.htm].

défendons un intérêt collectif en nous appuyant sur les services répressifs et la justice.

Sur Internet, l'anonymat est un mythe et des actions pénales ciblées doivent faire perdre aux pirates le sentiment d'impunité qu'il procure.⁵²

c) Le combat contre le fléau du piratage

L'idée d'une lutte engagée contre un fléau qui contamine peu à peu l'ensemble de la population mondiale est également associée aux notions précédentes⁵³. Cette idée est émise d'une part par les industries culturelles – notamment par les majors cinématographiques. Le phénomène *peer-to-peer* est présenté comme un virus qui se répand de manière incontrôlable. Les majors américaines tentent de gagner, bataille après bataille, ce qui est considéré outre-atlantique comme un combat, et qui prend depuis 2004 les mêmes proportions en Europe. Les méthodes employées par Hollywood sont variées et commencent à être utilisées en France : les premières mesures qui ont été prises étaient répressives – depuis le procès américain qui entraîna la fermeture de Napster en 2001, jusqu'aux premières condamnations en France, le 29 avril 2004 de six internautes simples utilisateurs du P2P, à des peines allant de un à trois mois de prison avec sursis. Face au caractère massif du téléchargement, des campagnes de prévention sont maintenant mises en place – « Si vous ne l'avez pas payé, vous l'avez volé », slogan de la campagne de prévention qui a été menée par Hollywood en 2004 et 2005 dans les salles de classe américaines ; ou encore « Pirater nuit gravement à la santé du cinéma » retenu pour la dernière campagne de communication anti-piratage du Bureau de Liaison des Industries Cinématographiques (BLIC) qui a été projetée dans 5 300 salles de cinéma françaises de début mai à fin juin 2005.

D'autre part, en France, l'idée de fléau contre lequel il faut lutter est aussi fortement présente dans les discours des institutions publiques et de l'Etat. Ce fléau semble d'autant plus difficile à combattre que c'est l'acceptation plus subjective de la « culture » qui entre en jeu. Avec elle sont posées les questions d'une diversité culturelle menacée, et de créateurs non respectés à cause de la dévalorisation marchande

⁵² Frédéric Delacroix, *op.cit.*

de leur travail qui est à l'œuvre sur les réseaux P2P. La France est d'autant plus impliquée dans ce débat que la place accordée aux droits des auteurs fait partie d'une longue tradition.

Ainsi débute une communication de Jacques Chirac, Président de la République Française, lue par Renaud Donnedieu de Vabres à Cannes lors du « Colloque sur la piraterie audiovisuelle » du 16 mai 2004:

La piraterie des œuvres culturelles est un fléau qu'il faut combattre avec fermeté et détermination, qu'il s'agisse du trafic des cassettes vidéo, de la copie sauvage de disques ou de l'échange de fichiers protégés sur Internet. A chaque fois, c'est un artiste qu'on spolie. C'est la création que l'on met en danger. C'est la culture qui est menacée.

Certains peuvent être tentés de considérer, au nom de la liberté, parfois de l'insouciance, parfois même de la démagogie, que les films, les musiques et, d'une façon générale, toutes les œuvres doivent être accessibles à tous, immédiatement et gratuitement.

Certains peuvent être tentés, installés devant leur écran d'ordinateur, de télécharger des œuvres par millier. Ils peuvent aussi être tentés de les échanger, voire d'acheter à vil prix, sous le manteau, les contrefaçons produites en grande quantité par de véritables mafias internationales, en considérant qu'il ne s'agit là que d'objets virtuels ou de simples « galettes » de plastique.⁵⁴

2.1.2 Le discours plus nuancé des défenseurs du système P2P

a) *Un regard distancié dédramatisant*

Les partisans de la survie ou du développement des réseaux P2P (techniciens, professionnels, férus d'informatique, cinéphiles et mélomanes utilisateurs du P2P ou simples consommateurs de produits culturels) adoptent quant à eux une position sensiblement différente. Appuyons-nous par exemple sur la synthèse du forum de

⁵³ Voir notamment « Hollywood contre-attaque », *Libération*, 3 juin 2005 ; « Le virus du piratage », *Le Monde*, 26 juin 2005 ; « Un grand coup contre le P2P », *Libération*, 27 juin 2005.

⁵⁴ [<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/communiq/donnedieu/piraterie-chirac.html>]

discussion intitulé « Peer-to-peer : quelle utilisation pour quels usages ?⁵⁵ », organisé par Le Forum des droits sur l'Internet en collaboration avec la Fondation Internet Nouvelle Génération (FING). Le texte synthétise l'ensemble des questions et réponses qui ont été posées lors des débats qui ont eu lieu sur Internet pendant presque 5 mois en 2003, et qui ont donné lieu à plus de 600 contributions de la part de techniciens, d'associations professionnelles, d'auteurs ou d'utilisateurs des réseaux P2P. Les dénommés « pirates » par les émetteurs des discours précédents sont ici désignés de manière plus neutre : ils deviennent « internautes », « utilisateurs », « utilisateurs des réseaux *peer-to-peer* » ou parfois aussi « consommateurs ». De même ce qui est désigné ailleurs comme la « pratique illicite du piratage » est ici nommé la « question de l'échange d'œuvres protégées ». Il ne s'agit pourtant pas de fermer les yeux sur le principal problème posé par cette pratique. Son caractère illégal n'est pas nié par les défenseurs et utilisateurs du P2P ; il apparaît dans les propos tenus, mais est appréhendé de manière non dramatisante, et mesuré en fonction du niveau d'implication que nous avons mentionné plus haut. Ainsi un utilisateur occasionnel affirme ne pas se considérer comme « un utilisateur illégal » du *peer-to-peer* et un autre déclare : « je ne me sens pas pirate, juste consommateur averti ».

Par ailleurs, le P2P est fortement associé à la notion de « réseau » et défini avant tout comme un « outil », ainsi que comme un véritable « système de diffusion ». L'argumentation en faveur de l'échange de données par les réseaux P2P est fondamentalement basée sur ces notions, rappelées dans l'introduction de la synthèse du forum de discussion :

Souvent décriés en raison de l'échange de fichiers musicaux ou de films, les réseaux *peer-to-peer* [...] étendent aux applications et aux contenus en ligne les principes fondateurs de l'Internet : un échange direct entre les utilisateurs, sans serveur ou autorité centrale, ni intermédiaire obligé.

⁵⁵ « Synthèse du forum de discussion. Peer-to-peer : quelle utilisation pour quels usages ? », forum organisé du 6 janvier au 30 mai 2003 par le Forum des droits sur l'Internet ; publié en ligne ; [<http://www.foruminternet.org/publications/lire.phtml?id=581>] ; 20 juillet 2005.

Messagerie instantanée, partage d'idées, stockage distribué ou partage de documents et de fichiers, le P2P intègre de nombreuses applications touchant un grand nombre de domaines et d'usages.⁵⁶

b) Les revendications de légitimité des utilisateurs

Une partie des motivations données par les utilisateurs se constituent en justification légitime de leur pratique. La plupart d'entre eux savent que ce qu'ils font est illégal ; ils ne savent pas réellement qu'ils prennent des risques, ils n'ont que vaguement voire pas du tout connaissance des peines encourues.

La majorité estime cependant que leur pratique est légitime, principalement au regard des prix des produits culturels – et particulièrement pour ce qui est des biens audiovisuels – jugés prohibitifs par une majorité de consommateurs.

Revendiquant un droit d'accès à la culture – qui est, dans son contexte d'industrie, mise en vitrine de manière alléchante – ils estiment normal de se l'approprier par un moyen autre que celui des circuits de distribution classiques, sur lesquels la valeur en argent des marchandises proposées est pour eux trop élevée. Certains d'entre eux estiment par ailleurs que si manque à gagner il y a réellement pour les majors, le montant perdu ne peut représenter qu'une partie minime de leur chiffre d'affaires total. C'est une des raisons pour laquelle ils ne se sentent pas coupables de ne pas payer ce qu'ils téléchargent. Ces deux arguments qui justifient directement le non-paiement s'inscrivent dans le contexte de la société de consommation, et opposent avant tout des sociétés commerciales à des consommateurs. Parmi ces derniers, certains se positionnent en victimes face à la puissance des multinationales productrices et éditrices de contenus culturels, les accusant d'une mainmise sur le marché des biens culturels dans le seul but de faire du profit. Ayant cependant conscience que la vente de ces biens de consommation est aussi le gagne-pain des artistes, une partie des internautes se déclarent prêts à accepter de payer un prix raisonnable pour acquérir les produits distribués sur Internet.

⁵⁶ *Ibid.* page 2.

Revendiquant « un droit à la diversité et une volonté de non alignement culturel⁵⁷ », de nombreux utilisateurs des réseaux P2P estiment normal de se servir des outils qui sont à leur disposition pour élargir leur univers culturel par la découverte d'artistes qui semblent être sinon en marge, du moins peu visibles sur les circuits classiques de distribution – notons que cet argument a été souvent cité par les téléchargeurs de musique ; pour ce qui est du cinéma et de l'audiovisuel, même si la manière d'échanger reste identique, il ne faut pas exclure la possibilité que les raisons qui motivent les choix des produits audiovisuels puissent être différentes.

Enfin, puisque les logiciels P2P existent, qu'il est facile d'y avoir accès ; puisque des lecteurs DivX, des graveurs de DVD, des supports vierges existent et sont en vente libre partout, que les copies sur VHS sont autorisées et depuis longtemps pratiquées, les internautes peinent à concevoir le caractère illégal d'une pratique dont tous les outils sont totalement libres d'accès, et qui plus est, dont les mérites sont vantés à force de publicité pour inciter à la consommation.

c) Des enjeux variant selon les utilisateurs

Des idéologies sensiblement différentes les unes des autres animent certains des utilisateurs du P2P. La première est celle qui met en avant la notion de culture comme facteur de rapprochement des individus, comme l'indique cette contribution au forum de 2003 sur les usages du système : « Le p2p si décrié participe à créer des liens, des communautés fondées sur autre chose que... le simple goût du commerce. L'échange, une valeur essentielle au centre même de la philosophie p2p.⁵⁸ ». Cette position est revendiquée, et constitue souvent un argument pour défendre la liberté permise par la nature du réseau Internet. Après interprétation, elle constitue à la fois l'une des accusations portées par les détracteurs :

Cette banalisation du téléchargement est également accentuée par l'esprit libertaire couramment véhiculé sur Internet où il est de bon ton de prôner l'accès aux contenus culturels, et particulièrement aux oeuvres audiovisuelles, sans contrainte et

⁵⁷ *Ibid.*, page 21.

⁵⁸ [<http://www.foruminternet.org/forums/read.php?f=13&i=598&t=592>]

sans coût. C'est faire peu de cas de la valeur des oeuvres, et de la création, c'est mépriser la propriété intellectuelle et les ayants droit.⁵⁹

Interpréter la logique prônant l'échange en qualifiant la totalité des internautes de libertaires semble toutefois réducteur. Frédéric Gimello-Mesplomb indique que les usagers « peu réceptifs aux offres payantes qu'ils considèrent comme une récupération marchande des usages du net, [...] [et] attachés à la rhétorique néo-libertaire : "ce qui est en ligne est accessible à tous le monde, donc ce n'est à personne". », sont surtout les jeunes internautes de 11 à 24 ans – qui représentaient 35,9% de la population d'internautes au dernier trimestre 2003.

L'idéologie libertaire existe donc bel et bien mais elle n'est ni le fait de la majorité des téléchargeurs, ni la raison fondatrice de la popularité de la technologie P2P.

Il apparaît par ailleurs que les usagers des réseaux ne sont pour la majorité pas réfractaires au paiement des contenus qu'ils téléchargent aujourd'hui gratuitement, comme en témoigne la conclusion du forum sur les utilisations et usages du P2P :

[...] malgré le téléchargement d'œuvres musicales ou cinématographiques, **les internautes continuent, dans leur grande majorité, à acquérir parallèlement ces œuvres dans les circuits de vente traditionnels.** Certains estiment d'ailleurs que le téléchargement joue, pour eux, le rôle de préparateur de l'acte de consommation et leur permet d'acheter ainsi en tant que **consommateur exigeant.**

[...]

Les utilisateurs se déclarent favorables à la mise en place de dispositifs innovants permettant d'assurer une rémunération des droits d'auteurs et des droits voisins [...].⁶⁰

Les personnes qui produisent les copies originelles (les *masters*) constituent un autre groupe dont les objectifs convergent d'une double manière. Tout d'abord dans un but collaboratif dont les modalités sont organisées et hiérarchisées : lorsque les *masters* des films américains sont mis en ligne, le code déontologique de ces « spécialistes » (*hackers* ou/et cinéphiles convertis à l'informatique) veut que toute personne qui

⁵⁹ Frédéric Delacroix, *op. cit.*

récupère la version originale d'un film, et qui projette d'en effectuer un doublage sonore, en demande l'autorisation préalable à l'équipe américaine. Pour ce qui est des bandes-son françaises, elles sont récupérées au Québec. En parallèle, il existe parmi ces équipes un esprit de compétition : « "la scène" se compose d'équipes qui agissent selon une logique d'émulation compétitive. Le but est d'être le premier à obtenir et diffuser les films⁶¹ ».

Enfin, pour certains des « pirates » d'« en bas », ceux qui, uniquement, téléchargent les films mis à disposition sur les réseaux, il semble que cette pratique constitue une sorte de reconnaissance sociale. Cette reconnaissance s'appuie sur deux éléments : tout d'abord elle s'inscrit dans une société où l'aspiration à la modernité – dont le symbole serait la technologie – fait des téléchargeurs des personnes si ce n'est « respectables », du moins de bon conseil, que leur connaissance des dernières technologies élèverait à un rang social supérieur. Ensuite, présenter à ses amis ou à sa famille le dernier film dont les médias font la promotion, mais qui n'est pas encore sorti en salle, permet également d'obtenir de la reconnaissance. Pouvoir regarder avant tout le monde le film tant attendu semble constituer un véritable privilège, qui permet de plus de mettre fin à l'impatience, et de se faire d'autant plus plaisir. Il s'agit plus ici d'une faim à satisfaire, qui rend compte d'un grand enthousiasme porté au cinéma, avant d'être une attaque lancée en direction des industries cinématographiques.

2.1.3 Le « pirate » versus le « consommateur averti » : quels enjeux ?

a) Un débat bipolaire relayé par les médias

L'échange de fichiers par les réseaux P2P est un phénomène de masse grossissant. La polémique qui a lieu à son sujet lui offre une visibilité médiatique conséquente.

⁶⁰ Frédéric Gimello-Mesplomb, « Peut-on responsabiliser les nouveaux modes de consommation de l'audiovisuel ? », dans [LA 165-192].

⁶¹ Isabelle Regnier, « Une logique d'émulation souvent non lucrative », *Le Monde*, 26 juin 2005.

Comme l'affirme Gimello-Mesplomb dans une contribution à la revue *Presaje*, « le traitement médiatique [par les médias français] du phénomène “peer-to-peer” privilégie les idées reçues » notamment en contribuant à « l'entretien d'une dramatisation globale du phénomène⁶² ». Il distingue ainsi clairement trois catégories de traitement médiatique du P2P (principalement dans la presse écrite) :

a) Le traitement « **technique/neutre** » se retrouve dans des articles de fond, qui entendent expliquer les enjeux du phénomène et sont souvent signés de pigistes oeuvrant dans le milieu de l'informatique. [...] Plus globalement, c'est dans ces supports de presse que l'on aura pu prendre connaissance du problème causé par les téléchargements massifs sur les réseaux P2P à travers une perspective critique des points de vue tenus par les différents acteurs.

[...]

b) Le traitement « **technique/favorable** » est repérable par certaines revues spécialisées en informatique qui proposent au consommateur un éventail de produits [...] permettant d'accéder à l'univers des « initiés » [...]. [...] Depuis 2003, la cible de ces supports de presse se concentre sur les majors du disque, à qui il est reproché le déploiement d'un arsenal juridique répressif sans commune mesure avec la réalité du téléchargement « au quotidien » effectué par le consommateur.

[...]

c) Le traitement éthiquement « **condamnabile** » est plutôt le fait de supports qui défendent le droit d'auteur en reprenant la sémantique de la piraterie. Le traitement varie selon les supports, mais un fonds commun est là aussi aisément perceptible [...].⁶³

Les discours émis par les détracteurs du P2P ont une plus grande visibilité médiatique. Il n'est pas ici question de dire que les journalistes prennent majoritairement position contre l'échange de fichiers audiovisuels par les réseaux *peer-to-peer*. Cependant, les analyses, les critiques du phénomène, quand elles ne donnent pas directement la parole aux acteurs principaux des industries culturelles, réemploient malgré tout largement leur vocabulaire, donnant ainsi une résonance à leurs discours.

Il arrive par ailleurs que ce vocabulaire soit détourné de son contexte premier, contribuant parfois à créer un style littéraire empreint d'ironie. Il est vrai que le combat engagé semble se prêter au ridicule : le puissance des majors, organisées, et la quantité

⁶² Frédéric Gimello-Mesplomb, *op. cit.*, pages 167-174.

d'argent brassée fait de celles-ci un adversaire gigantesque face au minuscule internaute lambda dont le profit est moindre, accusé de manière démesurée. Et ce d'autant plus que des débats semblables ont déjà eu lieu (à l'apparition du magnétoscope, ou de la chaîne Canal+ par exemple).

L'univers cinématographique dans lequel s'inscrit l'échange de fichiers audiovisuels trouve par ailleurs écho auprès du public dans l'imaginaire collectif. *Libération* notamment⁶⁴, titre ainsi un article dans son édition du 3 juin 2005 : « Hollywood contre-attaque »... belle référence à *Star Wars*... cela fait-il de la polémique en question une saga de science-fiction opposant les « gentils » aux « méchants », et dont les effets spéciaux, qui sont autant de coups de bluff, éloignent de la réalité ? Réelle menace pour la culture ou jeu de combat opposant l'éternel pot de fer contre le pot de terre, qu'en est-il aujourd'hui dans l'esprit des principaux acteurs : les utilisateurs ? Difficile pour eux de savoir à quoi s'en tenir.

Dans ces discours à moitié manichéens apparaissent chez les plus revendicatifs des deux parties uniquement les « méchants ». Les détracteurs comme les défenseurs qui ont accepté d'entrer dans la bataille inondent chacun leur adversaire de reproches et d'arguments accusateurs. Cependant, ils se gardent d'opposer à ces reproches leur propre pratique et leurs propres actions, ou même d'envisager des solutions qui pourraient satisfaire tout le monde. Et pour cause : chacun d'eux a conscience du fait que les torts qui leur sont reprochés sont justifiés. Les industries du disque et du cinéma savent que les prix qu'ils proposent sont élevés ; leurs partenaires, les industries électroniques n'ont pas oublié qu'elles font la promotion de la vente de lecteurs et enregistreurs DivX ; les FAI quant à eux profitent de ce flou provisoire – de manière presque légitime, conformément à la loi du profit – pour vendre de plus en plus de connexions haut débit ; les utilisateurs du P2P savent en général que les auteurs ne sont pas rémunérés à cause de leur pratique, mais la gratuité est tout compte fait tellement attrayante...

c) Qui défend quoi ?

⁶⁴ *Ibid.*, pages 168-172.

Les offensives contre les « pirates » semblent provenir de toutes parts. Quelles sont les voix qui se font entendre haut et fort dans ce débat ? Existe-t-il, chez certains, un constat neutre sur la pratique de l'échange de films en P2P ?

Si cette étude est centrée sur le cas français, il est cependant indispensable de mentionner ici la Motion Picture Association (MPA), organisme basé et créé aux Etats-Unis, puissant lobby représentant les majors internationales – et américaines – de l'industrie cinématographique.

En 1945 est créée la Motion Picture Export Association (MPEA), qui deviendra en 1994 la MPA⁶⁵. Dès le départ, la mission de cette organisation commerciale est de « rétablir les films américains dans le marché mondial et répondre au courant croissant de protectionnisme, conséquence des barrières restreignant l'importation des films américains⁶⁶ ». L'enjeu n'est pas des moindres : le cinéma est la deuxième source d'exportation des Etats-Unis. Dans un ouvrage récent, Edward Jay Epstein⁶⁷ décrit cette structure comme un « cartel privé » avide de profit et de pouvoir. Jusqu'en 1957, la MPEA s'occupe elle-même de la distribution des films américains à l'export ; ce qui permet aux studios de limiter la concurrence et de se partager les recettes. Après 1957, l'organisation axe surtout son travail sur les barrières de protection des marchés nationaux, et tente de les faire tomber. Elle emploie une stratégie de persuasion efficace, reliant inlassablement les arguments avancés aux intérêts qu'ils représentent pour ses interlocuteurs. C'est Jack Valenti – président de la MPA pendant trente-huit ans (de 1966 à 2004) – qui a longtemps mené les troupes, fidèle à ses principes : « Ne jamais acculer un ennemi, toujours lui laisser un moyen de sortir, car les ennemis d'aujourd'hui peuvent devenir les alliés de demain⁶⁸ ». C'est Dan Glickman qui a pris sa suite aujourd'hui.

⁶⁴ Voir également Françoise-Marie Santucci, « Pirates en série », *Libération*, 3 juin 2005.

⁶⁵ La MPAA (*Moving Picture Association of America*), filiale nationale de l'organisation actuelle, a été créée en 1922.

⁶⁶ Alain Salles, « La MPA, bras armé des majors d'Hollywood », *Le Monde*, 27 juillet 2005.

⁶⁷ Voir Edward Jay Epstein, *The Big Picture. The New Logic of Money and Power in Hollywood* (Etats-Unis : Random House, 2005). Voir aussi le site Web de l'auteur [<http://www.edwardjayepstein.com/index.htm>], 10 août 2005.

⁶⁸ Propos d'un employé de la MPA, lors de l'hommage rendu à Jack Valenti à la fin de son mandat de président de l'organisation, cité dans Alain Salles, « La MPA, bras armé des majors d'Hollywood », *Le Monde*, 27 juillet 2005.

Aujourd'hui, la MPA regroupe parmi ses membres les sept grandes majors : Buena Vista, Sony Pictures, Metro-Goldwin-Mayer, Paramount, 20th Century Fox, Universal City Studios et Warner Bros. Ses bureaux sont installés à Los Angeles, Washington, Bruxelles, New Delhi, Rio de Janeiro, Mexico, Singapour, Toronto et Djakarta. Cent soixante-quinze personnes travaillent activement pour la lutte contre le piratage, désormais priorité absolue.

Les justifications des actions menées s'adaptent avec le temps, l'objectif reste fidèle aux origines :

Today, these associations [MPA et MPAA] represent not only the world of theatrical film, but serve as leader and advocate for major producers and distributors of entertainment programming for television, cable, home video and future delivery systems not yet imagined.⁶⁹

En France, l'ALPA⁷⁰ (Association de Lutte contre la Piraterie Audiovisuelle) est une association loi 1901, qui a été créée en 1985, à l'initiative des pouvoirs publics (ministères de la Culture, de la Communication, de la Justice). Son président actuel, Nicolas Seydoux, est aussi PDG de Gaumont. L'association fonctionne grâce aux cotisations de ses adhérents (les professionnels du cinéma et de la vidéo, des studios aux éditeurs, en passant par les syndicats professionnels et le Centre National de la Cinématographie), et au soutien du ministère de la Culture et de la MPA. Ses agents privés sont assermentés par le ministère de la Culture pour dresser des procès verbaux à la manière des huissiers.

« Nous repérons les infractions à l'article L. 335 [71] du Code de la propriété intellectuelle sur la contrefaçon, sanctionnées de trois ans de prison et de 300 000 € d'amende », explique le délégué général, Frédéric Delacroix. Cet ancien flic (vingt-deux ans de service, dont sept à la Brigade centrale pour la répression de la

⁶⁹ « Aujourd'hui, ces associations ne représentent pas seulement le monde du cinéma, mais font aussi office de porte-parole et d'avocat pour les grands producteurs et distributeurs de programmes de divertissement destinés à la télévision, au câble, à l'édition vidéo et aux futurs systèmes de diffusion pas encore imaginés », [<http://www.mpaa.org/home.htm>], 16 juillet 2005.

⁷⁰ Le site Web de l'ALPA est malheureusement pour nous toujours en reconstruction en date du 3 octobre 2005, et donc indisponible.

⁷¹ *Code de la propriété intellectuelle, Livre III : Dispositions générales relatives au droit d'auteur, aux droits voisins et droits des producteurs de bases de données, Titre III : Procédures et sanctions*, articles L. 335-1 à L. 335-10, publié en ligne [<http://www.legifrance.gouv.fr/html/index.html>].

contrefaçon industrielle et artistique) dirige une équipe de fins limiers. Ces hommes de l'ombre, agents assermentés, inspectent les marchés à la recherche de DVD copiés, repèrent les trafiquants en tout genre et contrôlent les vidéoclubs. Depuis quelques mois, l'Alpa recrute également des petits génies du Web [...]. Leur mission : infiltrer les communautés de pirates professionnels et traquer les sites qui diffusent les films.⁷²

L'ALPA est née à la suite de l'affaire Sony-Betamax⁷³, qui a eu lieu en 1984. Comme la MPA, elle dispose d'une longue expérience dans la traque des contrefacteurs audiovisuels⁷⁴, et lutte aujourd'hui activement contre l'échange de films en P2P. Ses effectifs sont par contre limités : moins de dix employés. La cible privilégiée semble être constituée des contrefacteurs qui font le commerce des produits, et en ce qui concerne les utilisateurs du P2P qui téléchargent dans un but non lucratif et pour un usage privé, c'est une politique de « riposte graduée » qui a été choisie, en avertissant tout d'abord par e-mail les utilisateurs de l'illégalité de leur pratique, et en adoptant des mesures plus radicales si les avertissements ne sont pas entendus.

