

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LES LICENCES LIBRES ET LE *COPYLEFT* COMME MODES DE PROPRIÉTÉ  
INTELLECTUELLE DANS LE MILIEU DE LA MUSIQUE AU QUÉBEC

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR  
CAROLINE CHAMPOUX

MARS 2018

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.07-2011). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

Merci Éric pour tes conseils judicieux et pratiques. Merci de ta présence et de tes sages recommandations. Merci de ta minutie et de ton souci du détail tout au long de ce travail. Merci Nancy Passemard pour ton travail rigoureux et ta si grande générosité. Merci à vous deux de m'avoir permis de me développer davantage.

Laurence, merci de m'avoir fait croire que je pouvais y arriver. Ta présence, ta patience et ton souci du détail m'ont permis d'arriver jusqu'au bout de ce projet. Merci d'avoir été une coéquipière généreuse envers moi et de t'être autant investi dans cette recherche. Lysandre, ton support et tes encouragements ont été des plus précieux, merci pour ton aide.

Un merci spécial à Élisabeth Blanchard pour ta sagesse et ton écoute. Merci Renée Fortier de m'avoir aidé à la toute dernière minute. Merci Anne Fossier d'avoir scruté les moindres erreurs. À Serge Proulx et Jean-Marie Lafortune, merci pour votre confiance et vos commentaires. Merci Marie-Christine Ferron pour tes conseils judicieux, ton écoute et ta présence apaisante. Merci Catherine Boivin-Roy pour ton support quotidien. Merci Jean-Philippe et Jérémy d'avoir été là, tout simplement.

J'aimerais remercier toutes les personnes qui ont cru en moi depuis le début de ce projet. Merci à mes amiEs fidèles et à mes collègues de travail, votre support et votre écoute ont apaisé mes angoisses et m'ont permis d'avancer. Je n'ai malheureusement pas assez d'espace pour tous vous remercier personnellement, mais sachez que vos visages surgissent à mon esprit sans que j'aie besoin de vous nommer.

Et finalement merci à mes plus grands supporteurs tout au long de ce chemin, mes parents et mes frères, qui ont cru à mon projet bien avant moi. Merci, un mot bien simple qui ne représente peut-être pas assez toute la reconnaissance et le respect que j'ai envers vous. Vos encouragements et vos bons mots ont eu raison de moi. Si j'y suis parvenue c'est beaucoup grâce à vous et à votre détermination qui m'a été transmise. À vous quatre, merci, du plus profond de mon cœur, de vous être autant impliqués.

## DÉDICACE

Carolle, Mario,  
Mathieu et Maxime,  
sans qui,  
aucune de ces lignes  
n'auraient pu être écrites.

## TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ .....	vii
INTRODUCTION .....	1
CHAPITRE 1 .....	7
LA NOTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE .....	7
1.1 Définition des concepts essentiels : droit d'auteur, <i>copyleft</i> et licences libres .....	7
1.1.1 L'origine du droit d'auteur .....	9
1.1.1.2 Le droit d'auteur et la question économique.....	12
1.1.2 Le <i>Copyleft</i> .....	14
1.1.2.1 Origine et aperçu historique.....	17
1.1.2.2 Les technologies numériques et le <i>copyleft</i> .....	18
1.1.2.3 Le cas Napster.....	22
1.1.3 Les licences libres.....	23
1.1.3.1 Creative Commons .....	25
1.1.3.2 Licence Art Libre.....	27
1.2 Mise en contexte de la question et du sujet de recherche.....	29
1.2.1 Pertinence de la recherche .....	29
1.2.2 Pertinence scientifique.....	31
1.3 Question de recherche.....	33
CHAPITRE 2 .....	35
LE DON ENTRE INCONNUS ET L'AVÈNEMENT DU NUMÉRIQUE DANS LA MUSIQUE .....	35
2.1 La dynamique don/contre-don .....	35
2.1.1 La théorie de Mauss.....	35
2.1.2 Les dimensions du don .....	36

