

Ce que l'Internet nous a appris sur la vraie nature du livre

Roberto Casati

Colloque virtuel / octobre-novembre 2001
Centre Georges Pompidou

Pour décrire le monde dit « virtuel », on utilise souvent des métaphores tirées du discours ordinaire sur la perception et l'action. Cela n'a rien d'étonnant, vu que les objets virtuels ont été en partie conçus en s'inspirant de ces métaphores. En même temps, il n'est pas dit que ces métaphores soient appropriées et qu'il ne faille pas commencer à utiliser des notions différentes, et éventuellement en inventer de nouvelles, si elles se révèlent plus adaptées aux phénomènes que l'on décrit. Il peut même arriver - comme je vais le démontrer - que ces nouveaux concepts puissent être utilisés « en retour » dans certaines situations que le discours sur la perception, l'action et les comportements sociaux décrit d'une manière qui nous a semblé jusqu'à maintenant parfaitement naturelle, mais qui peut se révéler à son tour totalement inadéquate. Nous pouvons importer les nouvelles métaphores qui surgissent de pratiques et d'usages nouveaux pour réinterpréter le monde non virtuel. Le sujet de cette intervention est la métaphysique du livre et la façon dont l'Internet la libère d'une conception peu adéquate. Et cette libération passe curieusement par un affranchissement économique.

Regardons l'icône de la corbeille sur l'écran d'un ordinateur. L'objet que cette icône représente n'est pas une corbeille. En fait, ce n'est même pas une icône ; elle ne représente une corbeille qu'indirectement, c'est l'image d'un champ sensible qui active un objet particulier. L'objet activé n'est évidemment pas une corbeille et d'ailleurs, à bien y regarder, il n'y ressemble même pas tellement. Une corbeille contient des documents sous la forme de morceaux de papier. Il n'y a pas d'ordre dans ce que contient une corbeille. Ce qui arrive en premier finit plus ou moins dans

le fond. Outre les documents, une corbeille peut contenir des choses très diverses et cela ne viendrait à l'idée de personne de la réorganiser.

La « corbeille » virtuelle stocke des données. Elle se comporte d'une façon intelligente, établit une liste des choses jetées, a une capacité illimitée, permet une réutilisation limitée de ce qu'elle contient et ainsi de suite. Nous pouvons réorganiser notre corbeille.

En réalité, nous en venons à penser qu'il ne s'agit pas du tout d'une corbeille mais d'un véritable archivage. Ou de limbes. Et la métaphore des limbes avec toutes ses possibilités de rédemption est bien différente de la métaphore de la corbeille. Dans une recherche philosophique, nous pouvons avoir des intuitions contradictoires, même sur des objets assez communs et même à propos de concepts assez élémentaires. En ce qui concerne des objets à peine plus complexes (et a fortiori des objets beaucoup plus complexes comme les livres), cela devient infiniment plus difficile d'en donner des caractéristiques suffisamment précises, indispensables dans certains contextes, légaux et économiques, par exemple. Le philosophe lui-même ne fait rien d'autre que soupeser ces intuitions. Considérons ces intuitions par rapport aux livres.

Qu'est-ce qu'un livre ? Cette question fait surgir une première ambiguïté. Mon livre pèse un kilo.

Mon livre s'inspire du tien.

Le livre qui pèse un kilo et le livre qui s'inspire du tien, est-ce la même chose ?

A. C'est la même chose. Il n'y a pas *deux* livres sur l'étagère.

B. Ce n'est pas la même chose. Je peux détruire le livre qui pèse un kilo sans détruire pour autant le livre qui s'inspire du tien. Le livre qui s'inspire du tien demeure dans mon esprit, c'est un livre mental, un texte. Il peut être imprimé sur un papier plus léger et générer un objet livre qui ne pèsera qu'un demi kilo.

Cela paraît un exercice de métaphysique, mais comprendre quelle *sorte* de chose est un livre a constitué un sujet de réflexion pour les experts de la publication en ligne qui ont cherché à définir une *ontologie* pour l'héritier numérique du livre, le livre électronique. En 2000, l'Open eBook forum (OEBF, un groupement qui comprend des éditeurs comme Mc Graw Hill et Random House, des sociétés de software comme Adobe et Microsoft, des constructeurs d'ordinateurs parmi lesquels IBM, et de nouveaux éditeurs électroniques comme iBooks) a publié un document

programmatische, ouvert à la discussion, sur l'ontologie du livre électronique.

Dans le précédent paragraphe, j'ai employé le terme livre électronique d'une façon ambiguë qui rend bien compte de la nature du problème qui intéresse l'OEBF. C'est une ambiguïté ontologique. « eBook » peut vouloir dire : autant la machine qui reçoit le texte, que le texte envoyé à la machine.

Et c'est naturellement la même ambiguïté qui se trouve dans le « livre ». Dans le cas du livre électronique, l'ambiguïté est encore plus évidente. Le même eBook peut recevoir une infinité de livres électroniques. L'incertitude entre les deux notions prédomine dans le document de l'OEBF, ce qui risque de rendre difficile le projet d'une ontologie qui devrait contribuer à définir une norme. Nous verrons que cette incertitude ne doit pas nécessairement être résolue.