Le Centre National de la Cinématographie (CNC), an tant qu'institution du cinéma français, est aussi présent dans cette « affaire P2P ». Etablissement public à caractère administratif créé en 1946, il est doté de la personnalité juridique et de l'autonomie financière. Il est placé sous l'autorité du ministère de la Culture et de la Communication. Ses missions sont de réglementer, de soutenir les économies du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia, de promouvoir le cinéma et l'audiovisuel, ainsi que leur diffusion auprès de tous les publics, de protéger et de diffuser le patrimoine cinématographique⁷⁵. Le CNC s'est également engagé dans la lutte contre le piratage de films depuis l'apparition de la menace. Si les intérêts économiques ne sont pas relégués en arrière plan, un positionnement éthique apparaît de manière prononcée : la protection d'un « patrimoine » cinématographique. Trace supplémentaire d'une tradition culturelle et morale française⁷⁶.

⁷² David Bensoussan, « Internet. Peur sur le cinéma », *L'Express*, 14 mars 2005.

⁷³ Voir Annexe 7, page 131.

⁷⁴ Voir Jean-François Lacan, « Un forum sur la piraterie. Les privés attaquent », *Le Monde*, 12 mai 1987.

⁷⁵ [http://www.cnc.fr/a_presen/fr_a.htm], 17 juillet 2005.

⁷⁶ On peut d'ailleurs rattacher cet aspect à la notion d'« exception culturelle » française, qui a fait débat il y a quelques années, mais dont on peut faire remonter la naissance aux débuts des industries du cinéma.

Ce positionnement rejoint par ailleurs celui de l'Etat français, qui condamne le téléchargement non payant au nom du respect des droits d'auteurs. A ce jour, la dernière communication publique, à ce sujet, du Ministère de la Culture et de la Communication remonte au 18 juillet 2005, à l'occasion de l'installation par Renaud Donnedieu de Vabres de l'observatoire des usages numériques et culturels. Cet observatoire réunit l'ensemble des professionnels de la création culturelle, auteurs, interprètes, de la musique, du cinéma et de l'audiovisuel, de l'édition, ainsi que des diffuseurs, des FAI, des opérateurs de services en ligne, des industries technologiques, et des consommateurs⁷⁷. Nous aurions d'ailleurs pu commencer la présentation des voix qui se font entendre par celle de cet observatoire, qui réunit l'ensemble exhaustif des acteurs concernés... Ses objectifs sont de

[...] faire des nouvelles technologies une opportunité pour tous, afin de développer de nouveaux usages culturels respectueux de la création [et] placer au cœur des missions [...] l'étude des usages et des pratiques numériques en matière culturelle, l'analyse partagée et objective des offres culturelles en ligne et l'évolution des tendances technologiques qui les sous-tendent.⁷⁸

Preennent donc également part aux débats les acteurs situés jusqu'à peu en marge des industries culturelles (FAI, câblo-opérateurs, fabricants électroniques) mais qui sont aujourd'hui des partenaires de la plus haute importance dans la recherche de solutions à ce problème de téléchargement non payant, et plus généralement dans la mise en place d'une diffusion en ligne de contenus protégés.

Les consommateurs sont également représentés, par des associations qui défendent leurs droits. Lors du colloque « Réponses aux défis du P2P »⁷⁹ organisé au Sénat par le Forum des droits sur l'Internet⁸⁰, ont pris la parole CLCV (Consommation,

Alors que les Américains prospères s'approprièrent le « modèle Pathé », ils laissaient les Français démunis financièrement et stratégiquement ; situation qui amorçait un plongeon du cinéma français dans une période de crise générale.

⁷⁷ [<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/index.htm>], 10 août 2005.

⁷⁸ [<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/index.htm>], 10 août 2005.

⁷⁹ Actes du colloque « Les réponses aux défis du P2P », le 28 septembre 2004 ; publié en ligne [<http://www.defis-p2p.org/>], 10 août 2005.

⁸⁰ Le projet du Forum des droits sur l'Internet a été lancé en 2000 par le gouvernement français, à la suite d'un rapport du Conseil d'Etat datant de 1998 et intitulé « Internet et les réseaux numériques ». C'est un organisme qui a pour mission de réfléchir sur les questions juridiques posées par le développement

Logement et Cadre de Vie) et l'UNAF (Union Nationale des Associations Familiales). Frédérique Pfunder, représentante de CLCV, déclare que « les consommateurs attendent de l'innovation, de la valeur ajoutée, adaptée aux évolutions des usages et des potentialités offertes par la technologie et ils sont prêts à payer pour celle-ci. »

D'autres organismes encore sont appelés à se prononcer sur le problème du téléchargement non payant. La Fondation Internet Nouvelle Génération⁸¹ (FING), Le Forum des droits sur l'Internet, ou encore l'Observatoire européen de l'audiovisuel, produisent des travaux d'analyse et de réflexion sans prendre parti pour ou contre le téléchargement non payant. Leurs conclusions sont par ailleurs très peu mentionnées par les médias.

Enfin, on notera l'absence singulière des premiers concernés : les artistes. Dans le domaine musical, certains se sont prononcés⁸² contre le téléchargement sur les réseaux P2P de leurs œuvres. Leurs protestations ont aussi été relayées par les médias. Pour la SPEDIDAM (Société de Perception et de Distribution des Droits des Artistes-Interprètes de la Musique et de la Danse),

Le voie de la lutte contre la contrefaçon sur Internet aujourd'hui empruntée par la majorité pour juguler le peer-to-peer est un mirage conduisant à des agissements aussi brutaux qu'inutiles qui ne régleront en rien ce phénomène de société irréversible.⁸³

d'Internet. « Son ambition est d'associer l'ensemble des acteurs à la construction de la civilité de l'Internet. », [<http://www.foruminternet.org/#>], 10 août 2005.

⁸¹ La FING est une association loi 1901 créée à l'initiative de l'Isoc France (chapitre français de l'Internet Society, association de droit américain à vocation internationale créée en 1991 par les pionniers de l'Internet pour promouvoir et coordonner le développement des réseaux informatiques dans le monde), de l'ACSEL (Association pour le commerce et les services en ligne) et de l'AFEV (Association française des éditeurs multimédia).

⁸² Voir Charles Aznavour et al., *Une lettre ouverte des chanteurs pour la défense de leurs droits*, 25 janvier 2001.

⁸³ SPEDIDAM, « Pour une utilisation légale du peer-to-peer. Le livre blanc de la SPEDIDAM », publié en ligne [<http://www.spedidam.fr/actu/pdf/livreblancp2p.pdf>] ; 10 août 2005.

L'organisme a par ailleurs proposé la mise en place d'une licence payante, « permettant aux internautes [...] d'échanger librement entre eux dans un cadre non commercial autant de fichiers qu'ils le souhaitent⁸⁴ ».

d) Quels questionnements pour quels enjeux ?

Les industries culturelles et certaines institutions tiennent un discours fortement symbolique où une confusion est entretenue entre le réel et l'imaginaire. Ce n'est pas tant ce qui est dit que nous désignons ici, puisque l'illégalité dénoncée de certains aspects de la pratique est réelle. La confusion naît plutôt de ce qui n'est pas dit. L'image du « pirate » hors-la-loi sert à désigner sans distinction – comme nous l'avons mentionné plus haut – l'ensemble des personnes qui participent au réseau, que l'objectif soit la commercialisation de supports contrefaits ou la satisfaction de goûts personnels spécifiques. Il n'est jamais mentionné dans ces discours que c'est l'insatisfaction par rapport aux offres classiques qui est la motivation première, ni que les usagers du P2P continuent à consommer sur les circuits classiques – moins qu'avant pour certains, mais plus qu'avant pour d'autres. Un deuxième voile doit être levé concernant les intérêts des industries. Derrière l'étendard de la défense de la création et des droits des auteurs, apparaît l'enjeu principal : la sauvegarde d'intérêts purement économiques. Intérêts pécuniaires tout d'abord, et plus largement intérêts stratégiques puisque si les consommateurs régissent eux-mêmes l'offre dans un système clos, le monopole des producteurs sur les consommateurs sera menacé.

Ces discours à tendance manichéenne contribuent par ailleurs à cloisonner les problématiques et ne servent pas à avancer pleinement vers une solution acceptable par tous. La stigmatisation des téléchargeurs ne fait que cacher une réalité beaucoup plus nuancée que celle qui est dénoncée par les détracteurs du P2P. Leur discours médiatique radical contribue par ailleurs à faire vivre l'idéologie libertarienne dénoncée, créant des normes ou des contre normes, sur lesquelles se basent les comportements des consommateurs de biens culturels. Pour ces derniers, le choix est par conséquent restreint pour le moment : être un consommateur actif mais être dans l'illégalité, ou bien

⁸⁴ *Ibid.*

rester respectable mais être un consommateur passif. Il est clair que selon les points de vue, la respectabilité peut ici être placée différemment, et c'est peut-être dans cette remarque que se résument les enjeux primordiaux qui se jouent actuellement.

L'imaginaire collectif d'Internet intervient dans cette stigmatisation de façon marquée. Les discours semblent rester bloqués sur les mythes fondateurs du réseau : culture libertarienne voire anarchiste, communauté organisée qui, au nom d'un accès à la culture pour tous – voire aussi d'autres raisons plus malveillantes – ne respecte pas les droits des auteurs et menace la création. Internet est présenté comme un média de l'anarchie. Or, rappelons que l'Etat ne régule que très peu le réseau⁸⁵, et que toutefois, si des tentatives et des réflexions sérieuses existent, elles sont particulièrement difficiles et délicates à mettre en œuvre concrètement.

On retrouve ici les peurs liées aux progrès technologiques majeurs et plus particulièrement celles liées à Internet, que les industries culturelles ravivent pour tenter de rallier l'opinion publique à leur « cause » avant tout pécuniaire.

Par ailleurs, ces discours rendent plus opaque la pratique de l'échange en P2P. Au vu du danger et des représailles sérieuses qui attendent les téléchargeurs malchanceux, il n'est pas impossible qu'une partie du trafic se soit déplacée sur des réseaux plus sécurisés. Nous ne savons pas aujourd'hui ce qu'il en est réellement, car toutes les attentions sont tournées vers les réseaux P2P, et que les réseaux parallèles, par l'anonymat qu'ils permettent, sont d'autant plus souterrains et difficile à cerner. Mais nous avons déjà mentionné plus haut les réseaux de type Freenet, ou encore la possibilité de masquer l'adresse IP de l'ordinateur.

Enfin, l'acharnement et la ténacité dans la répression semblent peu réalistes. Vu le caractère massif de la pratique, qui est pourtant passible d'être sanctionnée par la loi, le droit actuel ne serait-il pas en décalage avec la réalité de la société ?

⁸⁵ Mais une autre grande question apparaît ici : une régulation du réseau par l'Etat est-elle possible ? Par ailleurs, certains se demanderont aussi si elle est souhaitable. C'est un débat qui mérite une longue réflexion.

2.2 Connaissance actuelle des motivations au téléchargement non payant des oeuvres audiovisuelles en France

2.2.1 Typologie et résultats des études françaises réalisées

L'approche empirique des téléchargeurs et de leur pratique est essentiellement économique. En France, concernant strictement le cinéma, deux études ont été réalisées à l'initiative du CNC : l'une⁸⁶ par un institut de marketing (Qualiquanti), l'autre⁸⁷ par l'ALPA.

Cette dernière analyse l'offre de films sur les réseaux P2P, comparée à l'offre des circuits de distribution classiques. Les films américains sont largement les plus présents (52%), et les films français représentent un quart de l'offre (24, 9%). Un autre quart mystérieux regroupe toutes les « autres » nationalités que l'on peut trouver sur les réseaux. Il y apparaît aussi que les films français sont mis à disposition sur les réseaux exclusivement après leur sortie en salles françaises (contre 60% des films américains disponibles jusqu'à 3 mois avant leur sortie française).

L'analyse qualitative effectuée par l'institut Qualiquanti révèle la diversité des pratiques de consommation, et des motivations. Dans une synthèse, on apprend qu'il existe « de multiples techniques qui facilitent la piraterie », qu'« une multitude de facteurs peuvent inciter [...] à pirater ». L'impact sur la consommation apparaît également difficilement quantifiable : il est « plus ou moins fort ». A l'écoute des personnes interrogées, Qualiquanti a déterminé pour chaque acte de consommation classique des raisons pour et contre – la location, l'achat, la consommation télévisuelle, la fréquentation des salles de cinéma. Ces raisons ne semblent pas pouvoir être regroupées de manière homogène. S'il existe autant de motivations au téléchargement

⁸⁶ Qualiquanti, « La Piraterie de films : motivations et pratiques des Internauts. Analyse qualitative. » (mai 2004), étude réalisée à la demande du CNC, publié en ligne [http://www.cnc.fr/index_dyn.htm?a_presen/r4/p1_d1_piraterie0504.htm] ; 15 octobre 2005.

⁸⁷ ALPA, « L'offre "pirate" de films sur Internet » (octobre 2004), étude réalisée à la demande du CNC. Publié en ligne [http://www.cnc.fr/b_actual/fr_b2.htm] ; 15 octobre 2005.

non payant que d'individus qui le pratiquent, on peut avancer que cette activité n'est pas exclusive et spécifique à une partie de la population mais bien généralisée.

Une troisième étude plus récente sur l'ensemble des pratiques de téléchargement (musique, cinéma, jeux vidéos), réalisée par Médiamétrie et le Département des Etudes et de la Prospective du ministère de la Culture et de la Communication⁸⁸, a confirmé le profil type dominant des téléchargeurs : ils sont surtout collégiens, lycéens ou étudiants, âgés de 15 à 24 ans. Si cette affirmation est bien réelle, cette tranche d'âge n'est pas la seule à prendre part à l'activité. Mais ce groupe est le plus homogène, et c'est là le seul profil type qui ait pu être défini avec précision. Les motifs invoqués de manière éparse chez l'ensemble des téléchargeurs se retrouvent dans la pratique des jeunes. Ils corroborent notamment les motivations de gratuité et d'échange qui constituent les principales accusations. Ils légitiment indirectement la répression – dont on pourrait penser qu'elle puisse servir d'exemple aux esprits insouciants et malléables – et permettent l'adoption d'une démarche active de la part des institutions : la prévention, la sensibilisation, l'éducation auprès des jeunes.

Cette étude met en avant notamment les motifs principaux qui poussent à utiliser les réseaux P2P : explorer et tester. Ces principales motivations dénotent une soif de découverte répandue, une certaine curiosité, et une volonté d'exhaustivité de l'offre. La facilité à se procurer des contenus par le P2P (et certainement aussi la facilité à utiliser les réseaux, grâce aux nombreux conseils qu'il est possible de trouver) est mentionné en quatrième position.

La conservation, la gratuité et l'échange arrivent en dernière position. Or, c'est principalement de ces trois actes que sont accusés les « pirates ». Il apparaît ici de manière évidente que le vrai problème est bien le manque de diversité de l'offre, et peut-être sa rigidité. En effet, payer 15 à 20 € pour un film en DVD que l'on ne regardera peut-être qu'une fois, mais payer quand même parce qu'il n'est pas disponible ailleurs et que la curiosité culturelle est plus forte plus forte que tout, devient de mois en mois acceptable. L'offre de visionnage de films en ligne, à prix réduit, semble devenir peu à peu incontournable.

2.2.2 Réalisation d'une enquête intitulée « Télécharger les films : une nouvelle façon de consommer les images ? »

a) Méthodologie

Le parti pris de départ a été de tenter de définir une typologie des comportements existants, en donnant notamment une place aux goûts audiovisuels et cinématographiques des utilisateurs des réseaux P2P. L'hypothèse à vérifier était que la pratique pouvait être conditionnée par des types de comportements préexistant à l'entrée sur les réseaux P2P : celui du cinéphile exigeant, celui du « cinéphage » pour qui la quantité et les films à l'affiche priment sur la qualité⁸⁹, celui du spectateur « de niche » ayant des goûts très spécialisés dans un genre par exemple, celui de l'individu suréquipé en matériel image et son, etc. Un questionnaire⁹⁰ (28 questions plus un court sondage d'opinion) a ainsi été élaboré, mêlant des questions sur les œuvres audiovisuelles préférées, l'équipement en électronique et informatique, les habitudes de visionnage et les habitudes de téléchargement. Les questions étaient à choix multiple, et laissaient la plupart du temps la possibilité aux répondants d'indiquer une réponse autre que celles qui étaient proposées. Pour les questions concernant les « préférences » en terme de goût (goûts en général, films les plus achetés en DVD et films les plus téléchargés), il était demandé de numéroter par ordre de préférence.

Les questionnaires devaient être remplis dans une démarche proche des entretiens semi-directifs, l'interrogeant accompagnant l'interrogé tout au long du remplissage, et insistant lors de la discussion sur les aspects qui semblaient influencer de manière significative le comportement de l'utilisateur du P2P. Mais certaines difficultés, mentionnées plus loin, nous ont empêché de suivre exactement ce plan d'action.

⁸⁸ Yann Nicolas, « Le téléchargement sur les réseaux de pair à pair », dans *Développement Culturel* numéro 148 (juin 2005) ; publié en ligne [<http://www.culture.gouv.fr/dep>] ; 15 octobre 2005.

⁸⁹ Nous ne parlons pas ici de qualité artistique du film, mais d'une qualité objective : celle des fichiers visionnés, des conditions de visionnement et de réception.

⁹⁰ Voir Annexe 3, page 107.

L'enquête a été réalisée majoritairement à Lille, et en métropole lilloise. Les lieux cible qui ont été définis sont les suivants : la sortie des cinémas, les lieux d'accès à Internet proposant des jeux en réseau, les vidéoclubs, les boutiques de vente de jeux vidéo et DVD (ou VHS) d'occasion, les rayons image des grandes surfaces généralistes ou des grandes enseignes spécialisées.

Le questionnaire a été soumis à 118 personnes, de deux manières : par une prise de contact directe avec des passants interpellés sur la voie publique devant les lieux choisis ; et par dépôt dans les mêmes lieux, à des endroits visibles et incontournables pour le public qui les fréquentent (comptoirs de bar dans les petits cinémas, de billetterie, de caisse dans les vidéoclubs, ou encore parmi des flyers et prospectus publicitaires dans les magasins de jeux vidéos). Deux petites affiches⁹¹ au format A4 ont par ailleurs été réalisées, afin d'attirer l'attention sur les questionnaires.

62 questionnaires remplis ont été récupérés ; l'ensemble est comptabilisé uniquement pour la dernière partie intitulée « Qu'en pensez-vous ? », c'est la seule partie qui ait été remplie par tous. Parmi ces 62 questionnaires, 11 n'ont pas été remplis entièrement ou correctement, et n'ont donc pas été pris en compte pour le reste des questions ; les résultats sont donc comptabilisés sur 51 personnes. Un téléchargeur (homme d'une trentaine d'années) a déclaré, sans que la question ne lui soit posée, qu'il téléchargeait des films non pas sur les réseaux P2P, mais sur les groupes de discussion « c'est beaucoup plus facile et c'est plus sûr ».

b) Difficultés rencontrées

Après avoir commencé l'enquête, nous est apparue la nécessité absolue de tester auparavant, dans les conditions prévues, tout questionnaire. Ce qui est aujourd'hui pour nous une évidence, ne l'était pas au moment où nous avons commencé à interroger les potentiels téléchargeurs. Il a fallu faire face à de nombreuses difficultés, dont seule la pratique préalable aurait permis de se rendre compte. Par manque de temps, les aspects qui posaient un problème n'ont pas été modifiés. Le fait que certains questionnaires

⁹¹ Voir Annexe 4, page 122.

n'aient pas été remplis correctement n'entre pas dans ces difficultés, c'est une possibilité qui avait été envisagée.

Première difficulté : le manque de confort.

Malgré la facilité à remplir le questionnaire (cases à cocher ou au pire, à numéroter), il s'est avéré peu confortable d'y répondre dans la rue, en position debout. Le questionnaire était trop long : 15 à 20 minutes étaient nécessaires pour le remplir. Même si aucun répondant ne s'est plaint de sa longueur, les réponses étaient données beaucoup plus rapidement à la fin, et les répondants manifestaient des signes polis d'impatience. Nous pensons que les questionnaires auraient été remplis avec plus de soin s'il avait été possible pour le répondant de s'asseoir, et que les résultats auraient peut-être pu être encore plus proches de la réalité.

Deuxième difficulté : les rayons « image » des magasins.

Il s'est avéré impossible d'interroger les clients des rayons « image » des magasins. Plusieurs tentatives ont été menées.

- Dans les grandes enseignes spécialisées (2) en centre ville de Lille, où un vendeur du rayon concerné, notamment, a affirmé ne pas savoir du tout de quoi il s'agissait... ; où une responsable de la communication a refusé, assurant que cela représenterait une surcharge de travail trop importante pour eux, et restant sur ce dernier argument après que nous ayons tenté de la rassurer en lui rappelant que cette enquête serait entièrement réalisée par nos soins. Après avoir été éconduit pour raison donc mystérieuse, le personnel de sécurité du magasin a d'ailleurs bizarrement eu l'envie de se promener dans les mêmes rayons que nous, jusqu'à notre arrivée aux portes de sortie.
- Dans les grandes enseignes spécialisées en zone commerciale (5), où la franchise a été présente au rendez-vous : 3 responsables de magasin ont refusé en disant simplement qu'ils « ne pouvaient pas ». Le quatrième a proposé de soumettre le questionnaire au service juridique du magasin, afin de déterminer s'il y avait ou non incitation à la fraude. En le feuilletant, il a déclaré qu'il y avait peu de

chances que l'autorisation soit donnée car le questionnaire ne s'intéressait pas à l'âge, l'activité, le lieu d'habitation du téléchargeur.

- Dans les grandes surfaces généralistes (4), possédant un rayon image, les mêmes problèmes ont été rencontrés. Par ailleurs, dans deux cas, il nous a été demandé de faire parvenir un courrier⁹² au directeur du magasin. Nous attendons toujours les réponses aujourd'hui.
- Des petits magasins (3) spécialisés dans les produits image, son, électroménager ont aussi été visités. Mais les clients y sont beaucoup moins nombreux, et cette tentative n'a été que très peu fructueuse.

Troisième difficulté : le contexte médiatique stigmatisant les « pirates ».

Les difficultés mentionnées plus haut le montrent bien : la peur règne. Dans les vidéoclubs, il nous a systématiquement été refusé de poser directement les questions aux clients, car ce n'était pas « une bonne pub » pour eux. La quasi-totalité des responsables a cependant accepté (et proposé d'eux-mêmes parfois) qu'un dépôt de questionnaires soit fait. Certains ont déclaré préférer donner les questionnaires à remplir à des clients qu'ils connaissent personnellement. Une grande partie des personnes interrogées en approche directe s'est montrée méfiante. Peut-être que certaines étaient surprises de voir une inconnue s'adresser à eux, mais nous ne sommes pas persuadé qu'un manque général de sociabilité ait à chaque fois entraîné cette méfiance. Cette enquête a parfois pris des allures de jeu d'espionnage. On peut avouer que dans le but d'extorquer les aveux des « pirates »..., ce que nous appellerons la « technique du caméléon » a été largement employée : essayer de deviner qui est l'interrogé, sympathiser, adapter notre langage à celui de l'interrogé, voire même adapter notre humeur à celle de l'interrogé (rester calme avec les calmes, être extraverti avec les extravertis, etc.). Ce fut une affaire particulièrement délicate à mener. Nous connaissions bien sûr les particularités du contexte général, mais ne pensions pas qu'une psychose s'était installée chez un bon nombre de personnes (d'autant plus que notre allure voulue prononcée d'« étudiante » ne donnait certainement pas l'impression que nous faisons partie d'une police secrète traquant les « pirates »).

⁹² Voir Annexe 5, page 123.

2.2.3 Analyse des résultats de l'enquête « Télécharger les films : une nouvelle façon de consommer les images ? »

a) Les grandes tendances

Les tendances générales qui se dégagent de l'enquête rejoignent bien sûr une partie des faits déjà établis par les enquêtes précédemment citées. Un panorama de la totalité des résultats sera quand même donné. Toutes les questions ne donnent pas lieu à des tableaux d'illustration.

L'équipement et l'accès aux canaux de diffusion

Les modes de lecture de supports sont diversifiés⁹³ : les lecteurs DVD sur ordinateur et de salon, le lecteur DivX, et aussi le magnétoscope, sont possédés respectivement par plus de 80% des personnes interrogées. La fonctionnalité d'enregistrement numérique est plutôt utilisée sur un appareil informatique (69% pour le graveur DVD et 48% pour le graveur CD contre 23% pour l'enregistreur DVD de salon).

Par ailleurs, les téléchargeurs sont très bien équipés : 29% d'entre eux possèdent simultanément 8 de ces appareils, 21% 7 appareils et 21% 6 appareils.

Le service le plus répandu est l'abonnement haut débit à Internet⁹⁴. 56% des téléchargeurs possèdent à la fois une connexion Internet et un abonnement à une chaîne payante (Canal+ ou satellite ou câble). 24% d'entre eux possèdent uniquement une connexion à Internet. Par ailleurs, trois personnes ont déclaré ne pas posséder d'accès à Internet à leur domicile. Il n'est pas à exclure que le téléchargement puisse par conséquent se faire sur leur lieu de travail, ou peut-être chez des amis.