2.1.3 Les conséquences du don.....	38
2.2 Le don en société .....	40
2.2.1 Le don de la musique à travers la culture numérique .....	42
2.2.2 Le don des œuvres musicales de l'artiste.....	45
2.3 Le partage de fichiers dans la sphère web.....	48
2.4 La dématérialisation des expériences offertes par l'industrie culturelle .....	51
2.4.1 La transformation de la valeur symbolique de la musique .....	58
2.5 La liberté d'usage de la propriété intellectuelle .....	62
CHAPITRE 3 .....	71
MÉTHODOLOGIE.....	71
3.1 Question de recherche.....	71
3.2 Collecte de données .....	72
3.2.1 Choix de l'entretien semi-directif et constitution de l'échantillon .....	74
3.2.2 Présentation du corpus de participants.....	75
3.2.3 Le guide d'entretien.....	76
3.3 Analyse de données.....	78
3.3.1 Démarche suivie pour l'analyse.....	78
3.3.2 La manière dont les concepts clé ont été découpés en dimension d'analyse .....	79
3.4 Choix méthodologiques et limites de l'étude.....	80
CHAPITRE 4 .....	84
LES LICENCES LIBRES ET LE <i>COPYLEFT</i> AU QUÉBEC.....	84
4.1 Les principales motivations des artistes pour l'adoption d'une propriété intellectuelle ...	84
4.1.1 Motivations philosophiques.....	86
4.1.2 Motivations politiques .....	91
4.1.2.1 L'engagement politique et social .....	91
4.1.2.2 La marginalité.....	93

4.1.2.3 L'indépendance et l'autogestion des artistes .....	95
4.1.3 Motivations économiques.....	96
4.1.3.1 Faible coût de production.....	97
4.1.3.2 Des maisons de disque à l'autogestion .....	99
4.1.3.3 Stratégie de promotion.....	101
4.2 Valeur symbolique de la musique.....	104
4.2.1 L'accessibilité de la musique enregistrée par le web.....	106
4.2.2 La gratuité de la musique sur internet.....	108
4.2.3 L'omniprésence de la musique enregistrée dans la vie quotidienne.....	112
4.3 Les notions de don et de contre-don .....	114
4.3.1 Fonds publics et dette .....	115
4.3.2 Technologie numérique et le don.....	116
4.3.3 Contribution volontaire de la musique enregistrée .....	118
4.3.4 Le don comme facteur de socialisation.....	120
4.3.5 Le don comme stratégie de visibilité auprès du public.....	123
4.4 Discussions sur les suggestions des participants.....	127
4.4.1 Les câblodistributeurs.....	128
4.4.2 La durée écourtée du droit d'auteur .....	131
CONCLUSION.....	135
ANNEXES.....	142
BIBLIOGRAPHIE.....	147

## RÉSUMÉ

Ce mémoire porte sur les licences libres et le *copyleft*. Il vise à mieux comprendre les raisons poussant les compositeurs québécois à choisir ces modes de propriété intellectuelle dans la diffusion de leurs œuvres.

Nous traitons ici des différents types de propriété intellectuelle : le droit d'auteur, les licences libres et le *copyleft*. Nous étudions également l'impact des nouvelles technologies et de l'internet sur la notion de propriété intellectuelle dans le milieu musical au Québec.

Notre cadre théorique repose principalement sur les notions de don et de contre-don telles que définies par Marcel Mauss. Nous incluons également les théories du partage et de l'échange propres à la culture numérique développées par Philippe Aigrain. La création et la philosophie des licences libres de Lawrence Lessig sont également étudiées. Ces différents concepts s'unissent à travers notre mémoire afin de tenter de comprendre la posture des musiciens québécois quant à la notion de propriété intellectuelle.

Nous avons eu l'occasion d'interroger des compositeurs, musiciens, gérants, conseillers juridiques et spécialistes de la propriété intellectuelle sur une période de quatre mois. Cette recherche est basée sur le témoignage de neuf intervenants, tous issus du milieu musical québécois et poursuivant des carrières distinctes.

Notre analyse nous permet de constater que les licences libres au Québec intéressent des artistes de tous genres musicaux et touchent davantage les artistes des centres urbains, particulièrement de Montréal. Le souci économique reste très présent, ainsi que le désir d'accéder à une certaine notoriété grâce aux licences libres.

Notre étude propose un portrait général du compositeur québécois utilisant les licences libres ou le *copyleft*.

**MOTS-CLÉS :** propriété intellectuelle, copyleft, droit d'auteur, licences libres, musique, Québec

Intellectual property, copyleft, copyright, free software, Creative Commons, music

## INTRODUCTION

La propriété intellectuelle est un concept né aux débuts du 18<sup>e</sup> siècle avec le Statut d'Anne (UNESCO, 2010) afin de protéger les écrivains de l'époque. Bien que le cadre législatif ait très largement changé depuis la création de cette loi, l'objectif de rémunérer l'artiste qui a réalisé une œuvre demeure semblable. Ce principe est à la base du concept de propriété intellectuelle protégé par l'application de lois nationales et internationales dans un grand nombre de pays du monde.