Si je dis que j'ai lu un livre ou que je m'en souviens, je parle de son contenu immatériel. Mais si je dis que je l'ai brûlé, je parle de son support physique. Si, par contre, je dis que j'ai *vendu* un livre, je laisse la porte ouverte aux deux possibilités. Maintenant nous pouvons approfondir la question de la nature du livre à proprement parler en nous demandant quelle place il occupe dans les échanges humains et plus particulièrement dans les échanges commerciaux.

Qu'est-ce qu'on vend quand on vend un livre ? Dans un article publié en 1785, Immanuel Kant avait discuté du droit d'auteur. Son idée était simple. Certains types de copies relevaient de la piraterie, d'autres non. Mon éditeur fait de nombreuses copies de mon livre et les revend : ce n'est pas un pirate.

Mon voisin fait de nombreuses copies de mon livre et les revend : c'est un pirate.

Où est la différence ? Selon Kant, les livres impliquent le droit d'interdire à quiconque de les copier ou de les lire en public et ce droit peut être cédé à un éditeur moyennant rémunération. Mais d'où vient ce droit ? Pour Kant, il émane de la nature même du livre qui n'est pas une chose comme les autres. Produire un livre n'est pas la même chose que produire une chaise - à moins que la chaise ne soit signée. Kant se préoccupe de trouver une justification fiable au droit d'auteur parce qu'il se rend compte que la rétribution de paroles et d'idées n'est pas tellement évidente. Car si les idées et les paroles sont des marchandises, ce sont de bien étranges marchandises. Arrêtons-nous un moment sur cette comparaison des idées (et des paroles qui les expriment) et des chaises.

1. Je construis une chaise et je vous l'offre, la chaise part avec vous. Pour cette raison, il est facile de vendre et d'acheter des chaises : le transfert de l'objet *infère* le transfert des droits que j'ai sur l'objet.

2. Quand vous achetez ma chaise, vous pouvez en faire ce que vous voulez. En particulier vous pouvez la revendre.

1. Si je vous chante une chanson, je ne perds pas le texte et la musique quand ils arrivent à vos oreilles. Il est difficile pour cette raison de comprendre qu'on puisse vendre une chanson.

2. Quand je vous vends mon livre, vous pouvez l'offrir à un ami ou le brûler, vous pouvez à la limite le revendre d'occasion, mais vous ne pouvez pas *en faire des copies* et les revendre à votre tour. L'invention du droit de reproduction a permis de transformer la vente d'un produit abstrait en celle d'un produit concret - disque, livre papier, support photographique. Le stratagème réside dans le fait que le transfert des droits est limité.

Ce mécanisme de protection du livre tient pour acquis que les contenus culturels sont des marchandises - bien que d'un genre étrange. Et nous savons que ce n'est pas du tout dit que ceci doit être le cas. Si personne n'était disposé à payer les chansons, il n'y aurait pas beaucoup de sens à chercher à les vendre et à inventer des moyens pour les vendre. Il existe des contenus culturels qui ne débouchent pas sur une vente : les chansons improvisées pendant une promenade, les dessins offerts en cadeau, les livres imprimés à compte d'auteur, les lettres d'amour, les anecdotes émaillant les conversations. Pourquoi alors payer pour les chansons et les livres ? Parce qu'ils auraient une valeur intrinsèque ? Non, si nous devenions tous analphabètes, les livres ne vaudraient pas grand-chose. Leur valeur éventuelle dépend de circonstances extérieures. Comment faisons-nous pour déterminer la valeur d'un contenu culturel ? Encore une fois, aidons-nous d'une comparaison.

Les produits concrets comme les chaises sont soumis aux lois du marché, ce qui permet de les évaluer par rapport à d'autres produits concrets.

Si je compare le prix d'une chaise à celui d'une allumette, j'obtiens une information sur leur valeur respective dans un contexte déterminé. Si par exemple la chaise coûte cent francs et l'allumette cent millions, j'en déduirais qu'il y a pénurie d'allumettes et excédent de chaises.

Le système des prix représente une mine d'informations pour les objets physiques. (Nous savons bien sûr qu'il peut y avoir perversion du système, en particulier dans les situations où le marché n'est pas libre. Dans une économie planifiée, le système des prix ne nous apprend pas

grand-chose, vu que l'allumette peut coûter cent millions et la chaise cent francs, même s'il y a excédent d'allumettes et pénurie de chaises.)

Les produits culturels ne sont jamais vraiment assujettis au marché libre. Pour le marché des produits culturels, la distorsion est la norme. En effet, leur sélection, le marketing de leur commercialisation, la présence d'innombrables médiateurs entre l'auteur et le lecteur - le libraire n'étant pas le dernier par le choix qu'il fait des livres qu'il met en avant - la pression des institutions académiques, ecclésiastiques (cf. l'imprimatur) ou étatiques (pensons aux livres de certaines personnalités politiques édités avec l'argent du contribuable et distribués dans les écoles), l'insuffisance ou la partialité des critiques - tous ces facteurs dénaturent toute tentative pour obtenir une information fiable sur la valeur des produits culturels en observant simplement leur vie commerciale. Par exemple, les éditeurs de livres académiques ont tendance à demander des contributions pour leur publication ou la garantie que les étudiants de l'auteur vont en préempter un certain nombre, ou encore ils invitent l'auteur à acheter un certain nombre d'exemplaires. Ils suivent des directives éditoriales dictées par l'échange de bons procédés entre les membres des comités de lecture ou plus simplement par les phénomènes de mode. Les contenus culturels ne peuvent être assimilés à des chaises parce que leur économie, très éloignée du marché libre, n'est pas en mesure de refléter leur valeur. Pour utiliser un contre-exemple, imaginez un peu la réaction de votre libraire le jour où vous lui rapporteriez un livre dont le contenu vous a déçu en lui en demandant le remboursement.