Les écrans sur lesquels ont lieu le visionnage

⁹³ Voir tableau 1, Annexe 6, page 124.

⁹⁴ Voir tableau 2, Annexe 6, page 124.

Les écrans de télévision classiques sont les plus utilisés, suivis des home cinéma. Sur ces deux écrans, on regarde tous les formats de films. L'écran d'ordinateur à domicile se démarque : on y regarde surtout des longs-métrages de fiction et des séries télévisées.

Le type d'écran disponible ne détermine pas majoritairement le choix du film à regarder. Les quelques personnes qui choisissent le film en fonction de l'écran (16%) ont déclaré que « le cinéma est mieux adapté à certains films » (effets spéciaux, grand spectacle, épouvante, science-fiction), que « certaines comédies ne nécessitent pas d'être vues sur grand écran » et que « c'est mieux de regarder les films familiaux sur la TV du salon ».

Les genres préférés⁹⁵

Les genres préférés sont très variés (18 genres différents classés en 1^{ère}, 2^{ème} et 3^{ème} position). Les spectateurs de niche (les moins nombreux), aimant avant tout des genres spécifiques (par exemple « mangas/heroic fantasy/arts martiaux » ou « épouvante/fantastique/science-fiction »), s'intéressent aussi aux genres plus « commerciaux » ; le contraire n'est pas vrai.

Les genres les plus aimés à la télévision comme au cinéma, sont aussi ceux qui sont les plus achetés en DVD et les plus recherchés sur les réseaux P2P. Cependant, leur quantité baisse au profit des séries télévisées américaines, des « classiques du cinéma », des films d'auteur en VF et en VOST pour le cas de l'achat de DVD ; et au profit des séries télévisées françaises et américaines, et des classiques du cinéma pour le cas d'une recherche sur les réseaux P2P. Les films d'auteur et les classiques présents à l'achat comme au téléchargement, n'apparaissent cependant à aucun moment dans les 3 genres préférés en général à la télévision comme au cinéma.

Pour quelques unes des personnes ayant mentionné dans leurs 3 genres préférés les films habituellement « commerciaux » (films d'action, comédies, comédies sentimentales, films catastrophe, etc.), on trouve aussi parmi les 3 préférences de téléchargement des séries télévisées.

⁹⁵ Voir tableaux 3, 4 et 5, Annexe 6, pages 124-126.

L'achat et la location de DVD

Aucune des 51 personnes n'achète de films en VOD par Internet. Parmi elles, 13 n'achètent jamais de DVD (25%).

Parmi les personnes qui achètent régulièrement des DVD, la majorité en achète environ une fois par trimestre (55%). Les films les plus achetés sont ceux qui sont récemment sortis en salles (58%), suivis des classiques du cinéma (33%), puis des films étrangers jamais sortis en France (12%) et pas encore sortis en France (9%).

Les DVD sont achetés surtout en grande surface (41%), puis dans les grandes surfaces spécialisées (27%), les boutiques de DVD d'occasion (23%) et sur les sites de vente en ligne (21%). L'achat chez des détaillants spécialisés ne représente que 8% des cas.

La plus grande partie achète les films déjà vus auparavant (33%), et les films dont ils ont entendu parler autour d'eux (35%). Les bonus que contient le DVD arrivent en dernière position et ne déterminent l'achat que dans 8% des cas.⁹⁶

Au sujet de l'offre de DVD en magasins, la majeure partie (les personnes n'achetant pas de DVD ont aussi répondu à cette question) trouve tous les DVD recherchés, mais estime que les prix sont trop élevés (48%); par ailleurs, 39% se déclarent prêts à acheter davantage de DVD si leur prix baissait.

25% trouvent tous les DVD qu'ils souhaitent. Seuls 6% affirment qu'ils ne trouvent quasiment rien à cause de leurs goûts trop spécialisés. 34% n'achèteraient pas plus de DVD si l'offre proposée en magasin se diversifiait.

Au sujet de l'offre de DVD en location, 32% trouvent l'offre trop réduite par rapport à leurs goûts. 28% trouvent tous les films qu'ils cherchent. 23% ne trouvent pas les films anciens. 17% pensent qu'il vaut mieux louer que télécharger les films.

Le téléchargement en P2P et la consommation du film téléchargé.

⁹⁶ Voir tableau 6, Annexe 6, page 126.

La taille (en Mo) du fichier audiovisuel n'influence pas le choix du film téléchargé. La contrainte de la mémoire de l'ordinateur n'existe pas, on peut donc croire que les téléchargeurs sont correctement équipés pour leur pratique. Ou éventuellement qu'ils gravent les films sur un support, or, nous verrons plus loin que le DVD est pourtant considéré comme « important » si la volonté de conserver le film se manifeste. De plus, la majorité des personnes qui regardent des films « sur leur écran d'ordinateur », stockent les films sur leur poste informatique.

Les films téléchargés sont surtout de nationalité américaine (86%). Suivent les films français (59%). Les films japonais se démarquent en arrivant en troisième position (33%)⁹⁷.

Les films américains sont surtout téléchargés de 1 à 3 fois par mois. Les films français et les films d'une autre nationalité moins d'une fois par mois.

Les films téléchargés sont regardés plusieurs fois « de temps en temps » (71%) et à parts égales « jamais » et « souvent ». Ils sont conservés par la majorité des téléchargeurs (76%). Pour chaque personne, les genres conservés en priorité correspondent aux genres les plus achetés en DVD⁹⁸. On note aussi la présence des classiques du cinéma, des films d'auteur (non présents dans les genres préférés en général à la télévision comme au cinéma).

La majorité cherche des films précis sur les réseaux P2P (76%). 26% déclarent trouver parfois des films « rares » sur les réseaux P2P⁹⁹.

Comparaison du film acheté en DVD et du film téléchargé.¹⁰⁰

Le support DVD original reste très apprécié par près de la moitié des téléchargeurs pour sa qualité d'image (41%). L'original n'est pas négligé : il est considéré comme « important » si l'on souhaite conserver le film ou si l'on est collectionneur (41%). Les possibilités permises par le support DVD (VO et VOST, menus interactifs) sont appréciées par un quart des téléchargeurs.

⁹⁷ Voir tableau 7, Annexe 6, page 127.

⁹⁸ Voir tableau 4, Annexe 6, page 125.

⁹⁹ Voir tableau 8a et 8b, Annexe 6, page 127.

¹⁰⁰ Voir tableau 9, Annexe 6, page 128.

C'est la gratuité avant tout qui est la plus appréciée dans le téléchargement en P2P. Elle donne la possibilité de voir plus de films (35%), de ne rien regretter si le film ne plaît pas (31%), de tester le film pour être sûr de faire un bon investissement si un achat est envisagé (22%).

L'alternative à une éventuelle fermeture des réseaux P2P

Pour la majorité, la fermeture des réseaux P2P n'entraînerait pas l'augmentation de la consommation sur les circuits de diffusion classique. 57% des téléchargeurs déclarent qu'ils continueraient à télécharger des films gratuitement par un autre moyen.¹⁰¹

Opinion et avis divers.¹⁰²

Pour la quasi unanimité des personnes interrogées (94%), aller au cinéma a toujours un intérêt aujourd'hui. La consommation d'œuvres audiovisuelles par Internet constitue une véritable révolution dans la manière de consommer pour 81% des personnes. Ils estiment que leur pratique a augmenté leur culture de cinéphile. La majorité trouve le terme de « pirate » adapté à la pratique.

Le principal avantage¹⁰³ mentionné par les utilisateurs est la gratuité. Ce qui ne correspond pas aux motifs invoqués par Yann Nicolas, la gratuité y arrivant en 6^{ème} et avant dernière position. Mais notre panel était restreint, contrairement à celui de Nicolas, et nous pensons qu'il est probable que le questionnaire, lorsqu'il a été laissé en « dépôt » dans les lieux et récupéré ensuite, a pu être rempli plutôt par de jeunes personnes. L'enquête retracée par Nicolas mentionne que les 15-24 ans sont plus nombreux que la moyenne à avoir invoqué ce motif. Ce fait expliquerait le décalage. Le deuxième avantage est celui du choix, et celui de la « culture pour tous » arrive en troisième position. Certains parlent à ce sujet de « prendre des risques pour une culture plus accessible », de « découverte » ou de « culture approfondie ».

¹⁰¹ Voir tableau 10, Annexe 6, page 128.

¹⁰² Voir tableau 11, Annexe 6, page 129.

¹⁰³ Les questions concernant les avantages et inconvénients, tant pour les utilisateurs eux-mêmes que pour les auteurs, appelaient une réponse libre, aucune proposition n'était donnée.

L'inconvénient le plus mentionné est l'illégalité, suivi de celui de la mauvaise qualité des fichiers.

Pour ce qui est des auteurs, le P2P permet d'abord une « plus grande diffusion » et la « possibilité de se faire connaître », puis « une reconnaissance de l'auteur qui peut inciter à aller au cinéma voir son prochain film ou à acheter un DVD ». L'inconvénient le plus avancé est celui de la « perte d'argent ».

b) Des comportements différents selon les goûts ?

Nous avons donc tenté de voir s'il existait des consommations différentes selon le type de comportement. Nous avons tenu compte pour cela uniquement des goûts cinématographiques. C'est le seul critère distinctif qui soit réellement apparu de manière significative. En effet, le suréquipement ne nous a pas semblé être un bon critère, étant donné que les téléchargeurs sont équipés de très nombreux appareils, et qu'il aurait été nécessaire, pour les considérer comme suréquipés, de les comparer à un plus large panel, voire aussi à des personnes qui ne téléchargent pas. Nous avons aussi examiné l'hypothèse de l'existence de téléchargeurs dont le domicile serait trop éloigné d'une salle de cinéma, ou au contraire proche d'un vidéoclub. Mais notre panel était restreint par rapport aux multiples possibilités qui peuvent exister, et cet élément n'est pas apparu ici comme significatif.

Ce sont donc les trois premiers genres préférés mentionnés à la première question qui ont été pris en compte. Ont ainsi été distingués 11 interrogés, soit exactement 21, 57% de l'ensemble des 51 personnes, qui manifestent un goût prononcé pour un genre particuliers, ou plusieurs que l'on peut classer dans la même catégorie. On retrouve parmi ces genres les séries télévisées, le trio horreur, épouvante et fantastique, les mangas, films d'arts martiaux et dessins animés, et une personne qui place le documentaire télévisé en deuxième position.

Ces personnes qui ont des goûts spécifiques s'intéressent aussi aux films d'action, aux comédies, aux comédies sentimentales, aux films d'aventure (qui apparaissent dans leurs dix premiers choix). Une personne aussi, qui a placé les séries télévisées au premier rang, indique les films d'auteur en VOST en 3^{ème} position.

Pour 7 personnes, les films téléchargés sont regardés à nouveau de temps en temps et souvent par deux personnes.

Ceux qui aiment regarder des séries, le font sur l'écran de l'ordinateur.

Quand il y a achat, les DVD sont plutôt d'occasion.

Pour ce qui est du reste des résultats, aucun autre trait dominant ne se dégage parmi ces 11 personnes.

c) Une mort annoncée du cinéma ?

Le cinéma, en tant qu'art, et à cause de sa spécificité qui en fait une représentation crédible du réel, ne mourra pas, c'est une évidence. C'est d'une mort économique que certains ont peur. Les industries cinématographiques ont annoncé une baisse de la fréquentation des salles, ce qui ne se vérifie pas. L'importance accordée au cinéma en salle, par la quasi-totalité des personnes ici interrogées – qui sont en plus des téléchargeurs... – ne montre aucune baisse d'intérêt dans cette pratique d'aller au cinéma.

Le danger d'une mort « économique » des auteurs non rémunérés à cause du téléchargement gratuit serait-elle possible ? Si l'inconscience des téléchargeurs était totale, à la limite, oui. Mais c'est loin d'être le cas : les usagers du P2P ont conscience de ce problème, il affirment systématiquement, sans qu'une suggestion de réponse ne leur soit faite, que l'inconvénient pour les auteurs est « une perte du droit d'auteur », « de rémunération ». Ils savent cependant aussi que le marché se porte bien et que les auteurs ont financièrement de quoi vivre. Par ailleurs, certains affirment aussi que l'avantage du P2P, pour les auteurs, est de « se faire connaître pour les plus petits » d'entre eux. Si ces « petits » auteurs deviennent connus, ce sera là une source potentielle de revenus supplémentaires puisque l'on a vu que le téléchargement entraîne aussi chez certains l'envie d'une plus grande cinéphilie, et pourquoi pas d'une plus grande consommation, si les prix venaient à baisser réellement, ou que l'échange qu'ils pratiquent devenait légal (par exemple par l'instauration d'un système de licence globale).

La mort économique du support DVD alors ? C'est la conséquence qui semble la plus probable. Cependant, dans l'enquête réalisée, il apparaît que le DVD est apprécié, pour sa qualité d'image, et aussi pour les bonus qu'il propose. Il est aussi un objet « important » quand on veut garder les films. Mais l'achat de DVD reste un investissement considéré trop lourd pour la plupart des téléchargeurs.

CHAPITRE 3
LE *PEER-TO-PEER* DANS LA CONSOMMATION DES FILMS PAR
INTERNET :
VERS UNE NOUVELLE LOGIQUE COMPORTEMENTALE ?

Avant-propos

Nous tenons avant tout à éclaircir les propos qui seront développés dans ce sous-chapitre. Une réflexion plus théorique sur l'échange ici en œuvre s'impose. Il est impossible de faire l'impasse sur certains faits, qui font autorité, mis à jour par les chercheurs en sciences humaines et sociales; il est aussi impossible de mentionner dans ce texte toutes les conceptualisations de points qui trouvent leur pertinence dans les problématiques relatives aux systèmes d'échanges. Etant donné qu'il est également impossible de ne pas tenir compte des avancées de la connaissance dans ce domaine, et même, qu'on aurait tort de ne pas s'en servir ou d'« oublier » par facilité ce qui a été démontré à juste titre, il nous faut donc choisir un point de départ. Notre choix se porte sur les théories – principalement sociologiques – sur le don. Pourquoi ? Parce que nous considérons que les modalités de pratique du don et du contre-don, les fonctions que ceux-ci acquièrent, semblent s'approcher en certains points de la pratique d'échange de films en P2P, et constituer une bonne piste de réflexion. Le texte central de référence sera l'« Essai sur le don »¹⁰⁴ de Marcel Mauss, qui, malgré l'apparent éloignement de son objet d'étude – les sociétés dites archaïques d'Océanie et amérindiennes – donne certaines conclusions qui nous semblent constituer un cadre adéquat pour réfléchir sur ce que n'est pas et sur ce pourrait être l'échange de films en P2P. Les recherches effectuées par Mauss, au sein des sociétés archaïques de Polynésie, de Mélanésie et du nord-ouest américain, lui ont permis de dégager certains grands thèmes récurrents relatifs à la pratique du don, et l'ont amené à affirmer qu'il croyait « avoir ici trouvé un des rocs humains sur lesquels sont bâties nos sociétés [ED 148] ». Ce travail a contribué, pour les sciences humaines et sociales, à penser l'échange dans une optique différente de l'approche économique, et à étudier cette notion en accordant une place centrale à la pratique de prestation et contre-prestation.

La méthode de travail sera la suivante : tout en rappelant les principales conclusions des recherches de Marcel Mauss, ainsi que celles d'autres chercheurs en sciences sociales qui sont ses héritiers, nous nous appliquerons à comparer les différentes formes de dons qui ont été mises en évidence et les échanges dont ils sont les objets, aux échanges

¹⁰⁴ Marcel Mauss, « Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques » (1924), dans *Sociologie et anthropologie* (Paris : PUF, 1966), pages 142-289. Ab ED.

existant aujourd'hui grâce à la technologie P2P. Nous espérons ainsi pouvoir trouver des qualificatifs pertinents et clairs pour définir cette pratique contemporaine, le type de « don » à l'œuvre si don il y a, les modalités des interactions qui ont lieu, la nature que prend l'objet échangé dans ce cas précis et le statut qui lui est accordé.

3.1 L'espace d'existence de l'échange

3.1.1 Quel positionnement par rapport à la sphère marchande ?

Les réflexions sur l'échange non marchand – c'est-à-dire sur l'échange réalisé en dehors des marchés économiques tels qu'ils existent depuis l'entrée de la société occidentale dans l'époque moderne¹⁰⁵ – ont d'abord été abordées par les ethnologues et anthropologues sociaux par le biais de l'observation des différentes formes de don à l'œuvre dans les sociétés dites archaïques. A cet égard, Franz Boas, Bronislaw Malinowski et surtout Marcel Mauss, avec son « Essai sur le don », font figure de pionniers.

Mauss a montré que la recherche d'intérêt n'est jamais absente de la pratique du don, qu'elle en est même, dans une certaine mesure, le centre de gravité. Mais l'intérêt premier n'est pas dans cet échange-donation d'ordre purement matériel : il ne vise pas exclusivement à la possession de l'objet, et la contrepartie directe du don n'est pas économique. Après avoir observé les habitants des îles Trobriand (Mélanésie), Malinowski¹⁰⁶ décrit un type d'échange particulier à cette population : le *kula*. S'appuyant sur ses travaux, Mauss distingue deux types de « commerces » chez les sociétés archaïques : le « commerce noble » et le « commerce des marchandises utiles ».

Le commerce *kula* est d'ordre noble. [...] On le distingue soigneusement du simple échange économique de marchandises utiles qui porte le nom de *gimwali* [...] qui se distingue par un marchandage très tenace des deux parties, procédé indigne du *kula*. On dit d'un individu qui ne conduit pas le *kula* avec la grandeur d'âme nécessaire, qu'il le "conduit comme un *gimwali*". [ED 176-177]

¹⁰⁵ A ce sujet voir Raymond Boudon et François Bourricaud, « Modernisation », « Division du travail », *Dictionnaire critique de la sociologie* (Paris : PUF, 2004), pages 396-404, pages 187-193.

¹⁰⁶ Bronislaw Malinowski, *Les Argonautes du Pacifique occidental* (Paris : Gallimard, 1963).

Le « commerce noble » est celui qui inclut les échanges-donations. Sa différence avec le second est qu'il n'a pas une valeur exclusivement fonctionnelle. C'est dans ce type de commerce qu'entrent les échanges d'objets qui ont un « esprit ». Ces objets sont par ailleurs produits spécifiquement en vue de ces échanges qualifiés de « nobles », et on ne les trouve pas sur le circuit de « commerce des marchandises utiles ».

Dans les usages du P2P, même si les objets échangés sont présents aussi sur les circuits marchands économiques classiques¹⁰⁷, ils ne s'inscrivent pas dans le cadre du marché : les intermédiaires (les simples « vendeurs ») sont absents¹⁰⁸, et à aucun moment de l'échange interpersonnel n'apparaît noir sur blanc la valeur matérielle (le « prix ») des objets. Par ailleurs, sur le marché classique, l'échange est souvent immédiat : on donne de l'argent, et on devient propriétaire, à l'instant même, d'un objet. On ne peut pas dire non plus qu'ils aient lieu complètement en dehors des échanges marchands. Ils y sont rattachés pour plusieurs raisons. Tout d'abord, les films qui se trouvent à circuler sur les réseaux P2P sont bien produits à l'origine pour leur diffusion marchande, et il n'existe pas de films qui soient faits spécifiquement pour être diffusés par un échange entre particuliers, qui plus est gratuitement. Au contraire, l'objet échangé dans le « don moderne » du sang, a par contre la particularité de ne pas être produit spécifiquement pour un échange marchand.

Ensuite, l'existence du terme « industrie du cinéma » n'est pas une fantaisie mais rend compte de manière très pragmatique d'une réalité : un des aspects du film

¹⁰⁷ Rappelons que ces circuits qu'on dira classiques, ne sont pas les mêmes aujourd'hui que ceux qui ont leur pendant chez les sociétés archaïques : la division du travail a entraîné au sein des sociétés modernes une spécification accrue des tâches, séparant les producteurs des utilisateurs des produits, et créant entre eux des intermédiaires ; alors que dans les sociétés archaïques, les producteurs et les utilisateurs des produits sont les mêmes personnes (même si des spécifications existent aussi dans une moindre mesure).

¹⁰⁸ Les « vendeurs » sont en fait présents à l'origine, mais de manière tellement éparse et éloignée du cœur de l'échange qu'il nous paraît ici difficile de tenir compte pleinement de leur présence pour décrire le fait de société qu'est l'usage massivement répandu des réseaux P2P pour accéder aux contenus culturels. Pour que le film soit disponible sur les réseaux, il faut d'abord qu'un individu l'acquiert par les circuits de distribution classiques, c'est-à-dire payants : soit en payant la place de cinéma pour *scréener* le film une fois dans la salle, soit en achetant le DVD pour faire ensuite sauter le verrou et compresser les données au format Divx. Le nombre de personnes qui mettent ainsi les films à disposition semble minime, proportionnellement à celles qui téléchargent des films directement au format Divx, pour les mettre ensuite à disposition en *upload*. Ce rattachement aux échanges marchands est vrai pour le cas – majoritaire – des films recherchés « en exclusivité » sur les réseaux, qui ne sont pas encore passés ou qui ne passeront pas, dans chaque pays, par tous les chaînons du circuit de distribution classique (salle, DVD, chaînes TV payantes, chaînes TV gratuites). Pour le cas où l'original du film mis sur le réseau a été obtenu à partir d'une diffusion sur la télévision gratuite, on peut par contre dire de manière plus affirmée que les vendeurs sont absents.

aujourd'hui est bien d'être une marchandise, et il est traité comme tel. Il est improbable de penser que le marketing dont il fait l'objet est invisible aux yeux de l'utilisateur des réseaux P2P¹⁰⁹. Même lorsque l'utilisateur manifeste une forte volonté d'autonomie par rapport à l'offre massive de films proposée par les industries, la simple curiosité le pousse à inclure dans ses plans de visionnage le dernier chef d'œuvre hollywoodien vanté à la fois par la télévision, la radio, les magazines, l'entourage... etc., afin de se faire son propre avis sur la question. Comme on l'a vu plus tôt¹¹⁰, le spectateur « de niche » télécharge, et visionne aussi les blockbusters. On introduira donc une nuance en disant que l'échange de films en P2P a lieu parallèlement aux échanges marchands qui ont cours pour les mêmes objets, et non pas complètement en dehors du marché. Pour reprendre une distinction courante, on dira aussi que l'échange en P2P a lieu dans la sphère privée, mais dépend indirectement de la sphère marchande. Il dépend aussi dans une certaine mesure de la sphère de l'Etat, compte tenu du fait que les discours officiels tentent de réguler idéologiquement l'échange – en insistant sur son caractère illégal. Ces discours forts contribuent à modifier l'espace physique du réseau, certains téléchargeurs choisissant de désertir le P2P pour des réseaux d'échange plus sûrs ; et aussi l'espace social du réseau, les groupes sociaux différents n'attribuant pas le même importance aux discours institutionnels.

3.1.2 Quelle fonction au sein des relations interpersonnelles ?

Avant d'exister à proprement parler entre des individus, les échanges-donations, au sein des sociétés archaïques, ont lieu entre des groupes d'individus : entre des familles, des tribus, des clans, des populations vivant sur des îles différentes. Ces dons et contre-dons archaïques régissent pleinement les rapports sociaux, conférant à ceux qui y prennent part une position sociale¹¹¹, en fonction des croyances des populations et de la valeur¹¹² attribuée à l'objet reçu, donné, ou rendu.

¹⁰⁹ Supposons une situation extrême : même si l'utilisateur vit seul sur une île déserte, il est quand même relié à Internet du fait de sa pratique, et il est difficile de croire qu'il puisse échapper à l'atmosphère publicitaire ambiante dont les films produits en masse sont l'objet... Ne serait-ce que sur les réseaux P2P eux-mêmes, les nouveautés du box office sont plus immédiatement visibles que les films anciens ou rares, car ce sont les plus téléchargés, autant par les véritables cinéphiles que par les cinéphages.

¹¹⁰ Voir « Les genres préférés », page 71.

¹¹¹ On retrouve ici le principe du *potlatch* qui a été tout d'abord observé par Franz Boas chez les Indiens Kwakiutl du nord-ouest américain. Nous traduirons simplement ce terme rendant compte d'une pratique

Si un pouvoir mystique ou magique – symbolique en tous cas – qui joue un rôle dans l'organisation sociale, est attribué aux échanges et aux objets dans les sociétés archaïques animistes ou totémiques, il n'est plus possible aujourd'hui de considérer les mêmes faits dans la vie de la société moderne. S'il pourrait cependant être possible qu'un type d'échange non marchand permette l'acquisition d'un statut social, même en l'absence de croyances de confession animiste ou totémique, nous ne pensons pas que cela soit le cas pour l'échange de films en P2P. Mauss mentionne « un des traits, profond mais isolé » de l'échange de cadeaux dans les sociétés archaïques :

[...] le caractère volontaire, pour ainsi dire, apparemment libre et gratuit, et cependant contraint et intéressé de ces prestations. Elles ont revêtu presque toujours la forme du présent, du cadeau offert généreusement même quand, dans ce geste qui accompagne la transaction, il n'y a que fiction, formalisme et mensonge social, et quand il y a, au fond, obligation et intérêt économique. [ED 147]

L'« intérêt » fondamental réside ici dans la création d'alliances (entre les familles, entre les tribus, entre les clans, etc.), dans le tissage de relations sociales qui sont en quelque sorte des contrats d'amitié signés entre les différentes parties. Ces pactes conclus par l'acceptation d'un cadeau et par son rendu ultérieur, permettent de trouver des partenaires pour des activités périphériques – mais en fait essentielles à la vie sociale – comme par exemple le « commerce de marchandises utiles » ou les unions par le mariage. L'« obligation » de faire et de rendre des cadeaux découle en fait de l'organisation propre à ces sociétés, dont la vie s'organise de manière fortement collective ; d'où cette obligation sociale de trouver des partenaires.

complexe par « lutte pour la richesse ». Cette lutte, qui a lieu par l'intermédiaire d'échanges de biens hautement symboliques, peut, dans des cas extrêmes, pousser les participants à rivaliser avec violence jusqu'à la mort et la dépossession de tous les biens leur appartenant. Mauss voit dans les échanges-donations des sociétés qu'il a lui-même étudiées une lutte pour la richesse semblable au *potlatch*, qui se distingue cependant de sa forme extrême par une émulation plus modérée, les participants rivalisant de cadeaux, de manière plus pacifique.