La propriété intellectuelle est souvent associée à la valeur artistique et culturelle d'un texte, d'une œuvre d'art, d'une production musicale ou littéraire. Elle s'applique également dans la gestion de redevances provenant de concepts scientifiques tel que les brevets en médecine et en technologie. Au Canada, la loi sur le droit d'auteur, en vigueur depuis 1924, est probablement la forme la plus connue des modes de propriété intellectuelle.

La valeur marchande culturelle des œuvres a été le fruit de grands questionnements au cours du dernier siècle. Dans leur ouvrage *La dialectique de la raison* (1947), Adorno et Horkheimer proposent une vision critique des industries culturelles en transformation (Rifkin, 2000). Selon ces auteurs, la culture produite dans le contexte socioéconomique des sociétés occidentales est associée à un bien, au même titre que n'importe quelle autre marchandise. Les deux auteurs s'intéressent également au terme *industrie*, qu'ils rapportent « à la standardisation de la chose même [...] et à la rationalisation des techniques de distribution » (Adorno, 1964). Cette commercialisation des productions artistiques diffusées par des institutions de plus en

plus omniprésentes dans la vie sociale encourage les producteurs de contenu à développer des mécanismes leur permettant de percevoir des droits qu'ils doivent, en tout ou partie, redistribuer aux auteurs. Tout au long du XXe siècle, le développement des médias électroniques, en particulier ceux de la radio, de la télévision et de la phonographie (disque, cassette, CD, mp3, etc.) a soulevé la question de la rémunération des créateurs de contenus.

Le web fit son apparition dans les années 1990 et permit alors de faciliter l'échange et le partage de fichiers sonores comme jamais auparavant. *Napster* (1998) fut le premier site populaire destiné au partage de fichiers de musiques entre des usagers de l'internet. Cette plateforme fonctionnait alors sur un principe d'échange de bibliothèques musicales entre usagers, leur permettait d'échanger des fichiers mp3 et, dans certains cas, de découvrir de nouveaux projets musicaux, sans toutefois permettre aux artistes d'être systématiquement rémunérés. En réalité, les artistes ne recevaient pas de redevance économique lors de ces échanges répétés, puisque les œuvres échangées appartenaient à l'origine à des usagers ayant acheté un seul exemplaire de l'œuvre.

Avec le développement des technologies numériques telles que l'ordinateur ou le téléphone intelligent, la question des redevances du droit d'auteur et de la propriété intellectuelle est sujette aujourd'hui à un grand nombre de questionnements. Les plateformes d'écoute en ligne, telles que *Spotify* et *Google Play Music*, versent de maigres revenus aux artistes. À titre d'exemple, *Spotify* remet 10,2 cents par tranche de 1000 écoutes aux artistes (Arnulf, 2013). Les compagnies de téléphonie *Vidéotron*, *Telus* et *Rogers* offrent des forfaits permettant aux usagers un accès illimité à différentes musiques, souvent sans grande rémunération pour les compositeurs (Bourgault-Côté, 2016). Les faibles dividendes qui leurs sont remis sont symptomatiques d'un problème persistant. Ainsi, plusieurs artistes, réagissant au manque de revenus découlant des ventes générées par la distribution de leurs albums

ou de leurs pièces de musique, ont décidé d'adopter d'autres modes de propriété intellectuelle pour protéger leurs droits d'auteur. Comme nous le verrons, ces mêmes artistes ont une tendance à s'autogérer, à s'autoproduire et à participer activement à la distribution de leurs enregistrements.

Nous analyserons ces phénomènes dans le contexte du milieu musical québécois. Nous tenterons de dresser un portrait général des artistes utilisant les licences libres et le *copyleft* afin de comprendre leurs raisons d'utiliser l'une ou l'autre des licences qui leurs sont proposées. Nous souhaitons ainsi mieux comprendre comment les artistes perçoivent l'usage et la consommation de leur travail. Nous souhaitons également comprendre la perception que ces artistes entretiennent face au problème des redevances. En effet, l'usage des licences libres et du *copyleft* demeure aujourd'hui un champ d'étude encore peu explorés dans le contexte culturel québécois.