À ce point, nous pouvons faire entrer en scène le Web et passer à une série d'exemples qui, je l'espère, devrait éclairer ce que j'entends quand je propose de redéfinir les objets et les fonctions du monde-d'avant-le-Web en fonction de ce que nous pouvons apprendre du monde du Web. Prenons le cas, un cas limite, d'un producteur de contenus culturels, d'un chercheur scientifique.

Je pourrais chercher à publier ce texte chez un éditeur mais je devrais attendre des mois, passer à travers le crible du comité de lecture, comité qui peut se révéler hostile à ma direction de recherche pour les raisons les plus variées.

Et il est certain que mon texte ne sera lu que par des personnes qui devront payer pour l'obtenir jusqu'au moment où il ne sera plus disponible ou bien épuisé.

Quand je publie un texte de recherche spécialisée sur mon site Internet, cela implique un accès non restreint à ce texte, et même le plus large possible et de plus gratuit.

Et cela m'intéresse que mon article soit lu et suscite une réponse de la part des lecteurs.

Face à ce choix, je ne devrais pas hésiter à publier sur le réseau. Les articles scientifiques y sont inévitablement publiés parce que leurs auteurs sont fatigués des filtres privés ou institutionnels. Le réseau rend possible une vraie évaluation et de fait elle s'effectue de façon permanente. Non par des médiateurs privés ou des institutions mais par les consommateurs, d'une façon analogue quoique distincte, des évaluations qui ont cours dans le système des prix. Je veux proposer trois modèles d'évaluation des contenus en ligne.

Premier modèle : les visites (salon.com)

Les consommateurs évaluent les produits « concrets » en les achetant.

Sur le Web, les contenus culturels sont « votés ». De quelle façon ? Par des visites aux pages qui sont les plus appréciées. La mesure de cette appréciation est donnée par le nombre de visites effectuées.

Il y a eu des cas de magazines en ligne (salon.com) qui ont licencié des journalistes parce que leurs articles ne recevaient pas un nombre suffisant de visites. Ce qui est intéressant dans le monde en ligne c'est qu'il est possible d'y obtenir des indices de consultation plus précis que par n'importe quel autre moyen d'information.

Les réseaux de télévision, qui pourtant utilisent des systèmes extrêmement sophistiqués de relevé, ne peuvent espérer s'approcher, pas même de très loin, de la précision que représente le comptage des visites, capable d'identifier les ordinateurs individuels grâce à des programmes très simples, accessibles à quiconque construit un site. Cette précision représente un épouvantail pour l'écrivain en ligne. Jusqu'à maintenant un article était évalué par le seul comité de rédaction ; maintenant ce sont les lecteurs qui en décident.

Il y a deux sortes de problèmes. Est-il souhaitable de confier l'évaluation d'un texte aux lecteurs ? L'évaluation d'un texte basé sur les visites qui lui sont faites est-elle un indicateur fiable ?

Est-il souhaitable de confier l'évaluation d'un texte aux lecteurs ?

Il y a toujours quelqu'un pour décider ce qui est bon à lire et ce qui ne l'est pas : un comité de rédaction fait de toutes façons ce choix. Le cas limite serait celui d'un excellent journal, faisant d'excellentes analyses, mais que personne ne lit. Devons-nous le maintenir en vie à la seule fin de maintenir la qualité de la presse ? Cette position risque d'aboutir à un paternalisme culturel et à la création d'un lecteur idéal qui « devrait »

s'intéresser à des choses bien définies. Le fait est que l'on ne sait pas très bien ce que veut dire « excellent », ni à partir de quels critères se définit le lecteur idéal. Le comptage des visites à une page remédierait à cette situation : les visites constituent en quelque sorte l'espèce sonnante et trébuchante qui mesure la demande - ce qui était jusqu'à maintenant difficile à réaliser dans le domaine des produits culturels, traditionnellement réfractaires à des critères quantitatifs d'évaluation. Se présente alors la possibilité totalement nouvelle d'une évaluation comparative qui peut réserver bien des surprises : l'article d'un écrivain de renom pouvant se révéler moins apprécié que celui d'un jeune auteur inconnu.

Les visites constituent-elles véritablement un indicateur d'appréciation ?