Voir Marcel Mauss, *op. cit.*, page 153.

¹¹² Dans l'« Essai sur le don » de Mauss, deux aspects illustrent cette valeur – ce pouvoir – attribuée à l'objet. Principalement dans les sociétés polynésiennes, l'objet échangé confère à son possesseur un *mana*, c'est-à-dire une autorité, un honneur, un prestige (p155), qui constituent la « richesse » recherchée. Cette richesse sera par ailleurs arrachée à celui qui ne respecte pas la règle de l'échange, à savoir « rendre » le même bien à autrui. Chez les Maori, à Samoa et en Nouvelle-Zélande, l'objet échangé possède un *hau*, un pouvoir spirituel, que Mauss appelle « l'esprit de la chose donnée » (pp157-161). Cet esprit peut à nouveau agir sur le donataire (en faisant « venir du mal, sérieusement, même la mort », p159) s'il rompt lui aussi le cycle « donner, recevoir, rendre ».

Cet intéressement dans la création d'alliances, de liens entre les personnes, nous semble être un trait fondamental qui pourrait éclairer la pratique du don « désintéressé » de manière intemporelle, tant chez les archaïques que chez les modernes. Tout en gardant en tête l'intuition de Mauss, selon laquelle les pratiques de don et contre-don qu'il a décrites constitueraient une partie des fondations sur lesquelles seraient bâties nos sociétés, on peut se demander dans quelle mesure les prestations et contre-prestations non-marchandes modernes influent sur la naissance, la rupture, la subsistance ou le renforcement des relations interpersonnelles dans la société d'aujourd'hui, qui est structurée de manière plus individualisée que collective.

En s'appuyant sur les théories du don, certains héritiers de Mauss ont défini un « don moderne ». C'est le cas notamment de Jacques T. Godbout. A ce sujet, il fait la distinction entre « socialité primaire » et « socialité secondaire », tout en mettant en avant la notion de « personne » :

[...] le don constitue le mode de relation par excellence entre les personnes en tant qu'elles se considèrent et s'instituent comme des personnes. Il est ce qui transforme les êtres et les individus en personnes. Corollaire : le don institue le registre de la "socialité primaire" dont il forme la trame même. Nous introduisons ici deux notions nouvelles, "personne", "socialité primaire", d'ailleurs étroitement indépendantes.¹¹³

Plus loin, il donne une définition de ces deux types de socialités :

La socialité primaire représente le lieu réel, symbolique ou imaginaire dans lequel les personnes entrent en interaction directe. Ou encore elle est le lieu de l'interconnaissance directe et concrète, que celle-ci soit effective (relations face à face) ou simplement virtuelle.

[...]

Empiriquement, les domaines principaux de la socialité primaire sont ceux de la parenté, de l'alliance, du voisinage, de l'association, de l'amitié, de la camaraderie.

¹¹³ Jacques T Godbout, « Reproduction, don, personne et socialité primaire », dans *L'Esprit du don* (Paris/Montréal : La Découverte/Éditions du Boréal, 1992), page 196.

Ressortissent par contre au registre de la socialité secondaire les domaines du théologico-politique, de la guerre et de l'échange marchand.¹¹⁴

On peut ainsi dire que les dons rituels archaïques relèvent d'une socialité mixte (à la fois primaire et secondaire) où il y a une interdépendance entre les relations interpersonnelles et les fonctions attribuées aux membres de la société. Selon Godbout, le « don aux étrangers »¹¹⁵, autrement dit les pratiques de don telles qu'elles ont le plus souvent lieu dans nos sociétés modernes, relève également des deux types de socialités à la fois, même si le lien entre les deux est beaucoup plus lâche et différent.

Qu'en est-il pour la pratique d'échange en P2P ?

Dans le cas de ce que l'on appellera le « phénomène P2P »¹¹⁶, l'espace d'échange entre les individus n'est ni unique, ni homogène. On peut distinguer deux espaces physiques : le réseau Internet où les films circulent par les câbles, sont envoyés et réceptionnés par les machines ; ainsi que la vie quotidienne où les échanges de films (téléchargés puis gravés sur un support vierge) peuvent potentiellement se faire de main à main.

L'échange de films en P2P – indistinctement sur le réseau et dans la vie quotidienne – relève avant tout d'une sociabilité primaire.

¹¹⁴ *Ibid.*, page 197.

¹¹⁵ Pour Godbout, une des caractéristiques du don moderne est d'être un don fait aux étrangers. Dans *L'Esprit du don*, il relate notamment les pratiques de don des *Alcooliques Anonymes*, celle des donateurs de sang et d'organes, et celle de l'artiste. Notons cependant que pour ce dernier type de don, l'« artiste » dont il est question est défini selon « le "type idéal" (au sens de Max Weber) ». Ainsi, l'artiste « se consacre entièrement au produit, sans égard à la clientèle. [...] Un "vrai" artiste ne répond pas à une commande de clients et on voit mal un artiste engager une firme de marketing pour déterminer ce qu'il va produire ». Le chapitre dans lequel se situent ces réflexions est intitulé « Le marché de l'art » (pp119-127). Il semble que Godbout fasse référence principalement au marché des arts plastiques et picturaux, qui apparaissent *a priori* indépendants de toute machinerie de production. Appuyer une réflexion sociologique sur une figure du « vrai » artiste nous semble particulièrement réducteur. Par ailleurs, ce modèle ne peut pas s'appliquer à l'industrie cinématographique. Le marketing semble bien être un critère qui détermine certaines productions cinématographiques, notamment à Hollywood. N'oublions pas que le cinéma est à la fois art et industrie.

¹¹⁶ Utiliser le terme d'« échange en P2P » réduit la pratique aux échanges qui ont lieu grâce aux logiciels et réseaux du même nom. Or, l'activité à laquelle se livrent les utilisateurs devant leur poste informatique entraîne d'autres, et cet ensemble de pratiques entraîne aussi des réactions (les plaintes des industries culturelles, la question d'une réadaptation du droit d'auteur, le projet de distribution en ligne des films, etc.). Il apparaît par conséquent plus logique, si l'on parle d'un point de vue sociologique, de parler d'un « phénomène P2P ».

D'une part, il participe de la création d'interactions directes entre les personnes connectées au réseau. Si l'on considère les domaines principaux de la sociabilité primaire, tels que mentionnés par Godbout, on distinguera plusieurs degrés dans les relations existantes. Considérons que « la parenté » et « l'alliance » entraînent des liens forts et intimes, « l'amitié » et « la camaraderie » des liens solides, « l'association » et « le voisinage » des liens plus lâches. Les liens qui existent entre les utilisateurs des réseaux P2P sont partagés entre des liens solides et des liens plus lâches. Les premiers sont ceux qui lient les habitués d'espaces virtuels privés. Les seconds sont ceux qui existent entre les usagers d'un réseau P2P classique, où les utilisateurs constituent presque une masse anonyme. Ils sont liés par le même intérêt (dont les motivations diffèrent néanmoins) : trouver des films, et coopèrent ensemble à l'amélioration des conditions de leur activité en fixant eux-mêmes des indicateurs de qualité et de sécurité.

Il est possible que certains rétorquent quant à cette idée de l'existence d'une sociabilité primaire dans un espace virtuel tel qu'Internet. Pourtant, les réseaux P2P apparaissent bien comme un lieu d'interaction, et pas uniquement comme un lieu de dépôt des films où chacun pourrait venir se servir à sa guise. La « personne », mise en avant par Godbout y est également présente. Le réseau abrite des objets éminemment personnels puisqu'ils font appel, pour leur appréciation, à la subjectivité des individus. Il en découle d'ailleurs que les films les plus appréciés sont aussi les plus disponibles, leurs copies étant stockées sur de nombreux postes informatiques, qui deviennent autant de sources potentielles. Le réseau est même dans une certaine mesure « personnalisé » – par opposition à une individualisation. Les pseudonymes des personnes connectées apparaissent lors de la recherche de fichiers, et (sur Kazaa par exemple) les utilisateurs avaient la possibilité d'envoyer des messages aux autres utilisateurs. Si la « perle rare » est trouvée chez un utilisateur, le nom de ce dernier peut par la suite devenir un critère de sélection. Il est vrai que tous les usagers ne recherchent pas le film introuvable, certains prennent sur le réseau ce qu'ils trouvent, ce qu'on leur donne. Mais si l'approche consumériste est peut-être la plus répandue, il est à souligner qu'elle peut être aussi augmentée voire remplacée par un tri et une sélection des films et des « personnes », qui va permettre non plus d'être mené là où la dynamique du réseau nous pousse, mais d'aller là où l'on veut, et vers qui l'on veut.

Ce comportement interactif n'est cependant pas réel pour l'ensemble des personnes connectées. Comme dans la vie hors du réseau, certaines personnes seront plus impliquées que d'autres, et plus ou moins actives ou passives. Mais ce type de réseau permet, à qui en a le désir, d'être acteur et de participer avec les autres personnes à faire vivre le système d'échange. Cette démarche participative caractérise particulièrement bien la pratique de l'échange de films, dans le sens où les utilisateurs, ne trouvant pas l'offre souhaitée (tant au niveau du prix que de la diversité) sur les circuits marchands classiques, décident de se tourner vers le P2P.

La sociabilité primaire dans laquelle s'inscrivent les échanges de la vie réelle semble par contre sensiblement différente. Tout d'abord, il s'agit dans ce cas d'un échange de main à main, le film téléchargé étant fixé sur un support. Mais ce n'est pas là que réside réellement la différence. Vouloir échanger des films matériellement ne semble pas créer des liens auparavant inexistantes entre les personnes. L'échange a lieu alors que des « liens forts et intimes » ou des « liens solides » existent déjà : famille proche ou éloignée, amis, camarades de classe, collègues de travail. Par contre, les discussions autour des films et le partage de goûts communs peuvent contribuer dans ce cas à renforcer un lien « amical ». Mais ceci existe depuis longtemps déjà : la sociabilité amenée par des pratiques culturelles communes n'est pas née en 1999 avec Napste. Ce n'est pas la matérialité du support ou son immatérialité qui amènent une sociabilité, mais l'objet de l'échange en tant que pratique culturelle : le cinéma. Les modalités de cette pratique culturelle s'étendent aujourd'hui : après la salle de cinéma, la télévision, les cassettes VHS et les DVD, l'échange immatériel trouve sa place dans le processus de diversification des pratiques. Aujourd'hui, si un échange équivalent a lieu entre deux personnes qui ont accès aux réseaux P2P, c'est uniquement pour rentabiliser au mieux les efforts fournis pour se procurer le film : le téléchargement d'un film reste encore long. Mais nous savons que les progrès technologiques s'enchaînent à vive allure. Le temps de téléchargement se compte déjà en minutes (et non plus heures) selon le type de système d'échange utilisé. Il serait intéressant de voir si des échanges matériels auront toujours lieu quand le temps record de téléchargement se sera amélioré et répandu, et que le prix de vente des disques durs portables aura baissé.

Enfin, il existe aussi des échanges de main à main non équivalents, où un film gravé est donné et un simple « merci » rendu. C'est le cas si l'une des personnes n'a pas accès aux réseaux P2P. Dans ce cas c'est plus qu'un objet qui est donné : ce sont aussi des compétences techniques et du temps. Au remerciement s'ajoute aussi une reconnaissance sociale, l'accès et les connaissances liées aux nouvelles technologies étant pour beaucoup le symbole de la modernité, et une grande partie des « modernes » aspirant sans doute à plus de modernité encore.

3. 2 Les modalités de l'échange

3.2.1 Y a-t-il une obligation de « donner, recevoir, rendre » ?

Mauss décrit une prestation totalisant trois moments : donner, recevoir, rendre. Même si ces actes ne sont volontaires qu'en théorie (« et en réalité obligatoires »), il y a quand même un échange, dans le sens où il y a chez les individus ou chez les groupes une dynamique qui les poussent à interagir. Pour employer les termes de Mauss, « l'atmosphère du don » est toujours celle de « l'obligation et de la liberté mêlées ». Revenons sur le *kula* décrit par Malinowski.

L'objet essentiel de ces échanges-donations sont les *vaygu'a*, sorte de monnaie. [...] D'après Malinowski, ces *vaygu'a* sont animés d'une sorte de mouvement circulaire : les *mwali*, les bracelets, se transmettent régulièrement d'Ouest en Est, et les *soulava* voyagent toujours d'Est en Ouest. [ED 175-179]

Suite à ces observations, Malinowski détermine l'existence d'un « sens déterminé » des échanges [ED 180]. Les échanges ne cessent jamais et les mêmes *vaygu'a* circulent indéfiniment au sein de la population des îles Trobriand et alentours. Cependant, la « propriété [de l'objet donné] d'un certain genre » n' « est donnée qu'à condition d'en faire usage pour un autre, ou de la transmettre à un tiers » [ED 180]. Ce sens géographique de circulation fait écho à la suite chronologique continuellement renouvelée des trois moments du don.

Ces remarques de Mauss et de Malinowski apparentent le système de don archaïque à un cercle, où plutôt à une ronde qui est ébranlée si l'un des éléments qui la constituent

n'est pas respecté. Le processus obligatoire en trois temps du don circulaire est fortement responsable de la réussite de l'échange, et de l'alliance.

D'où vient cette obligation, à la fois de donner, de recevoir et de rendre ? Nous l'avons déjà dit, les croyances des sociétés pratiquant précisément ce type de don jouent un rôle primordial et incontournable dans l'attribution de rôles sociaux. C'est le pouvoir¹¹⁷ attribué à l'objet échangé qui contraint à respecter la tradition de l'échange, en exerçant une autorité sur les personnes. Au sujet du don moderne, certaines « autorités » peuvent aussi introduire l'obligation de donner, recevoir, rendre. C'est le cas par exemple de la morale chrétienne, qui demande de donner aux autres, de faire pour les autres, de rendre ce qui est dû. La philanthropie, la charité, le don humanitaire, sont trois types de don moderne qui relèvent d'une éthique morale. Mais l'échange de films en P2P n'entre pas dans ce cadre.

L'obligation de donner

D'une manière très générale, sur quoi pourrait se fonder l'obligation de donner un film (ou même tout autre objet artistique) ? Il ne semble pas exister ici d'obligation externe, intériorisée par son appartenance à une tradition culturelle anthropologique, comme c'est le cas dans les sociétés archaïques. A moins qu'il n'existe une sorte de religion humaniste de l'art, qui rendrait les individus responsables de l'accessibilité de l'art, et les obligerait à donner les biens culturels qu'ils possèdent. Mais la volonté prononcée de donner de l'art à tous, de manière désintéressée – juste pour l'art dirons-nous... – ne peut pas être attribuée à la majorité. Si certains artistes font don de leur art, de leur travail, ce n'est pas le cas pour chacun d'eux, notamment dans les disciplines artistiques qui sont aussi des industries. Quant au public qui ne produit pas d'œuvres artistiques, l'existence d'une croyance qui le pousserait à faire don des œuvres qu'il a acquises – la plupart du temps moyennant finances – est peu probable, encore une fois pour les produits des industries culturelles. Mais cette question d'une religion de l'art est plus du ressort de la philosophie, et ce n'est pas ici notre propos.

¹¹⁷ Le pouvoir ou le « hau » chez les Maori, considéré par Mauss comme « l'esprit de la chose donnée » [ED 158-161] ; et le pouvoir qui confère dans les îles Samoa le « mana », l'honneur et le prestige [ED 155].

Soulignons par ailleurs les propos de Godbout, qui affirme que le don fait peur aux modernes, qui le considèrent comme devant être obligatoirement désintéressé et totalement gratuit¹¹⁸. Cette fausse conception aseptisée du don amène ceux qui le pratiquent à nier précisément que c'est de « don » qu'il s'agit : ils estiment toujours bénéficier de quelque chose en retour.

L'obligation de recevoir

Le moment de la réception du film constitue en fait le premier acte, quand on décide de se connecter aux réseaux P2P. C'est une des différences fondamentales avec le don archaïque : le premier acte est de « prendre » quelque chose que l'on cherche. Par ailleurs, étant donné qu'il n'y a pas de réelle obligation de « donner », personne n'est amené à « recevoir ». C'est d'autant plus vrai que sur Internet, la défection est un comportement acceptable : si l'individu n'est pas satisfait, il peut partir tout simplement, et il n'a aucune explication à donner à qui que ce soit.

L'obligation de rendre

L'obligation de rendre le même type d'objet n'apparaît pas dans la pratique d'échange en P2P (sauf dans les fonctionnalités de certains logiciels). Si rendu il y a, il sera plutôt de l'ordre de la participation plus active au réseau, en quelque sorte en gage de remerciement pour ce qui a été reçu, par exemple en mettant plus volontiers des films à disposition.

3.2.2 Quelle place pour le symbolisme ?

Chez les sociologues français classiques,

¹¹⁸ Jacques T. Godbout, *op. cit.*, page 15.

[...] le symbolisme social constitue un ordre de phénomènes (pratiques et croyances) que l'on peut qualifier d'*objectifs*, en ce sens qu'ils instituent entre les membres de la société une authentique communauté.¹¹⁹

Mais Raymond Boudon et François Bourricaud s'opposent à cette notion d'objectivité du symbolisme :

Le développement du savoir scientifique, en modifiant le statut des mythes, met en cause l'autorité des rites. Pourtant, de ces transformations, ni Durkheim, ni Mauss, ne tirent la conclusion que la dimension symbolique de la communauté sociale soit vouée au dépérissement.

La difficulté principale de leur conception, c'est quelle ne nous dit pas clairement en quoi consiste l'*objectivité* du symbolisme.¹²⁰

Pourtant, s'il y a réellement une *objectivité* dans la fonction symbolique sociale existant dans les prestations et contre-prestations des sociétés archaïques, c'est peut-être bien ce qui pourrait faire le mieux accepter la Vérité du « don », dans le sens où il existerait encore aujourd'hui dans nos sociétés modernes, à plusieurs années socioculturelles de distance.

C'est d'ailleurs principalement sur la base de la fonction symbolique attribuée au don qu'Alain Caillé développe aujourd'hui la thèse (ou plutôt « l'hypothèse » comme il le dit lui-même) d'un « paradigme du don », qui serait donc valable pour deux types de sociétés apparemment très éloignées, comme c'est le cas pour la société archaïque et la nôtre.

Chez les sociétés archaïques, l'objet en lui-même est un symbole au sens structuraliste du terme : il a été personnifié et représente un « esprit ». Il est aussi au centre d'un système symbolique social, en ce sens qu'il motive et à la fois instaure des croyances, et institue des pratiques, les deux cimentant les liens entre les membres de la société.

¹¹⁹ Raymond Boudon et François Bourricaud, « Symbolisme social », dans *Dictionnaire critique de la sociologie* (PUF : Paris, 2002), page 593.

Quelle valeur symbolique peut être attribuée à l'échange de films en P2P ? Nous ne sommes pas persuadés qu'il y ait là une fonction illusoire qui donnerait l'impression aux utilisateurs de pouvoir visionner un film, alors que le fichier téléchargé, de moins bonne qualité – d'autant plus mauvaise s'il est visionné sur un petit écran d'ordinateur – ne serait qu'une pâle copie d'un original, d'un « vrai » film. Les DVD sont eux-mêmes des copies, les films projetés en salle sont aussi des « copies » et les cassettes VHS en étaient aussi. Etant habitués aujourd'hui à une image et un son de qualité numérique, l'image et le son d'un film sur une cassette VHS, même neuve, paraîtront tout aussi mauvais, au regard de la perception du film qui est permise par le dispositif d'une salle de cinéma. Et l'on aurait dans ce cas pu dire aussi qu'acheter des films en VHS donnait l'illusion de regarder un « vrai » film, mais qu'on n'en regardait en fait qu'un fauxsemblant, qui paraissait d'autant plus vrai qu'il avait une valeur en argent et qu'il était acquis très officiellement sur le marché.

De plus, alors que d'autres œuvres d'art possèdent bien un seul original, le film n'est jamais unique puisqu'il est produit en masse. L'originalité du film ne réside en rien dans le contenant, mais bien dans la nature du contenu. Pour reprendre les propos de Walter Benjamin¹²¹, nous dirons que le film ne perd pas son « aura » s'il est reproduit massivement – que ce soit sur un support ou immatériellement quand il est reproduit par la chaîne de transmissions qui forme les réseaux P2P.

Par contre, l'échange de films en P2P semble correspondre au symbolisme social tel que définit par Boudon et Bourricaud, lorsqu'ils donnent les points principaux des thèses avancées par les sociologues français classiques. L'authenticité¹²² de la communauté ainsi créée réside dans le fait qu'il existe des interactions et une communication interpersonnelle de l'ordre de la sociabilité primaire, et que ce système s'est de plus développé à l'origine en dehors de toute sphère marchande ou étatique¹²³.

¹²⁰ *Ibid.*, page 594.

¹²¹ Walter Benjamin, *L'œuvre d'art à l'heure de sa reproductibilité technique* (1936) (trad. de l'Allemand par Maurice de Gandillac ; trad. revue par Reiner Rochlitz) (Paris : Allia, 2003).

¹²² Il s'agit aussi d'une communauté reliée physiquement par un réseau de câbles, mais ce n'est pas significatif pour notre sujet.

¹²³ On peut même remonter aux origines les plus lointaines, à l'époque où la communauté scientifique a bâti petit à petit les fondements d'Internet, en concevant d'abord le réseau comme un outil de partage du

La valeur de l'échange n'est pas à trouver dans l'objet mais dans l'échange lui-même. Il permet en fait d'échanger symboliquement avant tout des subjectivités, des jugements personnels amenés par la perception du film que l'on a visionné, et par son interprétation. L'objet n'est ici qu'un prétexte, pour que le jugement individuel puisse s'exercer. Cette subjectivité démarque la personne, tout en rappelant pourtant l'universalité et l'objectivité des processus cognitifs, qui sont très rationnellement des réactions chimiques et physiologiques. Peut-être qu'elle donne toute sa valeur aussi à la notion de « pair » ; le téléchargeur qui adore les mangas se sentira « proche » de celui qui partage ses goûts et qui possède l'ordinateur sur lequel est stocké le manga qu'il a longtemps cherché.

C'est cette subjectivité qui amènerait en quelque sorte à croire en l'existence du film. On aura déjà entendu parler communément d'une « magie » du cinéma, qui fait que l'on est « pris » par le film, que presque, on s'y « croirait », et qui donne une supériorité au film produit pour le cinéma par rapport au film produit pour la télévision. Le cinéma n'est pas « ordinaire » alors que la télévision l'est infiniment. Le spectateur de cinéma est « émerveillé » et « ému », il entre en « communion » avec le film, et croit pour un temps à cette autre réalité qu'il sait pourtant n'être qu'une impression. Pourtant le cinéma n'est autre que la plus pure réalité : c'est avant tout un dispositif technique et socioculturel. Et la « magie » qui, pour beaucoup, donne ses lettres de noblesse au cinéma n'est autre que chimie des émotions. Rien de magique dans la réception du cinéma comme on pourrait en avoir le sentiment, mais des processus physiologiques et chimiques, cognitifs, amenés par le dispositif particulier du grand écran, de la salle noire, du son (THX) fort. Nous pensons que le souvenir de l'expérience de la salle contribue à faire survivre cette croyance, et un certain « mythe » du cinéma, qui reste du cinéma même quand il est regardé à la maison. Le spectateur se conforte d'ailleurs fondamentalement dans cette croyance – qui est bien une illusion de réalité, mais qui conforte tout le monde, et sert au cinéma. Il est aujourd'hui friand de grand écran, de home cinéma, il reproduit à domicile les conditions de la salle noire. Dans l'enquête que nous avons réalisée, il apparaît clairement qu'aller au cinéma garde son intérêt

temps de travail (scientifique) et de la connaissance, puis comme un outil de communication interpersonnelle permettant de partager des intérêts communs.

aujourd'hui, même à l'heure où les possibilités de visionnement à domicile se multiplient, et rencontrent un grand succès.

Par ailleurs, nous pensons que cette croyance qui est à la base une subjectivité, confortablement installée dans les esprits, sert à donner sa valeur à l'échange : celle d'un jugement individuel, grâce auquel la personne est plus responsable de ses choix. La profusion des objets disponibles sur le réseau, et le fait qu'il soit impossible de ne pas mettre en œuvre sa subjectivité pour en bénéficier, font de l'échange de films entre pairs une activité qui permet au jugement individuel de s'exercer pleinement ; que ce soit dans la démarcation par rapport aux circuits marchands sur lesquels les films sont jugés trop chers ou pas assez diversifiés, ou différemment chez les cinéphiles qui ont trouvé dans le P2P un instrument qui leur permet de satisfaire pleinement leurs goûts spécifiques, en trouvant par eux même ce qui ne leur est pas donné sur le marché.