Ce travail de recherche a pour but de comprendre et de questionner les artistes à propos de la problématique de la protection de la propriété intellectuelle en 2016. De plus, nous souhaitons susciter, chez les membres de l'industrie musicale ainsi que chez les mélomanes, un questionnement face aux enjeux complexes que représentent l'application du droit d'auteur et des licences libres. Cet intérêt pour notre sujet de recherche est apparu pendant nos études en animation et recherches culturelles. Les enjeux autour de la propriété intellectuelle se sont présentés au cours de notre cursus scolaire, durant lequel nous avons notamment visionné *RiP : A Remix Manifesto*. Ce documentaire retrace le cheminement de l'artiste *GirlTalk*, Greg Michael Gillis, pratiquant le *mashup*<sup>1</sup>, et de Lawrence Lessig, co-fondateur de l'organisme *Creative Commons*. À travers le parcours de ces deux hommes, le réalisateur Brett Gaylor mène

---

<sup>1</sup>Le *mashup* est une forme artistique utilisée en musique où l'on jumelle plus de deux chansons en même temps pour créer une toute autre chanson à l'aide de procédés techniques (Boone, 2011). Boone relève qu'il existe des caractéristiques notables au *mashup* allant de la sélection des chansons choisies (souvent populaires), au nombre de chansons en passant par l'interaction entre les chansons (Boone, 2011).

une enquête sur les notions de *copyleft* et de droit d'auteur, ce dernier s'adaptant difficilement aux réalités contemporaines liées à internet et aux nouvelles technologies. À la suite de recherches effectuées sur ce sujet, il nous a semblé pertinent de concentrer notre mémoire de maîtrise sur la question des licences libres au Québec.

La majeure partie de notre bibliographie et de notre médiagraphie se compose d'auteurs américains, spécialisés en licences libres ou droit d'auteur. Quelques auteurs français comme Joëlle Farchy, Antoine Moreau et Philippe Aigrain figurent également parmi ceux ayant étudié les licences libres à l'ère numérique. Nous nous attarderons principalement sur les écrits de Marcel Mauss, piliers de notre cadre théorique, et dans lesquels celui-ci établit les principes du don et du contre-don. Le travail de vulgarisation de ces concepts par l'anthropologue Alain Caillé constituera également une ressource théorique importante afin de les adapter au contexte actuel. Il nous a notamment permis d'élargir notre interprétation dans l'analyse des propos recueillis auprès des participants. Lawrence Lessig, qui a contribué au développement de *Creative Commons*, occupera également une place importante parmi les auteurs mobilisés dans ce mémoire. Ce dernier a permis la promotion de la philosophie des licences libres tout en soulevant les enjeux relatifs à la propriété intellectuelle auprès d'un large public. Enfin, nous mobiliserons les écrits de Jeremy Rifkin, particulièrement les idées qu'il développe dans son ouvrage *L'âge de l'accès* (2000). Il y explore les conséquences des récents développements technologiques sur l'industrie culturelle et notre quotidien.

Pour réaliser l'étude de terrain qui nous a permis de développer ce mémoire, nous avons opté pour une méthodologie qualitative en utilisant des grilles d'entretien semi-dirigés. Au total, neuf participants ayant adopté le copyright ou les licences libres comme mode de propriété intellectuelle ont accepté d'être interrogés pour le bénéfice de notre étude. Notre échantillon était composé de musiciens, de compositeurs ainsi que de spécialistes

de la propriété intellectuelle afin de mieux comprendre leurs différentes expériences. Nous avons construit un guide d'entretien comportant des questions sur la notion de don, l'engagement social de l'artiste, les limites de la propriété intellectuelle et les conséquences de l'avènement du numérique sur la musique.

La première partie de notre travail présente la genèse des notions de droit d'auteur, de *copyleft* et de licence libre. Nous proposerons d'abord un aperçu des origines juridiques de la propriété intellectuelle et des enjeux culturels qui y furent associés dès le XVII<sup>e</sup> siècle. Nous traiterons ensuite du droit d'auteur, des droits moraux et des droits patrimoniaux. Puis nous aborderons les répercussions des nouvelles technologies sur la culture, éléments essentiels à notre analyse. Nous étudierons les effets du développement des plateformes d'écoute musicale en ligne et de l'apparition des logiciels d'achat de musique en ligne sur la notion de propriété intellectuelle.

Notre deuxième chapitre présente notre cadre théorique mobilisant, en premier lieu, les notions de don et de contre-don de Marcel Mauss. Nous y rattacherons également les écrits d'Alain Caillé, dont le travail théorique est inspiré de la théorie de Mauss et qui actualise les notions de don et de contre-don. Enfin, nous aborderons la transformation de l'industrie musicale et de nos modes de consommation à travers les ouvrages de Jeremy Rifkin, qui étudie la manière dont le développement des nouvelles technologies telles qu'internet et les téléphones intelligents influencent notre façon de consommer la musique.

La transformation de nos habitudes de consommation de la musique a influencé les motivations des artistes interrogés et s'avère être un facteur capital dans la recherche. Le web et les plateformes technologiques jouent un rôle essentiel dans les façons de consommer la musique en 2016 et permettent également de développer de nouvelles idées quant à la marchandisation de la musique.