Un lecteur peut parfaitement avoir visité une page sans avoir lu l'article, ou l'avoir lu distraitemment ou encore l'avoir lu sans cependant l'avoir du tout apprécié. Et ce que mesurent exactement les visites n'est pas clair non plus ; on doit supposer que les lecteurs ont une idée de ce qu'ils veulent lire et qu'ils visitent une certaine page pour satisfaire leur propre désir de lecture. Ceci nous donne une indication, peut-être grossière mais néanmoins tendancielle, de la valeur d'un texte. Existerait-il un moyen de corriger les distorsions d'un système d'évaluation basé sur les visites ?

Naturellement, on ne peut demander au lecteur de faire un résumé de ce qu'il a lu pour vérifier que son jugement est fondé et non le fruit du hasard, mais on pourrait par contre faire ajouter un jugement à son vote (« Est-ce que cela vous a plu ? » oui / non). Cet argument peut très bien ne pas impressionner un éditeur. Les lecteurs peuvent détester cordialement le texte d'un article ; pour l'éditeur, le but principal est que son journal soit lu. Un bouton pourrait peut-être permettre de répondre à une question plus précise : « Avons-nous bien fait de publier cet article ? » ou même : « Quelle est la valeur de cet article par rapport au contenu du journal ? » Dans ce cas, un article sur l'art disparu de la dentelle pourrait être réhabilité face à un article - probablement plus visité - sur les aventures estivales d'une artiste de variétés. Nous pouvons imaginer un système de comptes rendus (qui seraient naturellement évalués à leur tour et, en effet, on peut se prononcer sur l'utilité des comptes rendus sur [amazon.com](https://www.amazon.com)). Mais il y a un problème plus profond. Dans la mesure où les visites ne représentent aucun enjeu pour les lecteurs qui les effectuent, le vote par visites n'engage aucune responsabilité potentielle. Dans un futur (que beaucoup espèrent et dont d'autres redoutent la proximité) où l'on trouvera le moyen de faire payer les contenus en ligne, les lecteurs pourront acquérir par abonnement le pouvoir de voter pour ou contre certains articles. Les journalistes seraient alors payés directement par les lecteurs qui seraient responsabilisés dans la mesure où leur action déboucherait sur un coût.

Il y a cependant une deuxième possibilité d'obtenir des informations sur la qualité des textes à partir des visites des lecteurs.

Second modèle : les liens (google.com)

Les consommateurs évaluent les produits « concrets » en les achetant.

Sur le réseau au contraire les contenus culturels sont « votés ». De quelle façon ? *En créant un lien* avec la page que l'on apprécie.

Considérons à nouveau le cas du chercheur académique qui doit choisir entre publier son texte en ligne ou l'envoyer à une revue. Les comités de lecture des revues deviennent obsolètes dès lors que les textes publiés sur le Web font l'objet d'une évaluation de la part des lecteurs qui créent des liens vers les pages qu'ils apprécient. Le système tend à produire un cercle vertueux.

Si je crée un lien vers des pages jugées bonnes par les lecteurs de ma page, cette dernière sera évaluée positivement par ces lecteurs et recevra à son tour de nombreux liens.

Si, au contraire, je fais de la publicité pour des pages qui ne sont pas appréciées, personne ne choisira ma page.

L'honnêteté et la compétence sont récompensées. Une page qui obtient de bons votes acquiert de ce fait une autorité qu'elle transmet à ses propres liens. Je ne suis pas en train de proposer une *nouvelle* façon d'analyser les phénomènes culturels ou d'évaluer les produits culturels : je suis simplement *en train de décrire* la réalité démocratique du Web, réalité qui existe déjà. Un moteur de recherche comme Google exploite les informations déjà contenues dans la structure des liens. Créer un lien du site A vers le site B sera interprété comme un vote pour le site B. Cela semble raisonnable : si quelqu'un veut faire savoir aux visiteurs de son site A que B est le meilleur site sur le football (ou sur les rayons gamma), il va voter pour le site B en créant un lien avec ce site. Si le site A contient beaucoup de liens utiles, d'autres sites voteront pour lui et il en acquerra une autorité qu'il transmettra à ses propres liens. Google recueille les résultats des votes. Pourquoi se fier aux résultats ? Pour la même raison qui fait que l'on se fie aux étiquettes des prix dans une boutique. Derrière les pages Web il y a des individus qui les évaluent, tout comme derrière les étiquettes il y a des consommateurs qui achètent. Chacun d'entre nous est un petit expert. Google voit le réseau comme un grand système de votes. Ce système est au fond analogue à celui des prix qui nous informe sur la valeur relative des produits. La grande différence, par rapport à d'autres modes de publication des contenus culturels (livres, télévision), est que le réseau contient une

énorme quantité d'informations (de type feedback) immédiatement accessibles sur la valeur des produits publiés.

ScÉNARIO : Mais ceci signifie aussi la mort des contenus culturels qui circulent à l'extérieur du réseau. On les jugera immédiatement comme non évaluables. Si les éditeurs ne prennent pas le risque de mettre à disposition sur le réseau les textes de leurs auteurs, gratuitement et dans leur intégralité, ils se retrouveront dans une niche économique marginale.

J'aimerais voir un programme de recherche qui étudierait le système des liens et leur potentiel informatif, les distorsions possibles et les corrections à leur apporter. Au jour d'aujourd'hui, il ne me semble pas que l'on ait porté suffisamment attention à cet aspect de la structure du Web.