3.3 Conclusion partielle : la valeur réelle du jugement individuel

La notion de « don » est extrêmement complexe, et l'est plus encore chez les sociétés modernes qui sont les nôtres. L'absence de cadres instituant la pratique du don moderne fait que les motivations des personnes donatrices sont intériorisées et plus difficile à cerner. La tendance des membres de nos sociétés, décrite par Godbout, à « cacher » le don pratiqué par eux même, n'aide en rien à visualiser le don là où il a lieu. L'enquête réalisée par Yann Nicolas¹²⁴ auprès des téléchargeurs place d'ailleurs le motif d'échange gratuit, et de don – surtout invoqué par les jeunes – en dernière position des sept raisons principales qui poussent à télécharger les films gratuitement.

Il n'empêche pas que c'est pourtant bien d'un échange qu'il s'agit. Si c'est là une forme de don, il est évident que ses modalités de fonctionnement ne sont pas les mêmes que chez les sociétés archaïques, et notamment, l'obligation, si elle existe en un certain point, ne peut être qu'une obligation morale ou éthique. Il n'est pas complètement improbable que la liberté manifestement voulue par les utilisateurs des

¹²⁴ Yann Nicolas, « Le téléchargement sur les réseaux de pair à pair », dans *Développement Culturel* numéro 148 (juin 2005) ; publié en ligne [<http://www.culture.gouv.fr/dep>] ; 15 octobre 2005.

réseaux P2P, et la particularité du film, puissent représenter une certaine « morale » qui amènerait une forme de don.

Par ailleurs, même si sur les réseaux P2P, les usagers ne choisissent pas à qui ils donnent les films qu'ils possèdent et même ne savent pas la plupart du temps à qui ils les donnent, on ne peut pas dire pour autant qu'il s'agisse réellement d'un « don aux étrangers » tel qu'il est décrit par les héritiers de Mauss. Ce don aux étrangers est décrit comme unilatéral, or, nous pensons que dans l'échange de films en P2P, la réciprocité existe, non pas de manière directe mais d'une façon détournée et circulaire. Puisque les films circulent, quand l'utilisateur en donne un – c'est-à-dire quand le film a été volontairement laissé libre de circuler, par un utilisateur, et qu'un autre utilisateur a fait la démarche de le prendre – on peut considérer que l'échange se fait en différé : on donnera un film un jour, et un autre jour, on trouvera le film que l'on cherche et on pourra se le procurer grâce au même don fait par un autre.

Nous devons dire que nous ne savons pas vraiment si l'échange de films en P2P relève réellement ou non de « ce que nous nommons si mal l'échange, le don ou l'intérêt¹²⁵ », pour reprendre les termes de Mauss.

Ce qu'il est plus facile d'affirmer, c'est que l'importance du jugement individuel, tant dans l'acte d'aller chercher un film sur les réseaux P2P, que dans celui d'échanger directement avec quelqu'un, rend difficile un comportement passif et non impliqué. C'est peut-être là que réside l'intérêt de ce type de réseaux. La « personne » y est très présente malgré l'anonymat, et cette affirmation de l'individualité ou plutôt de la personnalité permet à l'homme de se construire dans la société au sein de laquelle il vit. La fonction symbolique de l'échange réside réellement dans la participation à un système qui s'autonomise par rapport aux offres massives de films, et plus généralement de contenus culturels.

¹²⁵ Cité par Alain Caillé, « Marcel Mauss et le paradigme du don », dans « Présences de Marcel Mauss », *Sociologie et sociétés*, vol. 36, numéro 2 (Montréal : Presses Universitaires de Montréal, 2005) ; publié en ligne [<http://www.erudit.org/revue/socsoc/2004/v36/n2/index.html>] ; 20 septembre 2005.

CONCLUSION

Sous le débat qui a lieu aujourd'hui au sujet de l'échange de produits culturels par les réseaux P2P, se dévoilent des enjeux fondamentaux pour le secteur des industries culturelles du disque, du cinéma, et indirectement du livre. L'apparence que l'on sait masque la nécessité pour ces industries de s'adapter aux changements technologiques qui entraînent aussi des changements sociétaux. La diffusion massive des produits fait que ces industries sont fortement dépendantes des attentes des consommateurs, et de la société.

Chez les industries du cinéma, la peur de voir se transformer le support DVD en un contenu immatériel est peut-être justifiée. Et ce serait avec lui tout un pan du circuit de distribution (achat et location) qui disparaîtrait. Mais il apparaît aujourd'hui un autre aspect plus prégnant : Internet est un canal de diffusion supplémentaire et l'exploitation numérique, qui inclut de nombreuses facilités – tant en amont qu'en aval – est susceptible de rencontrer un vif succès. Malgré cela, les majors sont encore frileuses quant à la mise en place d'une offre de distribution en ligne. A la fin des années 90, quelques tentatives ont bien eu lieu, mais se sont soldées par des échecs. Le contexte n'est plus le même aujourd'hui. Les connexions au réseau sont plus puissantes et peuvent supporter des données plus volumineuses. La publicité faite au téléchargement de films par Internet, par l'intermédiaire de la polémique P2P, aura conforté le public dans l'idée que le téléchargement de films est parfaitement possible techniquement. Toutefois, pour qu'une offre trouve des clients, il faudrait concéder à la faire réellement diversifiée et souple, comme l'indiquent indirectement les utilisateurs du P2P.

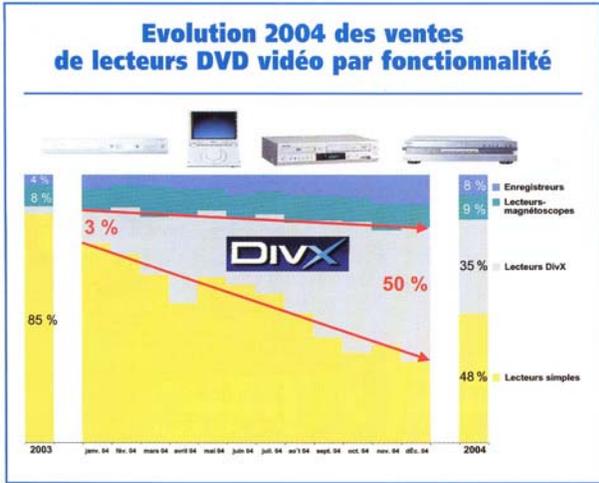
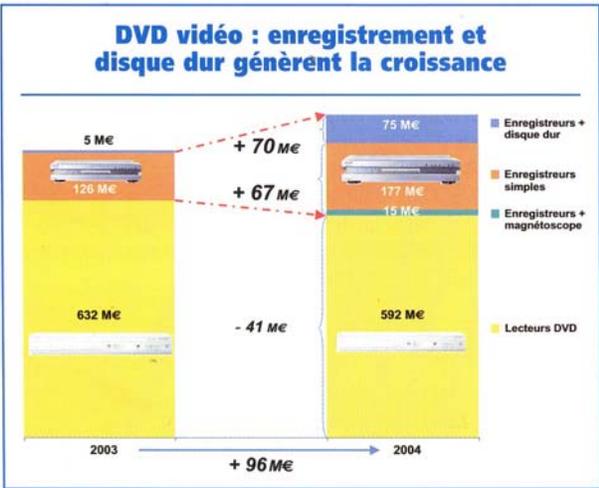
Par ailleurs, les spécificités du média Internet ne facilitent pas les adaptations. Si l'écoute de la musique, le cinéma et la lecture sont des pratiques culturelles, on peut dire que l'utilisation des nouvelles technologies, avec toutes les possibilités qu'elles permettent aujourd'hui, s'institue aussi en pratique socioculturelle. Les principales questions d'ordre juridique qui se posent au sujet du droit de la propriété littéraire et artistique sur Internet ne sont pas une mince affaire. On a vu que sur le réseau, les règles

sont établies par les concepteurs qui font autorité sur leur propre territoire. Ce sont eux qui peuvent faire évoluer techniquement le réseau, élargir ou réduire ses potentialités, et contribuer ainsi à une réglementation. Une législation apparaît alors difficile à mettre en œuvre par les institutions. Ceci est d'autant plus vrai qu'une culture du libre (de *l'open source*), donne le pouvoir à un quelconque internaute compétent en informatique, de modifier les applications informatiques. Comment savoir alors à qui s'adresser pour mettre en place un contrat législatif ? Un autre facteur rend cette régulation laborieuse. L'usage d'Internet s'est très largement étendu, et avec la technique s'est répandu le discours des origines : liberté, gratuité et accès à l'information pour tous. Aujourd'hui, ce discours a été approprié par une partie de la société, et relève d'une logique d'action devenue naturelle, qui, pour les détracteurs protecteurs d'un certain ordre économique, devient trop libertaire et est dénoncée.

Ce qu'entraînent la profusion d'informations et son accès libéré n'est pas négligeable. Elle permet à la « masse » d'être plus diversifiée que jamais grâce à l'exercice du jugement individuel qui la mène à opérer des sélections – on peut espérer que cette « masse » perdra ainsi un jour l'image péjorative de « masse aveugle », qui lui est interminablement accolée. L'individu prend ainsi du recul par rapport aux médias traditionnels, en trouvant une certaine autonomie dans la manière de consommer l'information. Un rôle plus participatif est adopté et permet à la citoyenneté de s'exercer hors frontières. L'autonomisation du public ou du consommateur dans ses choix ne peut pas être considérée comme une mauvaise chose à l'heure d'une globalisation et d'une uniformisation qui ne font que s'accroître. Personne ne niera qu'il est mieux d'être un citoyen responsable de ses choix plutôt que d'accepter sans se poser de questions ce qui nous est donné. Internet est bien un outil qui permet plus de liberté dans la réception des flux d'informations. Dans la société capitaliste dans laquelle nous vivons, ces biens informationnels au centre de nombreux échanges, prennent une nouvelle importance. L'information, de plus en plus, se vend, et son immatérialité pose problème quant à la notion de « propriété » qui est liée tant aux textes, aux images, aux sons.

Annexe 1 - Les ventes des appareils DVD vidéo en France en 2004.

Florence Bonvoisin, « Bilan économique 2004. GfK analyse le marché de l'électronique grand public », *Vidéo Total*, n°22, mars 2005, pages 10-12.



**Annexe 2 - Présentation du numéro hors série de *DivX Magazine* intitulé
« Guide du DivX® Certified »**

Le hors série volume 2 de *DivX Magazine* est un cas assez surprenant. Certains magazines comme *Hackers News Magazine*, *Hackademy Magazine* ou le feu *Pirates Magazine* signalent visiblement par des choix esthétiques (que l'on retrouve dans d'autres mouvements « underground ») leur appartenance au mouvement souterrain du *hacking*, et le public sera peu surpris d'y trouver des articles concernant des pratiques dont on ne sait réellement si elles sont en dehors ou en marge de ce que la loi tolère. Au regard du battage médiatique autour du téléchargement gratuit en P2P, et des poursuites judiciaires entamées par les majors contre des présumés responsables qui inciteraient au « piratage », le moins que l'on puisse dire, c'est que les rédacteurs de *DivX Magazine* sont loin d'avoir froid aux yeux ! Dans un magazine destiné aux non spécialistes cependant équipés d'un micro-ordinateur et reliés à Internet, ils donnent un mode d'emploi grand public du P2P, dans une présentation qui n'a rien de « souterrain ». Quoique... la nécessité de donner aux lecteurs ce qu'ils souhaitent lire semble bien devoir se cacher : le numéro aurait pu avoir pour titre « Guide du piratage ».

Une description de l'aspect de l'objet tenu en mains et de son contenu donnera peut-être une idée à notre lecteur.

- Le magazine (114 pages, 5, 50 €) est imprimé au format A4. La première et la quatrième de couverture ont l'épaisseur d'un papier photo de bonne qualité, brillant, qui « accroche » la lumière, rendant parfaitement lisibles les nombreux caractères typographiques qui remplissent pourtant complètement, et de manière quasi-exclusive la première de couverture.
- Des couleurs accrocheuses – subtilement racoleuses – sont utilisées sur la première de couverture (dominante jaune-orange, rouge, blanc). La surface qu'y occupent les images (la mule-logo d'eMule, une grenouille bleue non identifiée, un écran de lecteur DVD portable, un lecteur DVD, le « X » stylisé du logo *DivX® Certified* auquel des ailes ont été ajoutées, et le logo lui-même de *DivX® Certified High Def Vidéo*) est minuscule par rapport à l'étendue du texte.

Dans un ordre de grandeur décroissant, les mots qui sautent aux yeux sont les suivants :

- « DivX » en blanc (dans « DivX Magazine »).
 - « GUIDE » en blanc (dans « GUIDE DU DIVX CERTIFIÉ »).
 - « 120 » (dans « 120 platines DVD/Divx testées »).
 - « 6 » (dans « TOUT convertir en Divx 6 »).
 - « TOUT » puis « télécharger » (dans « TOUT pour télécharger »).
 - « convertir » (dans « TOUT convertir en Divx 6 »).
 - « plage » puis « Emportez » (dans « Emportez vos films à la plage »).
 - « platines » (dans « 120 platines DVD/Divx testées »).
 - « techniques » et « spécialistes » (dans « Les techniques des spécialistes »).
 - enfin, « films », « DVD » et « Divx ».
- Le contenu du magazine est très dense, en texte comme en images (principalement photographies d'appareils électroniques dans les deux premiers dossiers puis copies d'écrans d'ordinateurs).

Le texte est divisé sur chacune des pages en trois colonnes, régulièrement entrecoupées d'images qui les chevauchent.

Les chapeaux des titres des articles apparaissent sur des bandeaux dont la couleur de fond correspond à un des cinq grands dossiers de ce numéro. Ils sont divisés en trois parties :

- Les titres du sommaire sont indiqués en rouge sur des bannières au fond blanc.
- Ils sont suivis de phrases d'accroche (« Domptez la mule ! », « Le plus rapide des P2P ! » ou « Le plus rapide tout court ! »).
- Chaque titre d'article est immédiatement suivi de trois indications concernant l'« objectif », le « niveau » (18 articles de niveau « débutant », 2 « intermédiaire » et 1 « expert ») et le « logiciel utilisé ».

Certains des articles commencent par une courte explication générique, parfois historique, qui replace l'outil dont il est précisément question dans son contexte. Par exemple, l'article « Télécharger des Divx sur les *newsgroups* » (p 96) commence ainsi :

Un internaute qui ne serait arrivé sur le réseau mondial qu'il y a quelques mois ou de maigres années a de fortes chances d'ignorer totalement ce que sont les *newsgroups*. Et pourtant même s'ils semblent seulement aujourd'hui gagner en popularité grâce aux téléchargements qu'ils permettent, les groupes de discussion accessibles sur le réseau *Usenet* ont marqué une génération d'internautes des premières heures. Avec nos vieillissants e-mails, ils sont en effet l'ancêtre de tous les moyens de communication écrite dont nous disposons sur Internet [etc.].

Suivent la description des étapes qui permettront de se servir de ces outils, des conseils sur le choix du logiciel à installer, la consommation des contenus obtenus après téléchargement. Les tâches à effectuer sont illustrées par des copies d'écran sur lesquels figurent les numéros d'étapes (voir illustration). Des encadrés sur fond jaune clair donnent par ailleurs des informations sur certains points spécifiques ; le style littéraire y est plus journalistique.

- Comme nous l'avons déjà mentionné, les images sont de deux types : appareils électroniques et copies d'écrans d'ordinateurs. Au sujet des premières, les objets sont détournés, particulièrement mis en valeur, en « relief » (prises de vues rarement frontales, perspectives, ombres légères, plongées). Y sont ajoutées aussi quelques images de circuits électroniques. Quand ne figurent pas sur les copies d'écrans les fenêtres ouvertes de logiciels informatiques, on y trouve des images de films (non légendées sauf sur une page) facilement identifiables, qui sont aussi présentes en simples illustrations. On peut reconnaître *Star Wars* (vaisseaux et soldats-robots blancs), *Le Secret des poignards volants*, *Gangs of New York* (Leonardo Di Caprio), un manga (visage dans l'ombre et insignes japonaises illuminées), *Kill Bill*, *Closer* (Jude Law et Nathalie Portman avec une perruque rose vif sur la tête), *La Guerre des mondes* (Tom Cruise), *Ocean's Twelve* (Brad Pitt). On retrouve les ingrédients chers aux succès hollywoodiens : stars internationales, science-fiction, grand spectacle (avec beaucoup de figurants, grands décors, grandes catastrophes), argent (*Ocean's Twelve*), un peu de sexe (Nathalie Portman est strip-teaseuse dans *Closer*), combats, et esthétique asiatique par ailleurs très en vogue auprès du grand public de cinéma (*Le Secret des poignards volants*, les écolières japonaises armées de *Kill Bill*, le

manga avec les idéogrammes japonais, voire aussi le rose des cheveux de Nathalie Portman).

- Dans le sommaire figure un grand dossier intitulé « Télécharger des Divx » qui comporte six articles : « Télécharger des Divx avec *eMule* », « Télécharger des Divx avec *BitTorrent* », « Télécharger des Divx dans les *newsgroups* », « Cacher son adresse IP », « Reconnaître la qualité d'un Divx », « Synchroniser les sous-titres ». Cette partie du sommaire apparaît sur un cadre de fond jaune vif, alors que les quatre autres dossiers apparaissent respectivement sur fond bleu nuit, vert bouteille, marron et gris. Le contenu des articles de ce dossier mentionne clairement les avantages pratiques (et inconvénients) de l'utilisation de tel ou tel outil de téléchargement. Il fait aussi mention de la loi relative à la copie privée et à la contrefaçon, aux risques encourus et de manière détournée aux précautions à prendre pour ne pas courir trop de risques.

En page 3, à la suite de l'édito, figure un encadré sur fond orange ayant pour titre « Attention au piratage », mentionnant les articles L.122-5 et L.122-6-1.II du « Code de la consommation » (!). Ces quelques lignes se terminent ainsi : « Vous êtes prévenus : l'utilisation illicite des informations délivrées dans ce magazine est passible des sanctions prévues en cas de contrefaçon. »

Un autre encadré sur fond jaune (un quart de page en hauteur) – inséré dans les pages de l'article « Télécharger des Divx avec BitTorrent » – intitulé « Le P2P et la loi ! » (page 94) argumente, à juste titre d'ailleurs, contre la position des grosses maisons de production qui luttent contre le « piratage ». Il est rappelé « quelques principes qui ont tendance à être trop souvent oubliés » : c'est la nature des fichiers échangés qui pose problème et pas le système P2P en lui-même, la copie privée dans un but de sauvegarde d'un original déjà possédé (« logiciel » ou « film en DVD ») n'est pas illégale. « En gros, s'il y a une descente de police chez vous et que vous pouvez montrer les originaux (CD-Rom, DVD vidéo et CD musicaux) de tous les fichiers que vous possédez, vous ne serez pas ennuyés. »

- L'efficacité de la charte graphique rend même la lecture agréable et simple malgré l'aspect rébarbatif des manipulations informatiques décrites. La lecture aléatoire du

magazine est possible en toutes clarté et aisance grâce à l'uniformité de la mise en page et aux codes couleurs employés tout au long du magazine.

- Le toucher et la vue agréables de l'objet, sa maniabilité, la quantité d'informations données au sujet du *peer-to-peer* et leur clarté, en font un objet que l'on a envie de garder (un « guide », en effet), une sorte de « Le P2P pour les nuls » avec en plus le côté séduisant des magazines de luxe.

L'efficacité de la stratégie rédactionnelle de communication, les informations données en marge des modes d'emploi (dates et avancées historiques d'Internet, textes de loi avec numéros précis des articles à l'appui) peuvent sans aucun doute tromper le lecteur peu averti qui accordera spontanément du crédit au contenu – s'il existe encore aujourd'hui un cinéophile, de perles rares ou de blockbusters, qui n'ait jamais eu vent de ces films qu'on peut avoir gratuitement Internet et du « piratage » qui leur est accolé. On a du mal ici à croire que les pratiques dont les modes d'emploi sont donnés vraisemblablement par des professionnels (de l'informatique comme de l'édition de périodiques) et non pas par des *hackers* « bidouilleurs », sont punies par la loi aujourd'hui. Les usages des logiciels présentés apparaissent ici très démocratiques, peut-être répandus puisque les spécialistes qui ont écrit ces articles leur accordent de l'importance, et même respectables.

Mais ce cas semble cependant isolé, tout au moins parmi les magazines publiés de début juillet à la mi-octobre 2005.

DVD vidéo vers disque dur

DVD Decrypter



Objectif: copier le contenu d'un DVD vidéo sur le disque dur, en supprimant les protections et en préparant les fichiers pour les compresser ensuite en Divx

Niveau: débutant

Logiciels utilisés: DVD Decrypter, WinDVD

Ripper un DVD sur son disque dur est la première étape de toute transformation en Divx. Un DVD vidéo est un objet assez complexe. En théorie protégé contre la copie, son contenu est organisé selon un ensemble de règles très précises et strictes. A l'instar d'un CD audio, il n'est donc pas possible – ni même forcément souhaitable, comme nous le verrons par la suite – d'en transférer le contenu par un simple glisser-déposer sous Windows. Les protections se situent (principalement) à deux niveaux :

– d'une part, il faut que l'application tentant d'accéder aux fichiers du DVD s'identifie comme y étant autorisée. C'est évidemment le cas des lecteurs de DVD du PC, mais pas de l'Explorateur de Windows, par exemple. Voilà pourquoi une tentative de copie depuis ce dernier se soldera par un échec :

– d'autre part, certaines vidéos du DVD peuvent être cryptées à l'aide du brouillage CSS (*Content Scrambling System*). Il faut donc que le logiciel y accédant dispose d'une clé lui permettant de décrypter le contenu ou, à défaut, qu'il soit en mesure de deviner celle-ci. Outre les produits « officiels » tels que les lecteurs de DVD, le premier logiciel à offrir cette capacité fut le désormais fameux DeCSS.

Aujourd'hui, le CSS n'est plus un problème, et tous les logiciels de rip le gèrent à la perfection (*DVD Decrypter*, le meilleur outil du genre, mais aussi *Vstrip*, *Smart Ripper*, etc.). Seule la procédure d'authentification est encore susceptible



L'intérêt de *DVD Decrypter* ne réside pas seulement dans le retrait des protections précitées : le logiciel propose une foule de fonctions. Pour faire simple, il existe deux manières de ripper un DVD : la « brutale » et « l'intelligente ». La première consiste à simplement recopier les fichiers du DVD sur le disque dur, en ne leur appliquant que de très légères modifications au passage : suppression du brouillage CSS, du codage régional, de la protection Macrovision, des restrictions d'utilisation, et c'est

d'échouer, mais il existe un moyen imparable de la contourner. Une fois qu'une application a authentifié le DVD, en effet, celui-ci devient accessible depuis n'importe quel logiciel, et ce tant qu'il n'est pas éjecté du DVD-Rom. Si un disque pose problème, il suffit donc de l'ouvrir dans n'importe quelle application de lecture DVD (*PowerDVD*, *WinDVD*, etc.), qui dispose évidemment des clés d'authentification, pour pouvoir y accéder librement par la suite.

à peu près tout. L'intégralité du disque est donc recopiée, du film aux bonus, en passant par les multiples pistes son, sous-titres et menus. La seconde méthode est plus évoluée, puisqu'elle consiste à ne copier que certains éléments du DVD : uniquement le film et des options linguistiques particulières, par exemple. Ça n'a l'air de





TELECHARGER LES FILMS : UNE NOUVELLE FAÇON DE CONSOMMER LES IMAGES?

Questionnaire réalisé dans le cadre d'un travail universitaire de recherche au sein du département Arts du Spectacle de l'Université de Metz, sur les nouveaux usages de l'Internet.

Remarques : Ce questionnaire est uniquement destiné aux internautes qui téléchargent occasionnellement ou régulièrement des fichiers audiovisuels par l'intermédiaire des réseaux *peer-to-peer*. Il est important de prendre votre temps pour le remplir. Il est possible de cocher plusieurs cases pour une même question.

QUE REGARDEZ-VOUS?

Question 1 : Parmi ces GENRES, lesquels affectionnez-vous le plus à la TV comme au cinéma ? (numérotez par ordre de préférence)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> comédies | <input type="checkbox"/> séries TV françaises |
| <input type="checkbox"/> comédies sentimentales | <input type="checkbox"/> séries TV américaines |
| <input type="checkbox"/> films d'action | <input type="checkbox"/> films policiers et assimilés (thriller, détective, etc.) |
| <input type="checkbox"/> films catastrophe | <input type="checkbox"/> autre (à préciser) : |
| <input type="checkbox"/> films d'aventures | <input type="checkbox"/> documentaires cinéma |
| <input type="checkbox"/> films d'horreur ou d'épouvante | <input type="checkbox"/> documentaires TV |
| <input type="checkbox"/> science fiction | <input type="checkbox"/> émissions scientifiques |
| <input type="checkbox"/> dessins animés | <input type="checkbox"/> émissions de TV réalité |
| <input type="checkbox"/> films d'arts martiaux | <input type="checkbox"/> émissions sportives |
| <input type="checkbox"/> westerns | <input type="checkbox"/> jeux télévisés |

films historiques (péplums, guerre,...)

heroic fantasy

films d'auteur

films d'auteur en VOST

mangas

films érotiques ou pornographiques

Question 2 : Quels FORMATS de films avez-vous l'habitude de regarder sur quel type d'écran ?