À travers nos entretiens, nous avons relevé plusieurs notions liées aux problèmes de redevances, de la perte du capital symbolique de la musique, du don comme une stratégie de vente, de la durée légale du droit d'auteur et surtout, du changement de paradigme de la consommation musicale liée à l'évolution numérique. Les neuf participants interrogés ont principalement exprimé du mécontentement, partagé des expériences peu satisfaisantes et proposé des solutions à considérer pour l'avenir de la propriété intellectuelle de la musique au Québec. Nous avons pu témoigner de l'importance capitale de l'économie pour les artistes et, à l'encontre de nos attentes, d'un certain désintérêt pour la dimension politique de l'usage des licences libres et du *copyleft*. Enfin, les notions de don et contre-don sont très présentes dans le discours des participants.

## CHAPITRE 1

### LA NOTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

#### 1.1 Définition des concepts essentiels : droit d'auteur, *copyleft* et licences libres

Afin de mieux comprendre le contexte dans lequel sont apparus les licences libres et le *copyleft*, il est important de souligner les origines et les singularités de la notion de droit d'auteur. Notre recherche se déroulant au Canada, nous avons choisi de retenir la définition des termes « droit d'auteur » telle que proposée sur le site web officiel du gouvernement du Canada. La notion de *copyright*, bien qu'elle s'apparente à celle du droit d'auteur canadien, est plutôt associée à la législation américaine. Nous nous intéresserons également à l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), qui a établi un modèle de loi pour établir le droit d'auteur à travers plusieurs pays du globe, dont le Canada.

Selon la définition officielle établie par le gouvernement canadien, les termes de « droit d'auteur » se rapportent à un « droit exclusif de produire ou de reproduire la totalité ou une partie importante de l'œuvre sous une forme quelconque » (Gouvernement du Canada, 2016). En somme, le droit d'auteur se définit plus succinctement par le « droit de reproduire » (Gouvernement du Canada, 2016). Le droit d'auteur s'applique à plusieurs types d'œuvres telles que les œuvres littéraires, dramatiques, musicales et artistiques. Il protège tous les citoyens, sujets ou résidents habitant au Canada (Gouvernement du Canada, 2016). Le droit d'auteur comporte deux composantes indissociables : les droits moraux et les droits patrimoniaux. Bien que ces deux

concepts soient abordés plus tard dans notre recherche, nous en proposons ici une définition sommaire : les droits moraux correspondent à la réputation et à l'honneur d'une œuvre (UNESCO, 2010). Ils représentent tout ce qui est « externe » à la dimension financière du droit d'auteur. Les droits patrimoniaux, quant à eux, sont évaluables en argent. À la mort de l'auteur, ils sont généralement légués aux ayants droit du défunt. Ainsi, lorsqu'un artiste lègue ses œuvres, les droits patrimoniaux lui appartiennent toujours, même après sa mort (UNESCO, 2010). Ce sont ces deux critères essentiels du droit d'auteur qui nous permettent de définir précisément les concepts de licences libres et de *copyleft*.

Dans sa définition la plus simple, le *copyleft* consiste en un mode de propriété intellectuelle permettant la modification et le partage d'une œuvre (Creative Commons, 2014). Il se dit « libre » et « ouvert » puisque le *copyleft* permet à tous les individus de modifier, d'échanger et de partager une œuvre. Toutefois, toute personne désirant transformer une œuvre artistique *copyleft* devra respecter les conditions de partage et de modification de celle-ci (Creative Commons, 2014). Une définition détaillée du *copyleft* exposant son origine et sa popularité au cours de la dernière décennie, notamment grâce à internet, sera proposée dans la prochaine section.

Les licences libres sont quant à elles constituées d'éléments de la loi sur le droit d'auteur : elles sont une forme de propriété intellectuelle libre qui reprend les idées de base du droit d'auteur. Elles sont cependant plus flexibles quant à la protection de l'œuvre et elles permettent le partage d'une œuvre selon des modalités précises. Selon la licence libre choisie, il est possible de fixer un certain montant d'argent pour une œuvre ou encore d'en permettre la modification. Il existe ainsi des licences libres plus restrictives que d'autres. Les artistes choisissent le degré de restriction quant au partage de l'œuvre et peuvent, par exemple, refuser ou accepter l'exploitation commerciale de leur travail par d'autres personnes.