Troisième modèle : l'avis de l'expert (about.com).

Il y a naturellement une alternative, *le filtre constitué par l'avis de l'expert*. Divers experts, parmi lesquels Umberto Eco, ont défendu l'image des experts en tant que guides à travers la masse d'informations que délivre le Web. Eco, en particulier, a traité de l'accès au Web dans les écoles, mais son discours peut être étendu à de nombreux autres modes de transmission de la culture. L'argument paraît solide.

« Il n'y a pas d'instrument pour apprendre comment sélectionner les informations.

On ne sait pas comment définir la différence entre les sites sérieux et les insanités. Celui d'un criminel nazi comme Eichmann et celui de Mère Teresa à Calcutta pourraient devenir la même chose. » Les filtres sont donc utiles : il y a trop de documents sur le réseau. « Jusqu'à maintenant les églises et les institutions scientifiques avaient pour fonction de filtrer et de réorganiser la connaissance et l'information. Ces intermédiaires restreignent ma liberté intellectuelle, mais garantissent que la communauté a filtré ce qui est essentiel... J'insiste sur le rôle d'un filtre extérieur au réseau, qu'il s'applique à l'école, aux livres ou aux journaux » (Libération, 07/01/2000). À nouveau les filtres se révèlent utiles : pratiquement tout est disponible sur le réseau, mais, sans un bon guide, on s'y perd.

Une distinction très importante risque de passer inaperçue. Eco parle de deux types de filtres.

Les filtres du premier type, appelons-les filtres négatifs, *interdisent l'accès* aux pages contestables.

Les filtres du second type, dits filtres positifs, *sélectionnent* seulement les pages considérées comme *recommandables*.

Mais il n'est pas du tout dit qu'un seul filtre doive faire les deux choses en même temps. En particulier, Eco semble suggérer que le besoin (de fait plutôt acceptable) de filtres négatifs peut constituer un argument pour les filtres positifs.

Un filtre positif, d'après Eco, est un expert ou une institution extérieure à la Toile. L'expert, par exemple, élabore une page qui contient des liens vers d'autres sites qui valent une visite (un site fonctionne sur ce principe : about.com). Le site gagne en crédibilité parce que l'expert qui l'a élaboré fait autorité.

Il y a là un problème : comment parvient-on à un site crédible ? Je me fie à Eco.

Mais Eco connaît-il tous les sites ? Peut-être un site qu'Eco ne connaît pas donne-t-il des informations plus fiables que celles données par un site que connaît Eco ? Et comment est-ce que je parviens jusqu'à Eco ? Certes, l'État peut créer des portails éducatifs. Mais si l'épouvantail du site négatif doit nous faire réfléchir sur l'opportunité de l'interdiction de l'accès, il ne faut pas pour autant succomber à la tentation de sélectionner les contenus à proposer. D'autres chercheurs, comme Omar Calabrese, se sont prononcés en ce sens, en faveur de sites A.O.C. (*Appellation d'origine contrôlée*). N'est-ce pas une idée bizarre ? Imaginons ce que cela signifierait dans le domaine du livre que la reconnaissance de la part de l'État d'éditeurs A.O.C.

Google n'est pas un expert - de fait, il ne sait rien et agit à l'aveugle. Mais il s'approche du bibliothécaire idéal, tel que le décrit Musil dans *L'Homme sans qualités*, qui pour bien faire son travail ne doit pratiquement rien savoir. Plus radicalement, on pourrait soutenir tout simplement qu'il n'existe pas d'experts de l'information disponible sur le Web.

Mais alors, pourquoi préférer les votes par liens aux experts ? Comme le système des prix, le système des votes par liens peut subir des distorsions. De fait, à l'intérieur du système des liens, chacun est considéré comme un mini-expert. Pourquoi préférer de nombreux mini-experts à un seul grand expert opérant comme filtre ? Ne serait-il pas préférable de se fier à ce dernier ? Non. Si je peux me permettre une métaphore, les experts-filtres sont au système des votes par liens ce que l'économie de marché planifiée est au marché. Et le sort des experts-filtres sur la Toile sera celui de l'économie planifiée. Dans cinq ans, toutes les nouvelles connaissances transiteront par la Toile. Et si les experts ne sont pas utiles sur la Toile, où pourront-ils bien l'être ?

Pour réunir les fils de la discussion sur ces trois modèles, *la Toile et l'économie du lien rendent explicite la nature des contenus culturels. Sur le Web, les contenus deviennent ce qu'ils sont, à savoir des entités abstraites, difficiles à enfermer dans le droit de reproduction. Ceci découle des capacités spécifiques de l'évaluation basée sur le feed-back.*

Revenons maintenant au livre et à sa nature propre. Nous avons vu que les contenus culturels sont im-médiatement évaluables une fois qu'ils se sont dématérialisés sur le Web, ce qui met en lumière un aspect que le livre papier tend à occulter. Mais à quoi pouvons-nous nous attendre ? Et quelle est la profondeur du changement qui affectera les *véhicules* de la culture ? Voyons-le dans l'exemple suivant.