TYPE D' ECRAN	En salle de cinéma	Ensemble home cinéma	Ecran de télévision	Vidéo-projecteur à domicile	Ecran d'ordinateur à domicile	Ecran d'ordinateur portable ou Lecteur DVD portable
TYPE DE FILMS						
Longs-métrages de fiction						
Courts-métrages						
Documentaires						
Dessins animés						
Séries télévisées						
Emissions télévisées						
Films de famille						
Autre (à préciser) :						

Question 3 : Pour chaque TYPE D'ECRAN coché, veuillez indiquer les raisons qui vous poussent à effectuer les visionnages sur cet écran plutôt que sur un autre. (cochez pour chaque écran les 4 raisons prioritaires)

▪ **Ecran d'une salle de cinéma :**

confort de la salle

qualité du son

- taille de l'écran
- ambiance
- habitude
- écran que j'estime plus adapté à certains genres de films
- occasion de faire une sortie en groupe
- le cinéma est proche de mon domicile, ce serait dommage de ne pas en profiter
- j'ai la possibilité d'acheter des places de cinéma moins cher (par mon CE, tarifs étudiant, etc)
- j'apprécie le grand choix de films à l'affiche proposés par les multiplexes
- je regarde surtout les derniers films sortis
- autre (à préciser) :

▪ **Ecran TV home cinéma**

ou

Ecran de vidéo projecteur à domicile :

- confort de son salon
- qualité du son
- taille de l'écran
- avantage de l'écran cinéma « sans avoir à se déplacer »
- le cinéma le plus proche est trop éloigné de mon domicile pour que j'y aille souvent
- je trouve embêtant de devoir faire la queue pour acheter une place au cinéma
- j'ai la chance d'avoir un vidéo club juste à côté de chez moi
- comme je loue régulièrement des DVD, cela revient moins cher que d'aller au cinéma
- si je regarde un DVD, je suis libre d'arrêter le film et de continuer à le regarder plus tard
- louer des DVD me permet de voir des films anciens qui ne sont pas à l'affiche dans les cinémas
- je trouve souvent ce que j'ai envie de regarder dans ce qui est proposé à la télévision
- me permet de regarder les films que j'ai téléchargés sur Internet et gravés sur un DVD
- autre (à préciser) :

▪ **Ecran de télévision classique :**

- confort de son salon
- je n'ai aucun autre moyen de visionner que cet écran
- le cinéma le plus proche est trop éloigné de mon domicile pour que j'y aille souvent
- je trouve embêtant de devoir faire la queue pour acheter une place au cinéma
- j'ai la chance d'avoir un vidéo club juste à côté de chez moi
- comme je loue régulièrement des DVD, cela revient moins cher que d'aller au cinéma
- si je regarde un DVD, je suis libre d'arrêter le film et de continuer à le regarder plus tard
- louer des DVD me permet de voir des films anciens qui ne sont pas à l'affiche dans les cinémas
- je trouve souvent ce que j'ai envie de regarder dans ce qui est proposé à la télévision
- me permet de regarder les films que j'ai téléchargés sur Internet et gravés sur un DVD
- autre (à préciser) :

- **Ecran d'ordinateur à domicile :**
 - je suis chez moi, c'est plus confortable
 - avantage de regarder des films « sans avoir à se déplacer »
 - j'achète des DVD, mais je n'ai pas de lecteur DVD dans mon salon
 - je loue des DVD, mais je n'ai pas de lecteur DVD dans mon salon
 - me permet de regarder des films seul/e (dans mon bureau, ma chambre, etc.)
 - je stocke les films que je télécharge sur mon ordinateur
 - autre (à préciser) :

- **Ecran d'ordinateur portable
ou
Ecran du lecteur DVD portable :**
 - avantage de la portabilité
 - je suis libre de m'installer où je veux pour regarder un film
 - me permet de regarder des films seul/e (dans mon bureau, dans ma chambre, etc.)
 - autre (à préciser) :

Question 4 :

a) Choisissez-vous le GENRE de film que vous allez regarder en fonction de l'écran qui est à votre disposition ? (donnez un ou plusieurs exemples de ces choix)

oui **Donnez un ou plusieurs exemples de ces choix :**

non

b) Choisissez-vous le FORMAT du film à regarder en fonction de l'écran disponible ? (donnez un ou plusieurs exemples de ces choix)

oui **Donnez un ou plusieurs exemples de ces choix :**

non

Question 5 : Comment trouvez-vous l'offre de DVD en vente en magasin ? Y retrouvez-vous vos goûts ? (plusieurs choix possibles)

- je ne trouve jamais ou rarement en boutique les DVD que je cherche car mes goûts sont trop spécialisés
- je trouve les DVD, mais ils sont trop cher

- je n'ai aucun problème pour les trouver
- je ne sais pas, je n'achète jamais de DVD
- autre (préciser):

**Question 6 : Comment trouvez-vous l'offre de DVD en location?
(plusieurs choix possibles)**

- je trouve tous les films que je veux
- je trouve les DVD à la location très bon marché et à ce prix, il vaut mieux les louer que les télécharger
- l'offre de DVD à la location est trop réduite par rapport à mes goûts
- je ne trouve jamais les DVD que je cherche car ils sont trop anciens et ne sont plus disponibles à la location
- les DVD ne restent pas suffisamment longtemps en location et j'ai du mal à trouver un film plusieurs mois après sa sortie en vidéo
- je ne sais pas, je ne loue jamais de DVD
- autre (préciser):

LES TECHNOLOGIES NUMERIQUES, LES IMAGES ET VOUS
--

Question 7 : Parmi les équipements proposés, lesquels possédez-vous à domicile ?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> magnétoscope VHS | <input type="checkbox"/> lecteur DVD sur ordinateur |
| <input type="checkbox"/> ensemble home cinéma | <input type="checkbox"/> enregistreur DVD de salon |
| <input type="checkbox"/> vidéo projecteur | <input type="checkbox"/> graveur CD sur ordinateur |
| <input type="checkbox"/> lecteur DivX | <input type="checkbox"/> graveur DVD sur ordinateur |
| <input type="checkbox"/> lecteur DVD de salon | <input type="checkbox"/> aucun |
| <input type="checkbox"/> lecteur DVD portable | |

Question 8 : Parmi les services proposés ci-dessous, quels sont ceux dont votre foyer est client ?

- abonnement TV Canal +
- abonnement TV satellite ou câble
- abonnement Internet bas débit
- abonnement Internet haut débit / ADSL
- télévision numérique terrestre (TNT)
- télévision par ADSL
- vidéo à la demande (VOD) sur votre écran de télévision
- aucun : *passez directement à la question 10*

Question 9 : Reliez les services cochés aux genres que vous visionnez.

Exemple :

<input type="checkbox"/> Abonnement TV Canal +	→	<input type="checkbox"/> « classiques » du cinéma
<input type="checkbox"/> Abonnement Internet haut débit / ADSL	→	<input type="checkbox"/> courts-métrages
		<input type="checkbox"/> documentaires
		<input type="checkbox"/> séries télévisées

<input type="checkbox"/> Abonnement TV Canal +	<input type="checkbox"/> films récemment sortis en salles (- de 2 ans)
<input type="checkbox"/> Abonnement TV satellite ou câble	<input type="checkbox"/> « classiques » du cinéma
<input type="checkbox"/> Abonnement Internet bas débit	<input type="checkbox"/> courts-métrages
<input type="checkbox"/> Abonnement Internet haut débit / ADSL	<input type="checkbox"/> documentaires
<input type="checkbox"/> Télévision Numérique Terrestre (TNT)	<input type="checkbox"/> dessins animés
<input type="checkbox"/> Télévision par ADSL	<input type="checkbox"/> séries télévisées
<input type="checkbox"/> Vidéo à la demande (VOD) sur votre écran de télévision	<input type="checkbox"/> films de famille
	<input type="checkbox"/> émissions sportives
	<input type="checkbox"/> films en VO non sous-titrée
	<input type="checkbox"/> films étrangers jamais sortis en France
	<input type="checkbox"/> films étrangers pas encore sortis en France
	<input type="checkbox"/> autre

Question 10 : Achetez-vous des DVD ?

Si vous n'achetez pas de DVD, veuillez passer directement à la question 16.

- 1 fois par an
- environ 1 fois par trimestre
- + d'1 fois par mois
- de 3 à 5 fois par mois

Question 11 : Quels TYPES d'œuvres audiovisuelles achetez-vous sur support DVD ?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> films récemment sortis en salles (- de 2 ans) | <input type="checkbox"/> dessins animés |
| <input type="checkbox"/> films étrangers pas encore sortis en France | <input type="checkbox"/> séries télévisées |
| <input type="checkbox"/> films étrangers jamais sortis en France | <input type="checkbox"/> films de famille |
| <input type="checkbox"/> films en VO non sous-titrée | <input type="checkbox"/> sport |
| <input type="checkbox"/> « classiques » du cinéma | <input type="checkbox"/> concerts |
| <input type="checkbox"/> courts-métrages | <input type="checkbox"/> autre |
| <input type="checkbox"/> documentaires | |

Question 12 : Quels GENRES achetez-vous en DVD ?(numérotez par ordre de préférence)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> comédies | <input type="checkbox"/> documentaires cinéma |
| <input type="checkbox"/> comédies sentimentales | <input type="checkbox"/> documentaires TV |
| <input type="checkbox"/> films d'action | <input type="checkbox"/> émissions scientifiques |
| <input type="checkbox"/> films catastrophe | <input type="checkbox"/> émissions de TV réalité |
| <input type="checkbox"/> films d'aventures | <input type="checkbox"/> émissions sportives |
| <input type="checkbox"/> films d'horreur ou d'épouvante | <input type="checkbox"/> jeux télévisés |
| <input type="checkbox"/> films policiers et assimilés (thriller, détective, etc.) | <input type="checkbox"/> films historiques (péplums, guerre,...) |
| <input type="checkbox"/> science fiction | <input type="checkbox"/> heroic fantasy |
| <input type="checkbox"/> dessin animé | <input type="checkbox"/> films d'auteur |
| <input type="checkbox"/> films d'arts martiaux | <input type="checkbox"/> films d'auteur en VOST |
| <input type="checkbox"/> westerns | <input type="checkbox"/> mangas |
| <input type="checkbox"/> séries TV françaises | <input type="checkbox"/> films érotiques ou pornographiques |
| <input type="checkbox"/> séries TV américaines | |
| <input type="checkbox"/> autre (à préciser) : | |

Question 13 : Où achetez-vous vos DVD ?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> grandes surfaces (Carrefour, Auchan, etc) | <input type="checkbox"/> boutiques de DVD d'occasion |
| <input type="checkbox"/> grandes surfaces spécialisées (Planet Saturn, Fnac, Virgin, etc.) | <input type="checkbox"/> détaillant spécialisé (par exemple dans un genre) |
| | <input type="checkbox"/> sites Internet de vente en ligne (Amazon, E-Bay, etc) |

Question 14 : Parmi les propositions ci-dessous, quelles sont celles dont vous tenez compte en premier pour choisir les DVD que vous achetez ? (numérotez par ordre de préférence)

- je choisis en fonction de la publicité faite autour du film dans les médias généralistes (presse, télévision, radios...)
- je lis des critiques dans les médias spécialisés avant d'acheter (revues de type Première, Studio, Les Cahiers du Cinéma ; sites Internet spécialisés dans un genre par exemple, etc.).
- c'est souvent le bouche à oreille qui me donne envie d'acheter ou pas certains DVD
- ce sont surtout les bonus proposés qui me décident à acheter un DVD
- en général, j'achète en DVD les films que j'ai déjà vus auparavant
- j'achète uniquement les DVD soldés

Question 15 : Pour vous, quelles sont les principales différences entre les films que vous achetez en DVD et ceux que vous téléchargez sur les réseaux peer-to-peer ? (numérotez par ordre d'importance)

- je préfère les DVD car ils ont une meilleure qualité d'image
- je préfère les DVD car les films téléchargés n'ont pas de menus interactifs
- je préfère les DVD car j'apprécie de pouvoir choisir la VO ou la VOST, voire de comparer les deux versions
- je préfère les DVD car les films téléchargés ne sont pas faits pour être conservés
- je préfère les DVD car c'est un objet de collection, d'où l'importance d'avoir l'original
- je préfère les DVD car le DVD permet de verser des royalties aux ayants droits
- je préfère télécharger les films car ils sont gratuits, donc je peux voir davantage de films
- je préfère télécharger les films car ils permettent de « tester » le film avant de l'acheter en DVD
- je préfère télécharger les films car je n'ai pas les moyens financiers de les acheter en DVD
- je préfère télécharger les films car je n'ai pas envie de les acheter en DVD: j'estime que tous les films devraient pouvoir être disponibles gratuitement passé une certaine période
- je préfère télécharger les films gratuitement car si le film ne me plaît pas, je peux arrêter de le regarder sans avoir de regrets

LES FILMS, INTERNET ET VOUS

Question 16 : Quels TYPES d'œuvres audiovisuelles recherchez-vous sur les réseaux peer-to-peer ? (numérotez par ordre de préférence)

- films récemment sortis en salles (- de 2 ans)
- films « classiques » du cinéma
- films de cinéma difficilement trouvables (films muets, etc.)
- courts-métrages

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> documentaires | <input type="checkbox"/> sport (enregistrement de matches) |
| <input type="checkbox"/> dessins animés | <input type="checkbox"/> films en VO non sous-titrée |
| <input type="checkbox"/> épisodes de séries TV diffusées en France | <input type="checkbox"/> films étrangers jamais sortis en France |
| <input type="checkbox"/> épisodes de séries TV diffusées à l'étranger | <input type="checkbox"/> films étrangers pas encore sortis en France |
| <input type="checkbox"/> épisodes de séries TV pas encore diffusées en France | <input type="checkbox"/> autre (à préciser) : |

Question 17 : Quels GENRES recherchez-vous spécialement sur les réseaux peer-to-peer? (numérotez par ordre de préférence)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> comédies | <input type="checkbox"/> documentaires TV |
| <input type="checkbox"/> comédies sentimentales | <input type="checkbox"/> émissions scientifiques |
| <input type="checkbox"/> films d'action | <input type="checkbox"/> émissions de TV réalité |
| <input type="checkbox"/> films d'aventures | <input type="checkbox"/> émissions sportives |
| <input type="checkbox"/> films d'horreur ou d'épouvante | <input type="checkbox"/> jeux télévisés |
| <input type="checkbox"/> films policiers et assimilés (thriller, détective, etc.) | <input type="checkbox"/> films historiques (péplums, guerre,...) |
| <input type="checkbox"/> science fiction | <input type="checkbox"/> heroic fantasy |
| <input type="checkbox"/> dessin animé | <input type="checkbox"/> films d'auteur |
| <input type="checkbox"/> films d'arts martiaux | <input type="checkbox"/> films d'auteur en VOST |
| <input type="checkbox"/> westerns | <input type="checkbox"/> mangas |
| <input type="checkbox"/> séries TV françaises | <input type="checkbox"/> films érotiques ou pornographiques |
| <input type="checkbox"/> séries TV américaines | <input type="checkbox"/> autre (à préciser) : |
| <input type="checkbox"/> documentaires cinéma | |

Question 18 : Quelle est la NATIONALITE des films que vous recherchez sur les réseaux peer-to-peer ?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> films américains | <input type="checkbox"/> films d'Afrique francophone |
| <input type="checkbox"/> films français | <input type="checkbox"/> films d'Amérique latine |
| <input type="checkbox"/> films japonais | <input type="checkbox"/> films des pays nordiques |
| <input type="checkbox"/> films chinois | <input type="checkbox"/> films des pays de l'Est |
| <input type="checkbox"/> films indiens | <input type="checkbox"/> autres films européens |
| <input type="checkbox"/> films italiens | <input type="checkbox"/> autres |
| <input type="checkbox"/> films des pays du Maghreb | |

Question 19 : A quelle fréquence téléchargez-vous les oeuvres de ces différentes nationalités ? (reliez avec une flèche ; pour les nationalités autres qu'américaine et française, veuillez préciser)

films américains <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> rarement (moins d'1 fois par trimestre)
films français <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> moins d'1 fois par mois
autre :..... <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1 à 3 fois par mois
autre :..... <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1 fois par semaine
autre :..... <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 2 à 4 fois par semaine
autre :..... <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> tous les jours

Question 20 : Au sujet de l'ancienneté des oeuvres par rapport à leur sortie en salles en France... Vous téléchargez :

- avant la sortie en salles
- après la sortie en salles, mais avant la sortie en DVD
- dans l'année qui suit la sortie en salles, même si le DVD est déjà sorti
- longtemps après, vous cherchez plutôt des films anciens

Question 21 : La TAILLE (en Mo) du film est-elle un critère qui détermine vos choix de téléchargement ?

- oui
- non

Si oui, quelle taille privilégiez-vous pour vos téléchargements ?

- Films de – de 700 Mo car ils tiennent sur un CD-ROM (je n'ai pas de graveur de DVD)
- Films les + lourds possibles car ils sont sensés être de meilleure qualité (j'ai un graveur de DVD)

Question 22 : Vous arrive-t-il de regarder à nouveau les films que vous avez téléchargés et déjà visionnés une fois ?

- jamais
- de temps en temps
- souvent

Question 23 : Conservez-vous les films téléchargés que vous avez déjà visionnés?

oui

non

Si oui, lesquels conservez-vous en priorité ?

je choisis les films à conserver selon leur format :

films récemment sortis en salles (- de 2 ans)

films « classiques » du cinéma

films de cinéma difficilement trouvables
(films muets, etc.)

courts-métrages

documentaires

dessins animés

épisodes de séries TV diffusées en France

épisodes de séries TV diffusées à l'étranger

épisodes de séries TV pas encore diffusées en France

sport (enregistrement de matches)

films en VO non sous-titrée

films étrangers jamais sortis en France

films étrangers pas encore sortis en France

autre (à préciser) :

je choisis les films à conserver selon le genre :

comédies

comédies sentimentales

films d'action

films d'aventures

films d'horreur ou d'épouvante

films policiers et assimilés (thriller, détective, et.)

science fiction

dessin animé

films d'arts martiaux

westerns

séries TV françaises

séries TV américaines

documentaires cinéma

documentaires TV

émissions scientifiques

émissions de TV réalité

émissions sportives

jeux télévisés

films historiques (péplums, guerre,...)

heroic fantasy

films d'auteur

films d'auteur en VOST

mangas

films érotiques ou pornographiques

autre (à préciser) :

je conserve uniquement les « classiques » du cinéma et les films les plus rares que je trouve

Question 24 : Parmi les affirmations suivantes, veuillez cocher celles qui s'appliquent à votre pratique de téléchargement.

- En général, je sais précisément quelle oeuvre audiovisuelle je veux télécharger avant de me connecter aux réseaux p2p.
- En général, je ne sais pas quelle oeuvre audiovisuelle je vais télécharger au moment où je me connecte, et je fais mon choix en fonction des titres disponibles sur le réseau.
- Quand je suis connecté(e) aux réseaux p2p, il m' arrive de tomber sur des « perles rares » que je cherchais ailleurs (chaînes TV, vidéo, etc) depuis longtemps :
- rarement
 - parfois
 - souvent
 - je ne cherche aucune « perle rare »
- Utiliser les réseaux p2p me permet de trouver plus facilement que dans les circuits de distribution classiques des produits dérivés des oeuvres audiovisuelles que j' apprécie le plus (type photos, affiches, bandes-annonces, making of, interviews, etc.).
- Utiliser les réseaux p2p m' a permis de rencontrer sur Internet des personnes qui partagent mes goûts.

Question 25 : Selon vous, quels sont les avantages et inconvénients du système de diffusion peer-to-peer ?

Pour les utilisateurs :

Pour les auteurs:

Question 26 : Achetez-vous en ligne des films sans support physique, que vous visionnez directement sur l'écran de votre ordinateur (plates-formes de vente légales en ligne telles que CinemaNow, MovieSystem, etc) ?

oui

non

Question 27 : Si les réseaux peer-to-peer venaient à être fermés :

a) loueriez-vous davantage de DVD ?

oui

non

je ne sais pas

b) achèteriez-vous davantage de DVD ?

oui

non

je ne sais pas

c) utiliseriez-vous les plates-formes en ligne de téléchargement payantes ?

oui

non

je ne sais pas

d) iriez-vous davantage au cinéma ?

oui

non

je ne sais pas

e) regarderiez-vous davantage la télévision ?

oui

non

je ne sais pas

f) continueriez-vous à essayer de télécharger des films gratuitement par un autre moyen ?

- oui
- non
- je ne sais pas

Question 28 : Seriez-vous prêt à acheter davantage de DVD si le choix de DVD disponible en grande surface était supérieur à ce qu'il est aujourd'hui ?

- oui
- non

Seriez-vous prêt à acheter davantage de DVD si le prix du DVD neuf baissait sensiblement pour s'aligner sur celui du DVD d'occasion (aux alentours de 10 - 12 euros) ?

- oui
- non

Seriez-vous prêt à ralentir votre pratique du téléchargement de films si le prix d'une place de cinéma en plein tarif venait à baisser sensiblement (aux alentours de 5 euros au lieu des 7,80 euros actuels) ?

- oui
- non

QU'EN PENSEZ-VOUS

★ Considérez-vous que l'accès direct et interactif à l'audiovisuel par Internet (émissions de télévision, jeux télévisés, séries ; Vidéo à la demande qui serait l'équivalent des vidéo clubs, etc.) serait une offre attractive ?

- oui
- non

- ★ **Considérez-vous que votre découverte des réseaux d'échange peer-to-peer ait véritablement changé vos pratiques et votre vie culturelles?**

oui

non

- ★ **Pensez-vous que votre culture de cinéphile a augmenté depuis votre découverte des réseaux de téléchargement ?**

oui

non

- ★ **Pensez-vous qu'aller au cinéma a toujours un intérêt aujourd'hui ?**

oui

non

- ★ **Pensez-vous que le téléchargement non payant de contenus audiovisuels sur les réseaux p2p, de plus en plus répandu, n'est qu'un phénomène de mode qui se terminera quand des mesures juridiques sévères auront été prises contre les systèmes p2p?**

oui

non

- ★ **Pensez-vous que télécharger des oeuvres audiovisuelles sur Internet constitue une véritable révolution dans la manière de consommer des biens culturels ?**

oui

non

- ★ **Pensez-vous que le terme de « piratage » soit approprié à la pratique du téléchargement?**

oui

non

**Un grand merci à toutes les personnes
qui ont accepté de donner de leur temps pour contribuer à
cette étude.**

Annexe 4 – Affiches d'accroche

intern@ute
???

et usager des réseaux *p2p*

... ce questionnaire anonyme
vous est destiné...

Questionnaire réalisé par une étudiante en Arts du Spectacle, dans le cadre d'un travail universitaire de recherche sur les nouvelles formes de consommation du film.

Vous pouvez le remplir sur place et le déposer ensuite aux responsables de ce lieu.

Vous êtes internaute ?

et vous êtes usager des réseaux *p2p*

... ce questionnaire anonyme vous est destiné...

Questionnaire réalisé par une étudiante en Arts du Spectacle, dans le cadre d'un travail universitaire de recherche sur les nouvelles formes de consommation du film.

Vous pouvez le remplir sur place et le déposer ensuite aux responsables de ce lieu.

Annexe 5 – Courrier type

XXXXXXXXXX
XXXXXXXXXX
XXXXXXXXXX
XXXXXXXXXX

le , à

A l'attention de XXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXX
XXXXXXXXXX
XXXXXXXXXX

Monsieur le Directeur,

Actuellement étudiante, j'effectue un travail de recherche sur les usages des nouveaux modes de consommation des films qui apparaissent par l'intermédiaire d'Internet, et notamment par l'utilisation des réseaux *peer-to-peer*.

Afin de comparer les modes de consommation classique du film en salle, en achat et en location de vidéo, j'ai mis au point avec mon professeur un questionnaire que j'ai besoin de faire remplir par des personnes qui utilisent ces réseaux. Une des cibles qui a été définie est constituée des personnes qui font des achats aux rayons image des magasins.

Je vous demande donc l'autorisation d'interroger vos clients et de leur proposer de participer à cette enquête. Votre magasin propose une offre abondante de produits variés, c'est la raison pour laquelle je m'adresse à vous : le grand nombre de clients que vous accueillez chaque jour me permettrait de rentabiliser au maximum le temps de l'enquête. Cette enquête serait effectuée uniquement dans le rayon image. Il m'est nécessaire de faire remplir 15 questionnaires ; par conséquent, je pense que si vous m'accordez cette autorisation, deux journées complètes au grand maximum, devraient me suffire pour atteindre cet objectif.

Ce travail de recherche s'inscrit dans le cadre d'un cursus universitaire en Arts du Spectacle et a pour finalité d'interroger la consommation qui est faite des biens culturels. Il s'agit de déterminer si Internet et les nouvelles technologies influencent les comportements ou entraînent une évolution des goûts.

Le nom de votre magasin ne sera à aucun moment cité dans le texte, ce qui peut être si vous le souhaitez établi par écrit.

Vous trouverez ci-joint le questionnaire en question ainsi qu'un courrier d'accompagnement du professeur qui suit ce travail.

Dans l'attente de votre réponse, veuillez accepter, Monsieur le Directeur, mes respectueuses salutations.