Nous étudierons en détail les trois types de propriétés intellectuelles présentées ci-haut, car ils sont essentiels à « la culture du libre » (Dauphin, 2008). Nous avons cependant dû adapter notre recherche aux réalités québécoises contemporaines, ce qui nous a contraints à nous concentrer davantage sur les licences libres. Les salaires modestes des artistes québécois et la difficulté de percer le marché peuvent être considérés étant la cause de la rareté de l'usage du *copyleft* par les participants interrogés dans le cadre de ce mémoire. Nous nous concentrerons donc sur l'étude de l'usage des licences libres et plus particulièrement, de celle des licences *Creative Commons*.

### 1.1.1 L'origine du droit d'auteur

C'est en Angleterre que le *Statut d'Anne*<sup>2</sup>, la toute première loi du droit d'auteur, est instauré le 10 avril 1710. Cette loi avait alors pour but de protéger les artistes et leurs créations dans le cadre de l'avènement et de l'expansion de l'imprimerie. Cette nouvelle loi marqua « pour la première fois l'existence d'un droit individuel des auteurs à une protection » (UNESCO, 2010).

D'importantes réformes légales eurent lieu en France en 1791 et 1793. C'est à cette époque que certains décrets sur le droit d'auteur furent mis en place. Les concepts de propriété littéraire et de domaine public furent évoqués pour la première fois au cours de cette période (UNESCO, 2010). La loi de 1793 introduisit une clause capitale au droit d'auteur puisqu'à partir de 1793, on accorde aux auteurs le « droit exclusif de vendre, [de] faire vendre, [de] distribuer leurs ouvrages [...] et d'en céder la propriété en tout ou partie » (Sagot-Duvauroux, 2002). Ces notions font encore aujourd'hui

---

<sup>2</sup> Le nom a été donné en l'honneur de la reine de la Grande-Bretagne et d'Irlande, Anne. Encyclopedia Britannica, *Anne : Queen of Great Britain and Ireland*, 2015, site web, <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/26219/Anne>.

partie des principes fondamentaux sur lesquels reposent la plupart des lois visant à protéger la propriété intellectuelle.

Le concept du droit d'auteur s'est développé à travers le monde tout en s'adaptant aux époques et aux contextes socioculturels. Concept aujourd'hui connu dans la majorité des pays, son application est régie par des traités internationaux, sans toutefois s'employer de la même façon d'un pays à un autre. À travers la majorité des pays du monde, ses différentes déclinaisons sont influencées par celle proposée par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI). L'OMPI a été créée en 1967 afin de « promouvoir l'élaboration d'un système international de protection intellectuelle équilibré et efficace » (OMPI, 2016). L'organisation compte à ce jour 189 pays membres. L'Organisation établit des normes par rapport aux enjeux de la propriété intellectuelle, qu'il s'agisse du droit d'auteur, des brevets, des marques, etc. Chacun des pays ayant adhéré à la convention de cette organisation possède cependant son propre système de lois nationales qui peut régir le droit d'auteur de manières plus ou moins différentes.

Ainsi, la plupart des pays ont pris pour modèle les conventions régies par l'OMPI tout en adaptant certaines lois en fonction du contexte socioculturel. Ces conventions de l'OMPI trouvent leurs origines dans la Convention de Berne de 1886. Ce « premier accord international pour la protection des droits des auteurs » (OMPI, 2016) s'inscrit dans les événements importants des lois sur la protection des œuvres littéraires et artistiques. Cette convention de 1886 marque également la naissance de la loi du droit d'auteur canadien.

Le droit d'auteur découle de ce que l'on appelle la propriété intellectuelle et se justifie, selon l'UNESCO (2010), à travers deux éléments : les besoins financiers de l'auteur en ce sens que « l'auteur bénéficiera d'une rétribution économique pour l'exploitation de

l'œuvre pendant une certaine durée et constitue donc une incitation à la créativité » (UNESCO, 2010) et le droit dit naturel de la protection des œuvres, qui protège le travail des artistes.

Il est important de définir ce qui constitue une œuvre. Selon l'UNESCO (2010), l'originalité est le premier critère pour définir une œuvre. Néanmoins, la définition du concept d'originalité étant relative, il faut plutôt considérer « un certain degré de compétence, de travail et de jugement pour [qu'une] œuvre soit considérée comme originale, il faut qu'elle reflète la personnalité du créateur. » (Renaud, 2013)

Outre l'originalité d'une œuvre, certains pays membres de l'UNESCO exigent une trace matérielle, comme un livre, un texte, un disque compact ou une partition musicale pour reconnaître l'originalité des œuvres. De plus, dans la plupart des pays occidentaux, le droit d'auteur demeure valide pour toute la vie du créateur, et jusqu'à 50 ans après sa mort, comme dans le cas du droit d'auteur canadien (Office de la propriété intellectuelle, 2015). Contrairement aux États-Unis qui, en 1998 et grâce au *Copyright Term Extension Act (CTEA)*<sup>3</sup>, ont décidé de prolonger la période de validité jusqu'à 70 ans après la mort du créateur. Après cette période de temps, l'œuvre appartient alors au domaine public.