En 2000, Stephen King vendit pour deux dollars et demi son livre *Riding the Bullet*. Vous pouvez l'acheter (uniquement sur le Web), le charger sur votre ordinateur ou sur votre logiciel de lecture et en envoyer un chapitre à une amie par mél. Celle-ci, captivée dès les premières lignes, n'hésitera pas à cliquer sur le bouton pour obtenir la version complète, payant à son tour deux dollars et demi.

Scénario : Le livre papier entame son chant du cygne. À moins qu'on ne démontre qu'il est *irremplaçable*.

Voyons. Les objections habituellement soulevées à l'encontre de la possibilité de transférer au livre électronique la production papier renvoient à plusieurs faits.

On peut arracher une page d'un livre papier et l'envoyer à un ami.

Si le livre tombe, il ne s'abîme pas.

Les livres ne risquent pas de disparaître au milieu du chapitre trois.

Le « fonctionnement » du livre ne dépend que du lecteur, il n'implique pas d'entretien.

Le livre est parfait sur le plan ergonomique. C'est un type d'objet qui ne vieillit pas.

Le livre électronique ne peut être démonté sans occasionner de graves dommages à sa fonctionnalité.

Appartenant au monde de la haute technologie, il est sujet à des risques variés de rupture ou de mauvais fonctionnements.

Le hardware du livre électronique et le format des textes peuvent changer rapidement (pensons aux changements survenus ces dix dernières années dans l'informatique).

Ces détails sont intéressants mais ne sont qu'un écran de fumée comparés aux problèmes beaucoup plus sérieux auxquels, me semble-t-il, on ne prête pas suffisamment attention. Comme dans le cas du livre papier, nous pouvons déplacer la discussion vers le *rôle fonctionnel* que le livre électronique occupe dans la chaîne des relations sociales, par exemple vers la façon de protéger l'auteur (ou son éditeur) de la violation de ses droits. Mais nous pouvons aller plus loin encore et réfléchir à une redéfinition des liens sociaux créés par la circulation et la vente électroniques de contenus culturels.

Je peux offrir un livre. Personne ne va offrir à un ami le chapitre d'introduction d'un livre pour lui donner envie de lire le livre dans son entier.

Je peux revendre le livre d'occasion.

Je peux *prêter* un livre à autant de personnes qu'il me plaît de le faire, sans me priver pour autant du plaisir de lire les mille autres livres de ma bibliothèque.

Je trouverais très grossier un ami qui m'enverrait par mél le premier chapitre d'un livre de Stephen King, ou de qui que ce soit d'autre, avec en annexe un bouton pour l'acheter.

Je ne peux *prêter* un livre électronique sans me priver de son hardware. L'idée de prêt est difficile à mettre en oeuvre dans l'univers du texte électronique. Et l'idée d'un livre que l'on ne peut ni prêter (ni revendre) après l'avoir lu m'en rend l'auteur légèrement antipathique. L'idée que l'auteur utilise le software pour se défendre me donne à penser qu'il me perçoit comme un pirate potentiel - ce qui n'est pas exactement ce que j'imaginai qu'il avait en tête lorsqu'il pensait à son lecteur en écrivant son livre.

Une fois élargie la discussion sur la nature du livre électronique, nous voyons immédiatement que nous sommes obligés de repenser ses perspectives d'utilisation.

Le secteur a été électrisé par les ventes de quelques best-sellers, mais il cherche encore sa place dans le monde de la transmission des contenus. En dépit de son grand impact médiatique le contenu électronique *payant* peine à trouver sa voie. Peut-être est-ce un problème de coût. Contentville.com vend pour douze dollars la version électronique d'un roman qui, relié, en coûte dix-sept. L'économie réalisée n'est pas très

significative. On attribue parfois la difficulté rencontrée par les contenus électroniques au manque de gadgets appropriés sur lesquels les lire (et de fait les logiciels de lecture commercialisés aujourd'hui sont un peu frustrés), mais ceci ne me semble pas pertinent. Une famille américaine sur trois a accès à l'Internet et peut charger un livre sur son ordinateur domestique sans devoir acquérir de nouveaux gadgets.

Pour résumer :

Au cours des siècles, des normes et des règles sociales éprouvées se sont cristallisées autour du livre et le protègent. Il ne s'agit pas d'un discours nostalgique, mais d'un fait lié à la fonction du livre : faire circuler les idées au moindre coût et dans un format qui présente toute une série d'avantages, pas seulement la maniabilité mais aussi la possibilité de le transmettre, de le consulter à nouveau, de l'offrir : le livre est un objet d'échange, de communication. On ne sait pas encore comment remplacer les pratiques sociales qui environnent le livre. Le livre électronique est en fait un produit hybride, à mi-chemin du livre et de l'ordinateur portable : quelqu'un a regardé un livre et s'est demandé : « Comment est-ce que je peux rendre le livre électronique ? » ; mais il s'est référé au passé et non à la nature des nouvelles technologies qui créent des machines totalement intégrées dans lesquelles peut être traité tout genre de communication. Il est nécessaire de comprendre cela et d'inventer quelque chose de nouveau, ou le livre électronique ne sera qu'un gadget parmi mille autres. Le livre sur papier, par conséquent, résistera en remplissant un certain type de fonction : la culture est un phénomène très complexe qui n'est pas seulement lié à des moyens de transmission mais à des pratiques sociales. *Et chercher à assujettir le contenu électronique à la métaphore du livre signifie ne pas profiter des multiples opportunités qu'il offre.*

Acceptons la double nature du livre. Le format numérique en libère le contenu, mais le livre papier est un produit parfait. Comment résoudre cette antinomie ? Il n'est pas dit que nous ayons besoin de la résoudre. Le marché peut se stabiliser par rapport à un produit dual.