Annexe 6 – Résultats chiffrés de l'enquête « Télécharger des films : une nouvelle façon de consommer les images »

Les questions auxquelles font référence les tableaux sont indiquées par la lettre Q, suivie du numéro de la question.

Tableau 1 (Q7) : appareils électroniques possédés

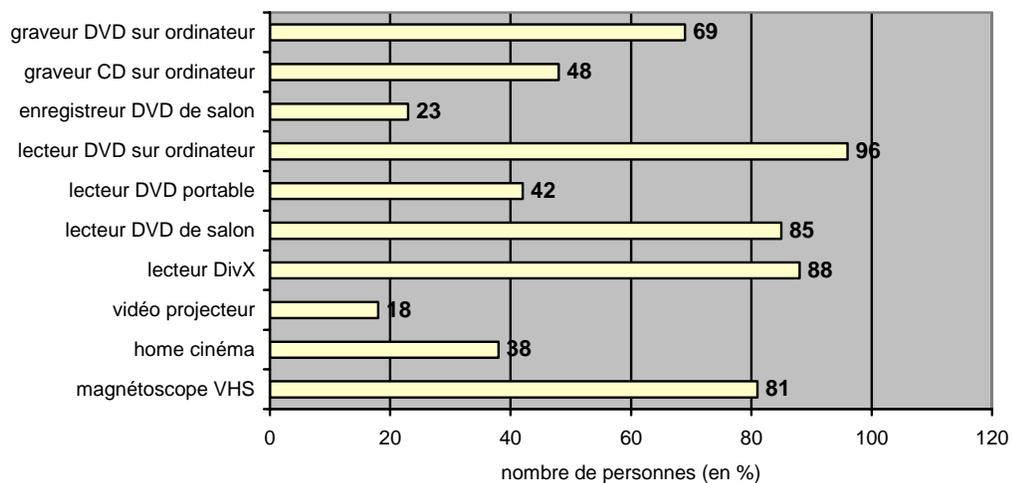


Tableau 2 (Q8) : nombre de personnes clientes des services suivants (en %)

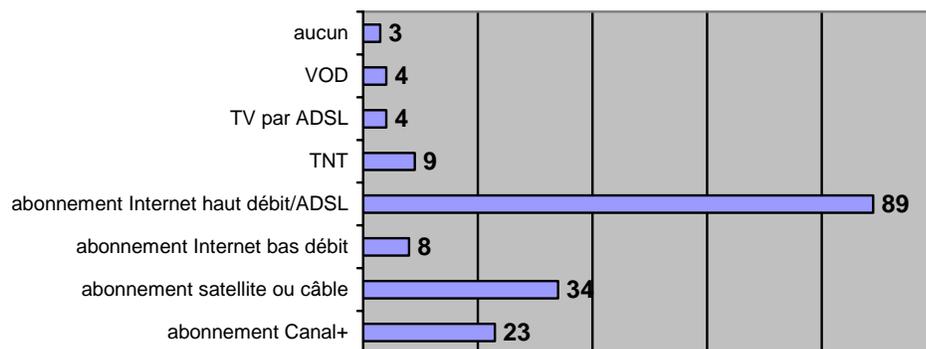


Tableau 3 (Q1) : les 15 genres préférés

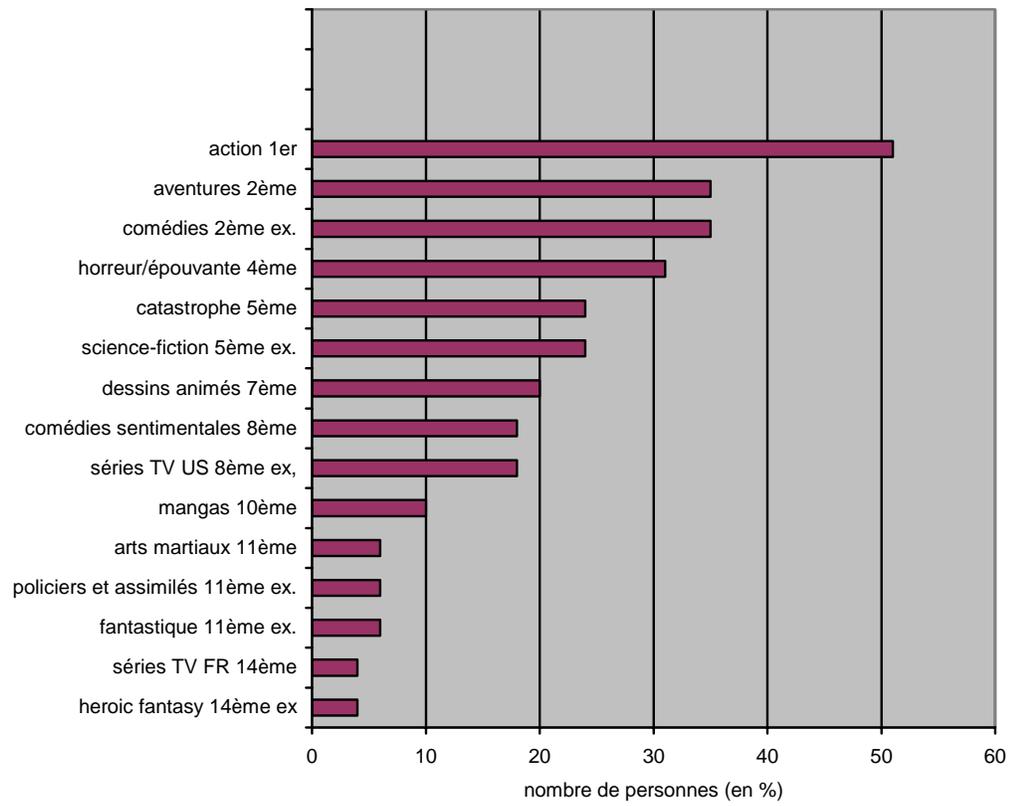
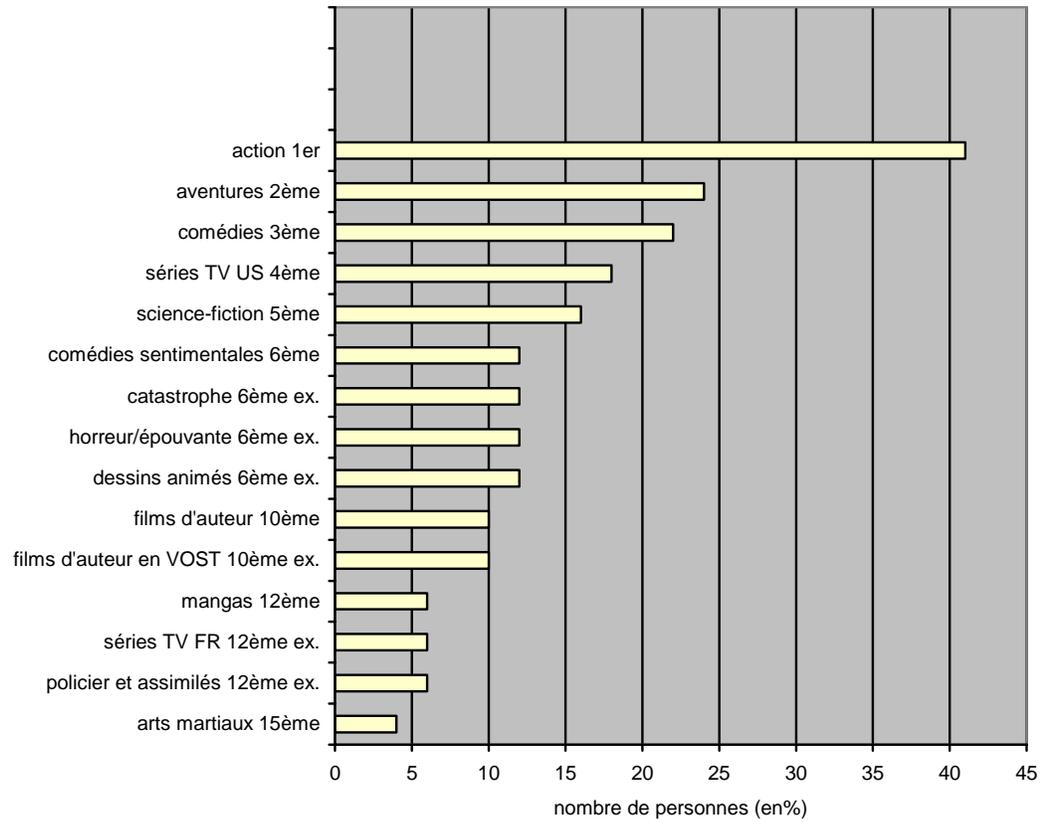


Tableau 4 (Q12) : les 15 genres les plus achetés en DVD



Tablea 5 (Q17) : les 15 films les plus téléchargés

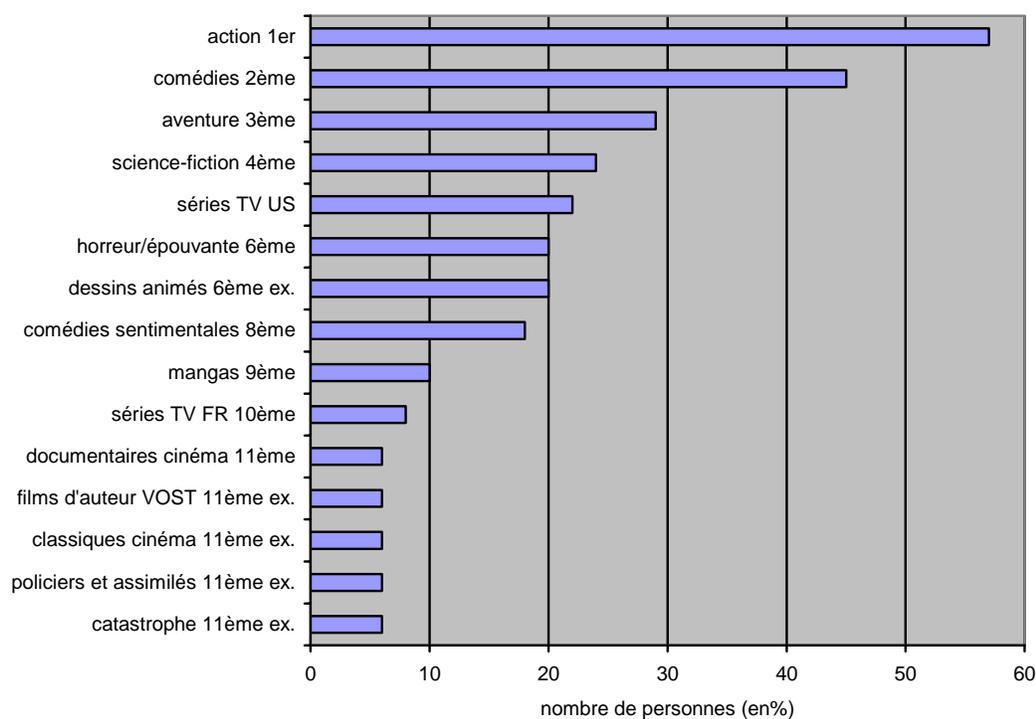


Tableau 6 (Q14) : les critères de choix des DVD achetés

Les téléchargeurs déclarent que :		
Rang 1	C'est le bouche à oreille qui donne envie d'acheter un DVD	35%
Rang 2	Ils achètent surtout les films déjà vus auparavant	33%
Rang 3	Ils lisent les critiques des médias spécialisés avant d'acheter	22%
Rang 4	Ils choisissent en fonction de la publicité autour du film	16%
	Ils achètent uniquement les DVD soldés	16%
Rang 5	Ce sont surtout les bonus qui déterminent l'achat du DVD	8%

Tableau 7 (Q18) : la nationalité des films téléchargés

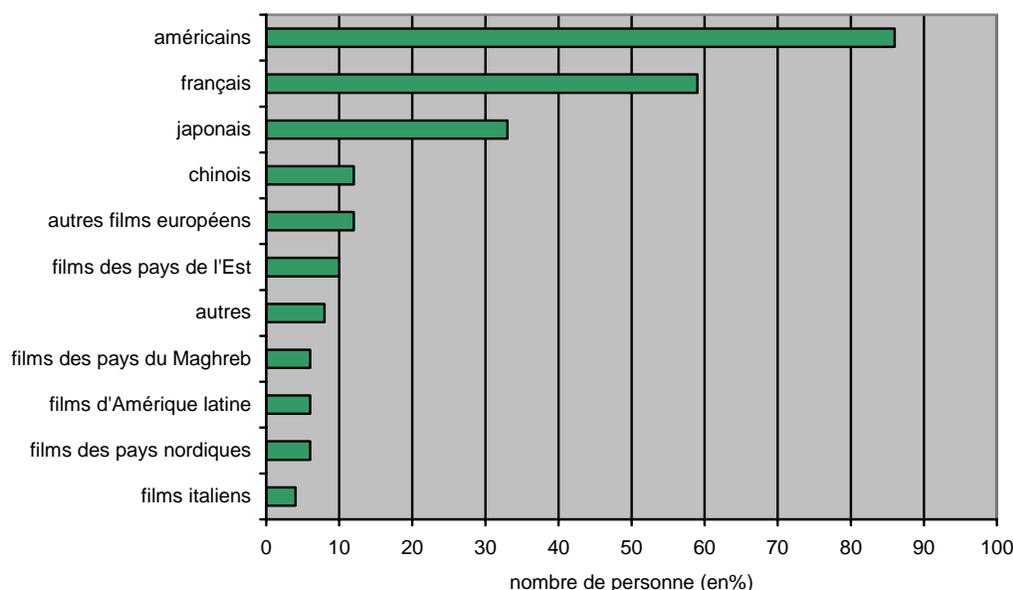


Tableau 8a (Q24) : les comportements liés à la pratique de téléchargement

Les téléchargeurs déclarent que :		
Rang 1	Ils savent quels films ils veulent télécharger avant de se connecter	76%
Rang 2	Ils ne savent pas quels films ils vont télécharger avant de se connecter	22%
Rang 3	Utiliser les réseaux P2P leur permet de trouver plus facilement des produits dérivés des films dans les circuits de distribution classiques	18%
Rang 4	Utiliser les réseaux P2P leur a permis de rencontrer des personnes qui partagent leurs goûts	4%

Tableau 8b (Q24) : les films « rares » disponibles sur les réseaux P2P

Il arrive aux téléchargeurs de trouver sur les réseaux P2P des films introuvables ailleurs :		
Rang 1	Parfois	26%
Rang 2	Ne cherche aucune « perle rare »	12%
Rang 3	Souvent	8%
Rang 4	Rarement	6%

Tableau 9 (Q15) : les avantages du DVD, les avantages du film téléchargé

Les « plus » du DVD :		
Rang 1	Qualité d'image	41%
	Importance de l'original (objet de collection, conservation)	41%
Rang 2	VO et VOST	25%
Rang 3	Menus interactifs	24%
Rang 4	Les auteurs sont rémunérés	10%
Les « plus » du film téléchargé :		
Rang 1	Gratuit, donc possible d'en voir davantage	35%
Rang 2	Pas de regrets si le film ne plaît pas	31%
Rang 3	Permet de « tester » le film avant de l'acheter en DVD	22%
	Permet d'avoir et de voir des films quand on n'a pas les moyens financiers de les acheter	22%
Rang 4	Tous les films devraient être disponibles gratuitement passée une période	12%

Tableau 10 (Q27) : l'alternative à une éventuelle fermeture des réseaux P2P

Si les réseaux venaient à être fermés, leurs utilisateurs :			
	oui	non	ne savent pas
Loueraient davantage de DVD	43%	45%	12%
Achèteraient davantage de DVD	16%	55%	29%
Utiliseraient le téléchargement payant	24%	47%	29%
Iraient davantage au cinéma	23%	63%	14%
Regarderaient davantage la télévision	17%	71%	12%
Continueraient à télécharger gratuitement par un autre moyen	57%	20%	23%

Tableau 11 (Q qu'en pensez-vous ?) : opinion et avis divers

Les internautes déclarent majoritairement : (sur 62 personnes interrogées)	
Etre intéressés par un accès à l'audiovisuel par Internet	61%
Que les réseaux P2P ont changé leurs pratiques culturelles	44%
Que leur culture de cinéphile a augmenté grâce aux réseaux P2P	65%
Qu'aller au cinéma a toujours un intérêt aujourd'hui	94%
Que le téléchargement non payant n'est pas un phénomène de mode	77%
Que le téléchargement sur Internet est une révolution dans la manière de consommer les images	81%
Que le terme de « piratage » est approprié à la pratique de téléchargement	55%

Annexe 7 - Chronologie comparative : avancées technologiques, cinéma-audiovisuel-Internet, affaires juridiques et législation

AVANCEES TECHNOLOGIQUES	CINEMA - AUDIOVISUEL et INTERNET	AFFAIRES JURIDIQUES LEGISLATION
1970		
Magnétoscope pour tous (VCR de Philips)		
1977		
Confirmation de la réussite commerciale du standard VHS		
1980		
Vidéodisque à lecture optique (Thomson, Philips)		
1984		
		Etats-Unis ; affaire Sony-Betamax : Sony n'est pas jugé responsable des copies illicites réalisées à l'aide de ses magnétoscopes.
1985		
		juillet France ; adoption de la loi sur la copie privée (Loi 85-660)
1987		
mars Pays-Bas ; lancement du premier lecteur de vidéodisques numérique (Philips)		Les éditeurs français de musique demandent à la Commission européenne d'interdire la vente des lecteurs-enregistreurs DAT. France ; campagne de « sensibilisation » à la propriété intellectuelle, menée par l'ALPA auprès des étudiants de l'ENM. mai France ; à la demande de l'ALPA, 3 détectives privés traquent les « pirates de l'écran » pour le compte des professionnels du cinéma (<i>Le Monde</i> , 12 mai 1987) octobre Le SNEP demande d'empêcher légalement l'introduction de la DAT en France
Années 1990		
Généralisation de la diffusion des films en cassettes vidéo		
1991		

<p>Norme de compression vidéo Mpeg-1, conçu en vue de l'utilisation de la vidéo sur les CD-Rom</p> <p>Pour la première fois, les « pirates » américains commencent à utiliser des caméscopes pour filmer les projections sur grand écran en salles, et les transférer ensuite sur cassettes vidéo</p>		<p>Offensive inédite d'American Cablevision, filiale de Time Warner, contre les usagers pirates de ses chaînes payantes, poursuites judiciaires engagées contre les fraudeurs repérés (<i>Le Monde</i>, 28 avril 1991)</p>
1993		
	<p>Dépôt de brevets par les fondateurs de la société Sightsound, autorisant location et vente de films en réseau informatique, tout en assurant protection contre piratage.</p>	
1994		
<p>Norme de compression vidéo Mpeg-2, destinée à la diffusion numérique de la télévision</p> <p>Norme de compression vidéo Mpeg-3, destinée à la télévision haute définition (projet abandonné)</p>		<p>avril Europe ; création de l'Anti-piracy Contact Group (ACG) afin de promouvoir des lois anti-piratage adéquates et attirer l'attention de la justice et du grand public sur ce problème (BskyB, Canal+, Filmnet, Premiere, Telepiu, Etats-Unis Telecom, Irdeto, News Datacom, ACT, ECCA, MPEAA)</p> <p>décembre Les Etats-Unis menacent la Grèce de sanctions commerciales si aucune mesure n'est prise par le gouvernement contre la diffusion télévisée non autorisée des productions américaines</p>
1995		
<p><i>Digital Versatil Disc</i> (DVD; norme adoptée: Mpeg-2)</p> <p>septembre Création d'un consortium de sociétés du monde multimédia (Hitachi, JVC, Matsushita, Mitsubishi, Philips, Pioneer, Sony, Thomson, Time Warner, Toshiba), afin de porter le nouveau format du support DVD</p>		
1996		
<p>France ; lancement des chaînes satellitaires (avril : CanalSatellite, octobre : AB</p>		

Sat, décembre : TPS)		
1997		
Prix moyen d'un graveur de DVD professionnel : 25 000 €		
1998		
	Etats-Unis ; premier site Web expérimental permettant de visionner des films à la demande (par la société Audionet)	Etats-Unis ; <i>Digital Millenium Copyright Act</i> (DMCA), loi sur le copyright
1999		
Etats-Unis ; lancement de 2 magnétoscopes de salon (TiVo et Replay) intégrant un disque dur. Norme de compression vidéo Mpeg-4, destinée à permettre la diffusion de la vidéo sur des réseaux informatiques Format Divx (DVD-Rom), utilisé par les grands studios d'Hollywood pour la location de films sur DVD autodestructibles (abandonné en 2000) octobre Le logiciel DeCSS (conçu par l'association MoRE) est disponible sur Internet	avril Sightsound.com propose le premier long-métrage en ligne (<i>Pi</i> , réal. Darren Aronofsky) décembre Début du tournage de <i>Quantum Leap</i> , premier film produit directement pour distribution commerciale sur le Web (réal. Francis Glebas ; prod. Metafilmics-Stephen Simon; budget 3 millions \$; diff. prévue sur Sightsound.com)	
2000		
Format de compression vidéo DivX, lancé par la compagnie DIVX Networks, basée à San Fransisco.	Etats-Unis ; des sociétés de diffusion de courts-métrages et de vidéos sur Internet déposent leur bilan ou diversifient leurs activités, suite aux difficultés qu'elles rencontrent à toucher le public (<i>Le Monde</i> , 25 octobre 2000) MGM, premier studio hollywoodien à annoncer qu'il envisage la distribution de certains films en ligne (<i>Le Monde</i> , 16 février 2000) Des logiciels disponibles sur Internet permettent décodage du CSS et récupération du contenu des DVD sur son propre disque dur.	janvier Des studios de cinéma portent plainte contre iCraveTV.com, société canadienne soupçonnée de diffuser sur Internet versions pirates de films et programmes juin La MPAA poursuit devant les tribunaux américains le site Web Scour, qui permet de se procurer des fichiers aux formats DivX et Mp3 Disney, Paramount, Time Warner, MGM, Columbia Studios et 20th Century Fox assignent en justice le site Web RecordTV.com ; accusé de diffuser sans autorisation des feuillets télévisés

<p>septembre Nouveau marquage ISAN pour l'audiovisuel</p>	<p>juillet Lancement du site Web français LiberaFilms, permettant la diffusion de films sur Internet à haut débit</p>	<p>juillet San Francisco ; La justice ordonne l'arrêt temporaire des activités de Napster</p> <p>août Etats-Unis ; à l'issue du « procès DeCSS » qui l'opposait à la MPAA, 2600 (revue de <i>hackers</i> informatiques) se voit interdire la publication sur Internet de logiciels DeCSS</p> <p>septembre Microsoft crée un logiciel de gestion des droits digitaux (DRM)</p>
2001		
<p>Arrivée sur le marché des 2 premiers enregistreurs DVD (Philips et Pioneer)</p> <p>Apparition du graveur de DVD pour ordinateurs haut de gamme.</p>	<p>Création de la société française MovieSystem, qui propose des longs-métrages en ligne, par un service de vidéo à la demande.</p>	<p>janvier La Commission Brun-Buisson instauration de la redevance pour copie privée sur CD et DVD.</p> <p>mai L'IFPI lance un outil anti-pirate, Songbird, permettant aux artistes et maisons de production de repérer leurs musiques sur Napster et de les retirer s'ils le veulent.</p> <p>Adoption au Parlement européen de la Directive sur « L'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information » (Directive 2001-29)</p> <p>septembre Canal+ annonce une « offensive d'envergure » contre les détenteurs de cartes et décodeurs pirates en France et en Espagne (<i>Le Monde</i>, 15 septembre 2001)</p>
2002		
<p>novembre France ; premier lecteur DVD compatible DivX (lecteur KISS DP-450 par la société Kiss Technology)</p> <p>fin d'année Chute du prix des graveurs de DVD.</p>	<p>octobre Création de la société « Le Meilleur du cinéma français », réunissant une quarantaine de producteurs français, essentiellement indépendants, et signature d'un accord avec MovieSystem pour la mise à disposition en ligne de certains films (<i>Le Monde</i>, 17 octobre 2002).</p>	
2003		
<p>Prix moyen d'un DVD-R : 8 à</p>	<p>Selon la MPAA, 600 000 films</p>	<p>La justice américaine oblige la</p>

10 €	sont téléchargés chaque jour sur Internet (<i>Le Monde</i> , 25 octobre 2003).	<p>société de services Internet Verizon à donner, à la RIAA, les noms de 4 utilisateurs soupçonnés de trafic illégal de musique</p> <p>La RIAA démarre une campagne de poursuites judiciaires contre les internautes qui téléchargent ou copient de la musique sans autorisation</p> <p>janvier Présentation par la Commission européenne d'une proposition de directive de renforcement de la lutte contre le piratage et la contrefaçon (<i>Le Monde</i>, 5 février 2003)</p> <p>juillet Le roman de J.K. Rowling, <i>L'Ordre du Phénix</i>, retraçant les aventures d'Harry Potter, est traduit de l'Anglais par 4 élèves tchèques de 14 ans, et mis à disposition sur Internet ; l'éditeur tchèque se déclare prêt à entamer des poursuites judiciaires</p>
2004		
		<p>janvier Création du consortium Project Hudson (par Intel, Nokia, Samsung, Toshiba et Matsushita) pour lutter contre le piratage et l'échange de données sur Internet</p> <p>mai France ; Colloque antipiraterie organisé par le Festival de Cannes, Canal+, le CNC et l'ALPA.</p> <p>juin France ; Adoption de la Loi pour la confiance dans l'économie numérique (Loi 2004-575)</p> <p>juillet France ; adoption de la réforme de la loi de 1978 sur l'informatique et les libertés, le fichage des internautes qui violeraient le droit d'auteur est désormais légal</p> <p>Paris ; signature d'une charte officielle contre le piratage en ligne, par les représentants de l'industrie musicale et les FAI</p>

2005		
		<p>mai Journée de l'Europe 2005 : les ministres européens examinent le piratage de films sur Internet (<i>Le Monde</i>, 19 mai 2005)</p> <p>France ; décision de la Commission « Copie privée » d'appliquer la redevance aux clés USB à partir de 2006.</p> <p>juin Les producteurs du film français <i>Les Choristes</i> (Galatée Films et Pathé Renn Production) portent plainte contre les sociétés Neuf Télécom, Télécom Italia, AOL, La Française des jeux, la SNCF, Finaref, le Groupe Partouche pour « délit de complicité et de contrefaçon ».</p>

GLOSSAIRE

(définitions et sigles employés)

ACT : Association des télévisions commerciales européennes.