Le droit d'auteur comporte deux aspects fondamentaux : les droits moraux et les droits patrimoniaux. À la mort de l'auteur, les droits moraux sont « dévolus à son légataire, [...] au légataire du droit d'auteur ou aux héritiers de l'auteur » (Gouvernement du

---

<sup>3</sup> Également connu sous le nom de *Sonny Bono Copyright Term Extension Act* et de *Mickey Mouse Protection Act*, le *CTEA* demeure certainement le litige judiciaire le plus célèbre en matière de domaine public. Le *Copyright Term Extension Act* a été fondé en 1998 par Sonny Bono, chanteur et homme politique, avec l'appui des dirigeants de la compagnie *Disney*. Se voyant bientôt perdre les droits sur son personnage mythique *Mickey Mouse*, Bono décida de prolonger le droit d'auteur, le menant ainsi à 70 ans après la mort du créateur (Barreau du Québec, 2003).

Canada, 2016). Les droits moraux se rapportant à l'intégrité et au respect de l'œuvre, « la déformer, [la] mutiler, [la] modifier ou l'utiliser en liaison avec un produit, une cause, un service ou une institution, d'une manière préjudiciable à l'honneur ou à la réputation de l'auteur » (Copibec, 2012) s'avérerait donc une violation au sens de la loi. Les droits moraux sont indissociables de l'œuvre, même une fois légués. Ils reconnaissent la paternité de l'œuvre et assurent une protection honorable de l'œuvre (Gouvernement du Canada, 2016).

Les droits patrimoniaux, également appelés droits économiques, désignent quant à eux la liberté de commercialisation dont jouit l'auteur d'une œuvre. Celui-ci possède le droit exclusif d'exploiter ses œuvres et il est libre de vendre ou de louer ce droit à une tierce partie. En somme, les droits moraux sont inhérents à l'œuvre, puisqu'ils en sont indissociables, tandis que les droits patrimoniaux ou les droits économiques d'une œuvre peuvent être octroyés à une tierce partie à la discrétion de l'auteur (Association québécoise des auteurs dramatiques, 2016). Cette nuance permet donc d'expliquer la possibilité pour un créateur de donner librement ses œuvres en n'imposant pas de coût de consommation ou d'exploitation.

#### *1.1.1.2 Le droit d'auteur et la question économique*

Tel que nous pourrions le voir dans les sections suivantes, les musiciens que nous avons interviewés abordent souvent les enjeux économiques du droit d'auteur. De plus, les artistes évoquent également à maintes reprises la réalité économique des redevances sur les ventes d'albums ainsi que la précarité économique imposée par leur métier.

Dans son article *L'abolition des droits d'auteur au profit des créateurs*, le professeur de sciences politiques en arts, Joost Smiers mentionne que la diminution des ventes peut être liée à une question culturelle : « la notion de droits d'auteur peut apparaître

étrange à beaucoup de cultures. Les artistes sont payés et peuvent être très respectés, mais il ne viendrait à l'idée de personne qu'un individu puisse exploiter une création pendant des décennies. » (Smiers, 2001, p.67) Ainsi, le fait de s'inspirer du travail d'autres créateurs, voire de le copier, est une coutume répandue dans certaines cultures orientales ou africaines : « L'auteur exclusif, seul et véritable, d'une chanson raï<sup>4</sup> est (très) rare. » (2001, p.68)

Certains aspects légaux auraient tendance à favoriser davantage les agents économiques culturels plutôt que les créateurs : « De plus en plus d'économistes soulignent que l'expansion des droits d'auteur favorise plus les investisseurs que les créateurs et les interprètes. » (Smiers, 2001, p.68) Selon Smiers, les droits moraux protégeant le travail artistique des créateurs « ne [feraient] que geler la création artistique » (2001, p.69). Il ajoute que « le système des droits d'auteur ne soutient pas vraiment les artistes » puisqu'il s'agit d'un « contrôle monopolistique d'un petit groupe de propriétaires de droits » qui remplace le « contrôle démocratique » (2001, p.68).