Les auteurs mettront gratuitement sur le Web la version intégrale de leurs textes. Lirez-vous le livre en ligne ? Peut-être oui, peut-être non.

Mais le livre papier reste toujours un objet que l'on offre volontiers. En cliquant sur un bouton et en payant deux dollars et demi à un éditeur-distributeur « à la demande », vous ferez obtenir à votre amie un volume qu'elle aura plaisir à recevoir.

ScÉNARIO : Pensons, à titre d'expérience intellectuelle, au scénario suivant. Des millions de personnes publient chaque année des livres à compte d'auteur (engraissant ainsi une catégorie particulière d'éditeurs qui se font payer). Des millions de personnes désirent simplement

publier ou rendre publiques leurs propres productions culturelles. Aujourd'hui, elles peuvent le faire gratuitement sur le Web ; des centaines de millions d'autres personnes peuvent lire ces livres gratuitement, sans payer deux dollars et demi. Certes, Stephen King est Stephen King ; et un auteur dilettante est un auteur dilettante. Mais les chiffres sont les chiffres. Le choix entre deux dollars et demi pour le célèbre Stephen King et zéro dollar pour un auteur faisant ses premières armes (signalé peut-être par un aficionado ou situé dans une niche de marché, petite mais accessible grâce à une page de liens), ce choix répété des millions de fois par jour devient simplement le choix entre deux dollars et demi et zéro dollar. Gratuit égale gratuit, en particulier si ce que je reçois ce sont des pages écran et non le poids d'un livre.

Autre problème :

Le contenu payant devrait être protégé.

Le contenu gratuit ne peut être piraté.

Si le marché des produits culturels s'oriente vers les contenus électroniques, il doit tenir compte, au sens propre, du fait que dans le monde électronique un contenu gratuit n'a pas de concurrent. Donc, soit les contenus deviennent gratuits, soit ils disparaissent. Donc, disparaît le contenu payant. Et avec lui s'effondre l'éditeur, l'agent et l'auteur qui vit de royalties. Du reste le personnage de l'auteur vivant de ses droits est quelque chose de récent et nous n'avons pas de raison de penser qu'il s'agit d'une institution éternelle. Ce scénario peut en entraîner d'autres. Pour remédier à la disparition du commerce culturel, on pourrait stopper la publication de contenus gratuits en achetant tous les fournisseurs. Ou, lors de l'achat d'un ordinateur, imposer de façon monopolistique des centaines de livres, de la même façon qu'on impose aujourd'hui un certain type de software.

Le droit d'auteur ? Il continuera à exister mais dans une version plus légère parce qu'un auteur peut être content que les gens lisent son livre gratuitement, mais ne pas apprécier que l'on gagne de l'argent à ses dépens. (Cette conception de l'auteur peut sembler optimiste, mais l'alternative en serait que tous pensent être des Stephen King ou pouvoir gagner une montagne de dollars avec leurs livres, ce qui est complètement irréaliste.)

À nouveau, le Web rend explicite la nature des contenus culturels. Sur la Toile, ils deviennent ce qu'ils sont, des entités abstraites, difficiles à enfermer dans la notion de droit de reproduction.

Une éthique du lecteur

Je veux en venir maintenant au *lecteur* et raconter une histoire à connotations politiques pour montrer combien l'ancienne conception des livres doit être revue à la lumière d'une réflexion profonde sur les contenus culturels.

En 2000, trois cents écrivains francophones ont signé une pétition adressée par un certain nombre de maisons d'édition au ministre français de la Culture. Les signataires en étaient de grosses pointures : Bernard-Henry Lévy, Tahar Ben Jelloun, André Comte-Sponville, Jean Ziegler... De grandes signatures pour une cause étrange : attaquer les bibliothèques publiques. Celles-ci, en permettant aux lecteurs de lire gratuitement les livres, agiraient comme des pirates. Du fait que le lecteur qui emprunte un livre dans une bibliothèque ne l'achète pas, il le lit donc « à l'oeil », sans récompenser l'auteur pour son travail ni l'éditeur pour le risque commercial qu'il a pris. Selon cette pétition, l'État devrait faire en sorte de trouver un moyen pour qu'une compensation soit versée aux auteurs et aux éditeurs chaque fois qu'un livre quitte les murs d'une bibliothèque.

Les chiffres parlent clair. Ces derniers temps, en France, trois cents millions de livres sont achetés chaque année en librairie ; cent cinquante millions sont empruntés dans les bibliothèques. Si vous divisez ce chiffre par les six millions et demi de lecteurs inscrits dans les bibliothèques publiques, on obtient une moyenne de vingt-trois livres par an par utilisateur (un toutes les deux semaines). Si l'on demande alors 15 € par an à chaque utilisateur et que l'on répartisse le profit, cela donne 30 % aux auteurs et le reste aux éditeurs.