ALPA : Association de Lutte contre la Piraterie Audiovisuelle.

BLIC : Bureau de Liaison des Industries Cinématographiques.

DCSS : *DVD Content Scrambling System* ; système d'encryptage rendant impossible la copie d'un DVD original sur un DVD-R.

DeCSS : logiciel permettant de contourner les protections des DVD.

Divx : Format spécial de DVD-Rom, promu par les grands studios hollywoodiens de cinéma. Format utilisé en 1999 pour mettre en place un système de location de films sur DVD à durée de vie limitée : le film devenait illisible généralement au bout de 48 heures, le locataire n'était plus tenu de restituer le support loué et les pénalités de retard n'avaient plus à être gérées. Ce format n'a pas eu le succès attendu, notamment parce qu'il nécessitait l'achat d'un lecteur spécial, et a été abandonné en 2000.

DivX ou Divx;) : Format de compression-décompression vidéo, basé sur la norme Mpeg-4, créé par deux hackers français et allemand, Jérôme Rota et Max Morice. Le DivX permet un taux de compression dix fois supérieur aux autres formats existant, sans perte de qualité notable pour les données. Les inventeurs ont baptisé leur format Divx;), clin d'oeil de dérision qui reprend le nom du format qui permettait aux DVD de s'autodétruire.

DTV : *Digital Television*; appellation anglophone de la télévision numérique.

DVD : *Digital Versatil Disc* ; support universel alternatif au CD audio, d'une plus grande capacité de stockage, dont le format permet l'adaptation à différents types de contenus : DVD vidéo, DVD audio, DVD-ROM et DVD-RAM. Il permet aussi une plus grande interactivité grâce à une inscription des données et à un accès aléatoires. Il existe quatre grandes familles de supports DVD : DVD-5 (simple face, simple couche), DVD-9 (simple face, double couche), DVD-10 (double face, simple couche) et DVD-17 (double face, double couche).

Prévu afin de limiter la diffusion de copies illicites des **DVD vidéo**, un découpage géographique de zones de lecture a été effectué, et les supports distribués ne peuvent

être lus dans une zone différente de celle pour laquelle ils ont prévus. Néanmoins, la majorité des lecteurs DVD peuvent être « dézonés » grâce à des utilitaires.

DVD-R : DVD inscriptible ; support d'enregistrement de données audio et vidéo ayant une capacité de stockage 4,7 Go.

DVD-RW : DVD réinscriptible.

ECCA : Association européenne des communications par câble.

FING : Fondation Internet Nouvelle Génération.

HDTV : *High Definition TeleVision*

MoRE : *Masters of Reverse Engineering* ;

MPA : *Motion Picture Association*.

MPAA : *Motion Picture Association of America*.

MPEAA : *Motion Picture Export Association of America*.

Mpeg : *Moving Picture Expert Group* ; groupe de travail et organisme américain de standardisation, responsable du développement international des normes numériques pour la compression, la décompression, le traitement et la codification de séquences audio et vidéo. Par extension, nom de la norme elle-même.

Mpeg-1 : norme de compression vidéo à destination des CD-ROM, lancée en 1991.

Mpeg-2 : norme de compression vidéo, développée en 1994, dans la perspective de la télévision numérique.

Mpeg-4 : norme de compression vidéo, permettant des taux de compression très élevés, réduisant considérablement la taille des données, qui gardent toutefois une grande qualité.

Protocole : langage informatique technique utilisé par les ordinateurs concernés pour communiquer entre eux.

SNEP : Syndicat National de l'Édition Phonographique.

SPEDIDAM : Société de Perception et de Distribution des Droits des Artistes-interprètes de la musique et de la Danse.

TCP :

TNT : Télévision Numérique Terrestre.

BIBLIOGRAPHIE

REVUE DE PRESSE

Cette revue de presse est une sélection d'articles généralistes rattachés au sujet de ce mémoire. Elle inclut aussi quelques brèves et dépêches. Les articles traitant de l'échange de films en P2P et du téléchargement non payant sont signalés par une flèche (►).

1987

- Lacan, Jean-François. « Un forum sur la piraterie. Les privés attaquent », *Le Monde*, 12 mai 1987.
- Cojean, Annick. « Le trafic des cassettes vidéo. Démantèlement d'un important réseau », *Le Monde*, 10 juillet 1987.
- Dessot, André. « Des cassettes à très haute fidélité », *Le Monde*, 17 novembre 1987.

1988

- Woodrow, Alain. « Un projet de loi britannique sur la copie vidéo. Des cassettes autocensurées ? », *Le Monde*, 23 juin 1988.

1991

- Le Monde. « Le câble new-yorkais piège ses pirates », *Le Monde*, 28 avril 1991.
- Frodon, Jean-Michel. « TRENTE-CINQ PROFESSIONNELS A LA QUESTION. Méfiez-vous des contrefaçons », *Le Monde*, 9 mai 1991.

1992

- Monroy, Catherine. « Disques pirates en Europe centrale. Les Tchèques et leurs voisins sont passés de l'interdiction de reproduire les œuvres des dissidents à l'édition pirate de cassettes », *Le Monde*, 14 juillet 1992.

1993

- De Montvalon, Jean-Baptiste. « Le développement d'un nouveau fléau économique. Le piraterie audiovisuelle n'est pas un jeu innocent mais un trafic juteux », *Le Monde*, 7 novembre 1993.

1994

- Rouard, Danielle. « L'Europe des pirates du disque », *Le Monde*, 7 mai 1994.
- Siclier, Jacques. « Vidéocassettes, cinéphilie et nostalgie. Chefs-d'œuvres, "nanars" et vidéo », *Le Monde*, 21 novembre 1994.
- Le Monde. « CINEMA : Piratage de films », *Le Monde*, 7 décembre 1994.

1995

- Le Monde. « CINEMA : Un million de copies pirates du Roi Lion ont déjà été vendues en Grande-Bretagne », *Le Monde*, 19 septembre 1995.

- Le Monde. « Prophéties pour le deuxième siècle du cinéma », *Le Monde*, 28 décembre 1995.

1996

- Eudes, Yves. « Surfeurs et pirates », *Le Monde*, 28 janvier 1996.
- Eudes, Yves. « Vive le logiciel libre », *Le Monde*, 17 mars 1996.
- Deron, Francis. « Les Etats-Unis et la Chine ont signé un accord sur le “copyright” audiovisuel et informatique », *Le Monde*, 19 juin 1996.
- Dutheil, Guy. « La télévision entre dans la guerre des bouquets d’images », *Le Monde*, 23 juillet 1996.

1997

- Chapron, Joel. « La Russie part en guerre contre le piratage des images », *Le Monde*, 3 avril 1997.
- Chatelot, Christophe. « Vingt-cinq millions de CD pirates sont fabriqués chaque année en Bulgarie », *Le Monde*, 30 octobre 1997.
- Eudes, Yves. « Peines aggravées pour les copieurs américains », *Le Monde*, 30 novembre 1997.

1998

- Eudes, Yves. « Webcinéma, première », *Le Monde*, 11 mai 1998.
- Davet, Stéphane. « Lycéen pirate à ses loisirs », *Le Monde*, 18 décembre 1998.

1999

- Blumenfeld, Samuel. « Les nouvelles technologies ouvrent le champ de vision des cinéphiles », *Le Monde*, 21 janvier 1999.
- Mortaigne, Véronique. « Les droits d’auteur renforcés », *Le Monde*, 14 février 1999.
- Dutheil, Guy. « Les éditeurs traquent les petits revendeurs et épargnent les gros », *Le Monde*, 26 février 1999.
- Alberganti, Michel. « Multimédia : l’hypocrisie de la lutte anti-piratage », *Le Monde*, 30 mars 1999.
- Alberganti, Michel. « C’EST AUJOURD’HUI DEMAIN : La télévision qui ne s’éteint plus », *Le Monde*, 27 juillet 1999.
- Brunshwig, Valérie. « Le piratage cinématographique est devenu une affaire de grand banditisme », *Le Monde*, 25 août 1999.
- Mulard, Claudine. « La Toile pourrait devenir le plus grand cinéma du monde », *Le Monde*, 15 septembre 1999.
- Alberganti, Michel. « Les éditeurs se lancent dans une croisade incertaine », *Le Monde*, 15 octobre 1999.

- Blumenfeld, Samuel et Guerrin, Michel. « 21 questions au XXIème siècle. 7. Le sacrifice de l'art ? les œuvres seront dupliquées, dématérialisées et admirées », *Le Monde interactif*, 26 novembre 1999.

2000

- Eudes, Yves. « www.2600.org », *Le Monde*, 26 janvier 2000.
- Mulard, Claudine. « Les studios abordent prudemment la Toile », *Le Monde*, 16 février 2000.
- Blumenfeld, Samuel. « Le numérique, sésame des studios de production », *Le Monde*, 25 mars 2000.
- Mortaigne, Véronique et Vulser, Nicole. « La difficile défense des droits d'auteur sur Internet », *Le Monde*, 31 mai 2000.
- Hazan, Alain. « Qui est responsable ? », *Le Monde*, 21 juin 2000.
- Siclier, Sylvain. « Napster, symbole des dérives de la diffusion des musiques sur la Toile », *Le Monde*, 16 juillet 2000.
- Mortaigne, Véronique. « Le droit d'auteur est-il dépassé ? », *Le Monde*, 2 août 2000.
- Mortaigne, Véronique. « A Lyon, le livre, le cinéma et la musique se sont montrés solidaires face à Internet », *Le Monde*, 15 septembre 2000.
- Vivant, Michel. « La propriété intellectuelle et les nouvelles technologies », *Le Monde*, 19 septembre 2000.
- Galinier, Pascal. « L'industrie musicale américaine veut réduire Napster au silence », *Le Monde*, 4 octobre 2000.
- Mortaigne, Véronique. « La tentation de la gratuité », *Le Monde*, 4 octobre 2000.
- Grover, Ronald et Eads, Stefani. « Tremblements de terre à Hollywood.com », *Le Monde*, 25 octobre 2000.
- Leser, Eric. « Bertelsmann offre la respectabilité à Napster », *Le Monde*, 2 novembre 2000.
- Le Monde. « LiberaFilms », *Le Monde Interactif*, 8 novembre 2000.
- William, Berg. « Vidéo : la révélation du format DivX », *le Monde*, 8 novembre 2000.
- Blumenfeld, Samuel. « Le cinéma et Internet, ou l'échec de "Sillywood" », *Le Monde*, 24 décembre 2000.

2001

- Chambon, Frédéric. « Le piratage, nouveau business des cracks de l'informatique », *Le Monde*, 9 janvier 2001.
- Blumenfeld, Samuel. « L'industrie cinématographique menacée par le DivX », *Le Monde*, 24 janvier 2001.
- Galinier, Pascal et Jacob, Antoine. « La justice américaine contraint Napster à empêcher le piratage musical », *Le Monde*, 14 février 2001.
- Rivais, Rafaele. « L'Europe protégera mieux les droits des auteurs sur Internet », *Le Monde*, 16 février 2001.

- Mortaigne, Véronique. « Echec à Napster et à l'art gratuit », *Le Monde*, 20 février 2001.
- Jakubyszyn, Laurent. « L'inéluctable modèle de la génération Napster », *Le Monde*, 23 février 2001.
- Szendy, Peter. « "L'écoute, sorte de vol toléré" ? », *Le Monde*, 27 février 2001.
- Le Diberder, Alain. « Pirate », *Le Monde Interactif*, 4 avril 2001.
- Fraissard, Guillaume. « DVD, la promesse d'un format universel », *Le Monde Interactif*, 18 avril 2001.
- Blondeau, Olivier. « Pour le droit d'auteur », *Le Monde Interactif*, 25 avril 2001.
- Morin, Hervé. « Un tatouage numérique contre les copies illégales de fichiers audio et vidéo », *Le Monde*, 21 septembre 2001.
- Fraissard, Guillaume (Propos recueillis par). « Trois questions à... Caroline Stiegler », *Le Monde Interactif*, 3 octobre 2001.
- Dutheil, Guy. « Les chaînes payantes essaient, en vain, de lutter contre le piratage », *Le Monde*, 20 décembre 2001.

2002

- Alberganti, Michel. « Demain, le téléspectateur s'affranchira de la grille des programmes », *Le Monde*, 23 janvier 2002.
- ► Eudes, Yves. « Qui a peur de Kazaa », *Le Monde*, 28 février 2002.
- Lompech, Alain. « Retour aux sources », *Le Monde*, 17 mai 2002.
- ► Foucart, Stéphane. « L'anonymat au cœur du système », *Le Monde*, 11 septembre 2002.
- Latour, Germain. « La copie : du vol en famille », *Libération*, 18 décembre 2002.

2003

- ► Alberganti, Michel. « La crainte du piratage et l'incertitude DivX », *Le Monde*, 8 janvier 2003.
- ► Foucart, Stéphane. « Objectif : la gestion des droits numériques pour contrer le piratage », *Le Monde*, 17 janvier 2003.
- Regnier, Isabelle. « Le débat se répète à propos des DVD », *Le Monde*, 18 janvier 2003.
- ► Alberganti, Michel. « CD, DVD, les vertus du piratage privé », *Le Monde*, 28 janvier 2003.
- ► Foucart, Stéphane. « AOL veut sanctionner ses clients suspects de "piratage" », *Le Monde*, 28 février 2003.
- ► Foucart, Stéphane. « Les fournisseurs d'accès associés à la lutte contre les "pirates" », *Le Monde*, 30 avril 2003.
- Le Boucher, Eric. « Au secours Steve Jobs, l'Internet se suicide ! », *Le Monde*, 11 mai 2003.
- Foucart, Stéphane. « L'UFC s'attaque à la protection "abusive" des CD et DVD », *Le Monde*, 29 mai 2003.
- Foucart, Stéphane. « Les attaques contre la protection anti-copie des CD relancent le débat sur la réforme du droit d'auteur », *Le Monde*, 31 mai 2003.

- ► Mulard, Claudine. « Les studios privent les votants des OSCARS DES DVD des films », *Le Monde*, 19 octobre 2003.
- ► Le Gendre, Bertrand. « La culture du gratuit », *Le Monde*, 25 octobre 2003.
- ► Vulser, Nicole. « Musique et cinéma s’allient pour dénoncer la piraterie sur Internet », *Le Monde*, 6 décembre 2003.

2004

- ► Vulser, Nicole. « Le choc des majors et des pirates du DVD », *Le Monde*, 4 janvier 2004.
- Vulser, Nicole. « Le manque de diffusion, problème de la culture », *Le Monde*, 12 mars 2004.
- Bensoussan, David. « Internet. Peur sur le cinéma », *L’Express*, 14 mars 2005.
- ► Vulser, Nicole. « Près de trois millions de Français téléchargent des films illégalement », *Le Monde*, 12 mai 2004.
- ► Kouyoumdjian, Rafi. « Internet et cinéma : l’un n’ira plus sans l’autre », *Le Monde*, 21 mai 2004.
- ► Alberganti, Michel. « L’aiguillon du piratage », *Le Monde*, 10 juin 2004.
- Olivennes, Denis. « Ne tirez pas sur les pianistes », *Le Monde*, 19 juin 2004.
- Vulser, Nicole. « Un rapport tente d’adapter les droits d’auteur à la révolution numérique », *Le Monde*, 8 juillet 2004.
- ► Brafman, Nathalie. « Le gouvernement accélère la lutte contre le “piratage” sur Internet et menace de déconnexion les internautes adeptes de l’échange gratuit », *Le Monde*, 16 juillet 2004.
- ► Brafman, Nathalie. « Les professionnels décidés à enrayer le piratage sur Internet », *Le Monde*, 17 juillet 2004.
- ► Le Monde. « La démocratie au bout du clic », *Le Monde.fr*, 30 juillet 2004.
- ► Foucart, Stéphane. « Guerre à outrance contre les “pirates” », *Le Monde*, 18 septembre 2004.
- ► Vulser, Nicole (propos recueillis par). « “La diversité culturelle ne doit pas être une excuse pour créer de nouvelles barrières” », *Le Monde*, 24 octobre 2004.
- ► Vulser, Nicole. « Piratage : les professionnels du cinéma demandent des sanctions accrues », *Le Monde*, 26 octobre 2004.
- ► Le Monde. « Hollywood s’attaque aux exploitants de sites d’échanges gratuits », *Le Monde.fr*, 15 décembre 2004.

2005

- ► Mortaigne, Véronique. « Le téléchargement, un débat sans fin », *Le Monde*, 12 février 2005.
- ► Hopquin, Benoît et Deshais, Jessy (illustration). « Je télécharge, tu télécharges », *Le Monde*, 19 février 2005.
- ► Nunès, Eric. « Téléchargement sur Internet : “ parlons-en franchement !” », *Le Monde*, 19 avril 2004.
- Tulard, Jean. « Existe-t-il une nouvelle cinéphilie ? » (débat), *Le Monde.fr*, 12 mai 2005.

- ► Vulser, Nicole. « Les ministres européens de la culture ont examiné le piratage de films sur Internet », *Le Monde*, 19 mai 2005.
- ► Florent Latrive, « Hollywood contre-attaque », *Libération*, 3 juin 2005.
- ► Françoise-Marie Santucci, « Pirates en série », *Libération*, 3 juin 2005.
- ► Erwan Cario, « Avec BitTorrent, les épisodes coulent à flots », *Libération*, 3 juin 2005.
- Vulser, Nicole. « Bataille autour d'un projet de licence légale sur les CD et les films en ligne », *Le Monde*, 9 juin 2005.
- ► Le Monde. « Le virus du piratage » (édito), *Le Monde*, 25 juin 2005.
- ► Regnier, Isabelle. « Le piratage des films sur Internet bouscule le cinéma », *Le Monde*, 26 juin 2005.
- ► Bruet, Céline et Régnier, Isabelle. « Leslie, 22 ans : "C'est génial, c'est la culture chez soi" », *Le Monde*, 26 juin 2005.
- ► Regnier, Isabelle. « Une logique d'émulation souvent non lucrative », *Le Monde*, 26 juin 2005.
- ► Le Monde. « La Cour suprême américaine condamne le piratage en ligne », *Le Monde.fr*, 28 juin 2005.
- ► Salles, Alain. « Hollywood gagne la bataille du téléchargement », *Le Monde*, 29 juin 2005.
- ► Salles, Alain. « La MPA, bras armé des majors d'Hollywood », *Le Monde*, 27 juillet 2005.
- Pedroletti, Brice. « La Chine devient la plate-forme mondiale d'exportation des DVD frauduleux », *Le Monde*, 27 juillet 2005.
- Levet, Marie-Christine. « Le cinéma a-t-il sa place sur Internet ? », *Le Monde*, 3 août 2005.
- Macke, Gaëlle. « Il y a dix ans, Internet commençait à changer le monde », *Le Monde*, 19 août 2005.
- ► Karmitz, Marin. « Faut-il continuer d'ouvrir des cinémas à l'ère du numérique et du cinéma domestique ? » (débat), *Le Monde.fr*, 6 octobre 2005.

CINEMA ET AUDIOVISUEL

CASETTI, Francesco. *Les Théories du cinéma depuis 1945*. Paris : Nathan, coll. « Nathan Cinema », 2000.

GUILLOU, Bernard. « La distribution de films en ligne ». Etude réalisée pour l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel, janvier 2004, publié en ligne [http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/filmsonline_guillou.pdf.fr], 16 juillet 2005.

INTERNET - NTIC

COLLECTIF. *Internet : l'extase et l'effroi. Le Monde diplomatique*. Numéro hors série, coll. « Manière de voir », octobre 1996.

FLICHY, Patrice. *L'Imaginaire d'Internet*. Paris : Editions La Découverte, coll. « Sciences et Société », 2001.

OTMAN, Gabriel. *Les Mots de la cyberculture*. Paris : Editions Belin, coll. « Le Français Retrouvé », 1998.

USAGES DU PEER-TO-PEER ET « PIRATAGE » AUDIOVISUEL

ALPA. « L'offre "pirate" de films sur Internet » (octobre 2004), étude réalisée à la demande du CNC. Publié en ligne [http://www.cnc.fr/b_actual/fr_b2.htm] ; 15 octobre 2005.

BEAU, Franck ; KAPLAN, Daniel (dir.). *Piratage : arme de destruction massive de la culture ? Les Nouveaux Dossiers de l'Audiovisuel* numéro 1 (septembre 2004).

COLLECTIF. « Actes du colloque : Les réponses aux défis du peer-to-peer », organisé par la FING, sous le patronage de la Commission des affaires culturelles du Sénat (Paris, 28 septembre 2004) ; publié en ligne [<http://www.foruminternet.org/telechargement/documents/delacroix.pdf>], 12 juillet 2005.

LATRIVE, Florent. *Du Bon Usage de la piraterie. Culture libre, sciences ouvertes*. Paris : Exils, 2004.

LE FORUM des droits sur l'Internet. « Synthèse du forum de discussion. Peer-to-peer : quelle utilisation pour quels usages ? », organisé en ligne du 6 janvier au 30 mai 2003. Publié en ligne [<http://www.foruminternet.org/publications/lire.phtml?id=581>] ; 15 octobre 2005.

NICOLAS, Yann. « Le téléchargement sur les réseaux de pair à pair », dans *Développement Culturel* numéro 148 (juin 2005). Publié en ligne [<http://www.culture.gouv.fr/dep>] ; 15 octobre 2005.

QUALIQUANTI. « La Piraterie de films : motivations et pratiques des Internaute. Analyse qualitative. » (mai 2004), étude réalisée à la demande du CNC, publié en ligne [http://www.cnc.fr/index_dyn.htm?a_presen/r4/p1_d1_piraterie0504.htm] ; 15 octobre 2005.

SOCIOLOGIE

AKOUN, André ; ANSART, Pierre (dir.). *Dictionnaire de sociologie*. Paris : Le Robert/Seuil, 1999.

BOUDON, Raymond ; BOURRICAUD, François. *Dictionnaire critique de la sociologie*. Paris : PUF, 2002.

CAILLE, Alain. « Symbolisme ou symbolique ? », dans *Plus réel que le réel, le symbolisme. Revue du M.A.U.S.S.* numéro 12 (1998), pages 15-24.

_ « Don et symbolisme », dans *Plus réel que le réel, le symbolisme. Revue du M.A.U.S.S.* numéro 12 (1998), pages 122-147.

CHABAL, Mireille. « Quand la réciprocité semble non réciproque, ou la réciprocité cachée », dans *L'Obligation de donner. Revue du M.A.U.S.S.* numéro 8 (1996), pages 132-141.

DITCHEV, Ivaylo. « Alchimie symbolique postmoderne », dans *Plus réel que le réel, le symbolisme. Revue du M.A.U.S.S.* numéro 12 (1998), pages 180-184.

FOURNIER, Marcel ; MARCEL, Jean-Christophe (dir.). « Présences de Marcel Mauss », *Sociologie et sociétés*, vol.36, numéro 2. Montréal : Presses Universitaires de Montréal, 2005. Publié en ligne [<http://www.erudit.org/revue/socsoc/2004/v36/n2/index.html>] ; 20 septembre 2005.

- GODBOUT, Jacques T. ; CAILLE, Alain (collab.). *L'Esprit du don*. Paris/Montréal : La Découverte/Éditions du Boréal, 1992.
- KARSENTI, Bruno. « Le symbolisme, de Durkheim à Mauss », dans *L'Obligation de donner. Revue du M.A.U.S.S.* numéro 8 (1996), pages 59-67.
- LATOUCHE, Serge. « Le don est-il l'autre paradigme ? », dans *Plus réel que le réel, le symbolisme. Revue du M.A.U.S.S.* numéro 12 (1998), pages 311-322.
- LE BRETON, David. « Des affects comme symboles », dans *Plus réel que le réel, le symbolisme. Revue du M.A.U.S.S.* numéro 12 (1998), pages 167-179.
- MAUSS, Marcel. « Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques » (1924), dans *Anthropologie et sociologie*. Paris : PUF, coll. « Quadrige », 2003. Pages 145-280.
- MENDRAS, Henri. *Éléments de sociologie*. Paris : Armand Colin, 2002.
- MORIN, Edgar. « Sociologie du cinéma », dans *Sociologie*. Paris : Fayard, 1984. Pages 387-406.
- VANDEVELDE, Toon. « Dons et intérêts », dans *Plus réel que le réel, le symbolisme. Revue du M.A.U.S.S.* numéro 12 (1998), pages 283-293.