C'est un raisonnement avec lequel on peut ne pas être d'accord et, de fait, on y a opposé différentes objections. Les données indiquées sont grossières : combien, sur les cent cinquante millions de livres prêtés génèrent des droits d'auteur ? Les auteurs ne perdraient-ils pas moins d'argent si les éditeurs leur réglaient leurs droits mensuellement au lieu de le faire annuellement ? Comment faire pour tenir le compte de tous les mouvements d'un livre dans une bibliothèque ? Pour simplifier un recouvrement techniquement difficile, on a proposé de rémunérer indistinctement tous les auteurs dont les livres se trouvent sur les étagères des bibliothèques, sans tenir compte du nombre de prêts. Ceci semble contrevenir à un argument de fond de la pétition. Pourquoi un auteur que personne ne lit devrait-il recevoir autant qu'un auteur dont le livre est souvent emprunté ? L'injustice vis-à-vis du deuxième auteur n'est pas réparée et l'on ne comprend pas quelle justice est rendue au premier. On oublie aussi que disposer d'une bibliothèque signifie rétablir une autre injustice fondamentale dont est victime le lecteur-client. Pourquoi

devrait-on acheter les livres les yeux fermés ? La bibliothèque constitue la seule possibilité de lire un livre, de ne pas l'apprécier et de le restituer sans frais.

Mais, au-delà des aspects économiques, il y a un problème moral dont on devrait discuter. Les destinataires moraux de la pétition signée des trois cents auteurs ne sont ni les bibliothèques, ni les ministres de la Culture mais les lecteurs.

Nous nous trouvons face à la rupture d'un pacte de confiance, ténu et quasi invisible, qui lie, dans la république des lettres, les auteurs et les lecteurs. De fait, tous les lecteurs deviennent des criminels à partir du moment où ils entrent dans une bibliothèque. Et l'emprunt n'est pas le seul à relever de la criminalité - prêter un livre à un ami constitue aussi une infraction.

Si j'estime légalement passibles de poursuite ceux qui chargent gratuitement mon morceau de musique à partir du Web, je devrais à ce moment-là, si je suis cohérent avec moi-même, appeler la police chaque fois que quelqu'un fait écouter ce morceau à des amis ou lorsque deux personnes échangent (sans le copier) un CD. Mais tout ceci est absurde. Il serait naturellement inacceptable qu'une maison de disques pirate fasse des profits sur les contenus sans en avoir demandé l'autorisation à l'auteur. Mais il faut bien distinguer les contenus piratés, les contenus échangés et les contenus gratuits et il faut faire attention à ce que, dans la réglementation, la démarche initiée pour frapper les contenus piratés ne nuise pas aussi aux deux autres types de contenu.

Quand les pactes sociaux se rompent, les comportements deviennent erratiques. Quelques auteurs ont demandé aux bibliothèques de signaler clairement que leurs livres ne font pas l'objet de prêt. Je n'arrive pas à imaginer quelque chose de plus étrange pour un auteur - un signet rouge qui dit au lecteur : ne me lis pas.

En conclusion : le livre libéré et sa nature duelle

Le Web permet de comprendre ce que sont les contenus ; il les a libérés économiquement et métaphysiquement. Il rend explicites leurs critères d'identité, précisément en vertu des caractéristiques particulières de leur circulation et de leur vente sous forme électronique ; l'identité de *tous* les contenus - pas seulement de ceux qui se trouvent sur le Web -, parce que la caractéristique la plus profonde de leur nature est leur transmissibilité.

Il y a une vaste zone grise et il faut établir des normes strictes de concurrence pour éviter la concentration des fournisseurs : il faut pouvoir empêcher qu'un gros éditeur n'achète de nombreux fournisseurs en

récupérant toutes les pages Web de leurs clients et en leur imposant de ne pas publier de contenus gratuits. Ce serait une atteinte au droit de la libre expression. L'Internet permet à l'utilisateur d'aller directement vers les contenus qui l'intéressent ; on pourrait penser qu'il y a là le risque de créer une « culture sur demande » mais c'est un risque minime face à l'immense quantité de données auxquelles il est possible d'accéder. L'autonomie de l'utilisateur permet de se soustraire au filtrage de l'information - filtrage qui devrait théoriquement améliorer la qualité de notre connaissance, mais qui n'est aujourd'hui que la défense rétrograde d'une caste d'intellectuels qui cherchent à s'imposer comme l'unique accès possible à la connaissance.

Dans ce texte, j'ai soutenu que le problème de la transformation des livres ne se posera pas, parce que les deux pôles conceptuels que constituent le livre physique et le livre immatériel (immatérialité dont s'approche son évanescence incarnation digitale) peuvent parfaitement coexister dans un produit dual. Nous paierons pour les aspects physiques du livre et nous en ferons circuler librement les aspects immatériels.

Roberto Casati
CNRS-Institut Nicod
Paris

Traduit par Anne-Marie Varigault.

Copyright © 2001 Bibliothèque publique d'information- Centre Pompidou