Yann Ménière et François Lévêque, dans leur ouvrage *L'économie de la propriété intellectuelle*, se penchent sur cette relation complexe entre les créateurs et l'industrie culturelle. Ils cherchent ainsi à trouver un juste équilibre entre ces deux éléments, voire un terrain d'entente, entre le droit d'auteur protégeant la créativité et la préservation de la motivation des artistes à créer. Ils abordent la problématique suivante :

Faut-il durcir ou assouplir le droit de la propriété intellectuelle? [...] D'un côté le piratage et la contrefaçon s'étendent et sont susceptibles de réduire les incitations à créer et à inventer. D'un autre côté, le droit de la propriété intellectuelle se renforce et peut conduire à limiter la diffusion des œuvres et l'usage des innovations. Quel est le bon équilibre? (Lévêque et Ménière, 2003, p.3)

---

<sup>4</sup> N. B. Le raï est un style de musique populaire issue de l'Algérie (Marranci, 2001).

Il n'est pas évident de trouver la solution à ce problème qui, selon Lévêque et Ménière, se manifeste depuis les années 1960. Il importe d'indiquer ici que les années 1960 marquent le début d'un nouveau domaine d'étude économique, soit le droit de la propriété intellectuelle (Lévêque et Ménière, 2003). Ainsi, peu d'écrivains et de chercheurs se sont penchés sur la question du droit et de la propriété intellectuelle avant 1960. Les premiers articles portaient alors « sur le brevet et sa contribution au progrès technique » (2003, p.3). Les deux auteurs indiquent que les études sur la propriété intellectuelle se déploient désormais selon un champ beaucoup plus élargi que celui de l'économie. La résolution des problèmes s'étant complexifiée, les auteurs affirment ainsi que « les technologies de l'information ont pour effet de renforcer le monopole légal conféré par le droit d'auteur. » (2003, p.139)

L'économiste français Sagot-Duvaurox, quant à lui, s'intéresse à la question du domaine public d'un point de vue économique, en ne parlant pas uniquement de l'auteur, mais également de la société dans lequel celui-ci évolue. Selon ce chercheur, les œuvres artistiques, quelle que soit la forme qu'elles prennent, doivent être offertes à la société. En effet, selon Sagot-Duvaurox, « toute œuvre est faite d'emprunts plus ou moins directs qui traduisent la dette de l'auteur par rapport à la société. » (2002, p.44) Il s'avère donc justifiable que l'auteur coopère avec l'État dans le développement artistique et « que les droits de propriété soient partagés » (2002, p.44). Le chercheur ajoute même que ce contrat limité dans le temps entre l'auteur et l'État est souhaitable afin que la création soit redistribuée dans la société une fois le contrat terminé.

### 1.1.2 Le *Copyleft*

Le mot *copyleft* est un néologisme créé par Dennis Allison<sup>5</sup> et est apparu pour la première fois en 1975 dans le secteur informatique. Toutefois, Richard Stallman est à l'origine du mouvement social de la culture du libre et est bel et bien le précurseur du logiciel libre (Williams, 2010). Il a fondé le *Projet GNU*,<sup>6</sup> qui consiste en un manifeste à propos du logiciel libre. *Projet GNU* constitue également un site web de référence pour les néophytes de la culture du libre.

Le terme *copyleft* propose une forme d'antonyme littéraire au terme *copyright* et évoque l'idée de « gauche » dans sa terminologie et dans son idéologie. Le concept peut également se traduire par *copie laissée* suggérant une certaine forme de liberté pour les usagers. Cette *copie laissée* se manifeste aussi dans l'idée d'un objet traînant dans un espace ou un lieu, libre d'être utilisé par ceux qui le désirent (Projet GNU, 2014).

La nature exacte du *copyleft* est définie plus précisément par Richard Stallman tel que suit :

Copyleft is a general method for making a program (or other work) free, and requiring all modified and extended versions of the program to be free as well. [...] This allows people to share the program and their improvements, if they are so minded. But it also allows uncooperative people to convert the program into proprietary software. They can make changes, many or few, and distribute the result as a proprietary product. [...] Copyleft says that anyone who redistributes the software, with or without the changes, must pass along the freedom to further copy and change it. Copyleft guarantees that every user has freedom. (Projet GNU, 2014)

---

<sup>5</sup> Il est difficile de savoir qui a créé le terme *copyleft*, mais nous savons que Dennis Allison est le premier à l'avoir utilisé dans une lettre communiquée au sein du magazine *Dr.Dobb's Journal of Tiny Basic*. Richard Stallman a repris l'expression *copyleft* dans son manifeste GNU et a grandement contribué à la popularité de ce mode de propriété intellectuelle grâce à ces nombreux articles et multiples conférences sur la question du libre. (McHale, 2001)

<sup>6</sup> Le site web [gnu.org](http://gnu.org) souligne que « GNU » est un « acronyme récursif » pour « GNU's Not Unix » voulant dire le programme *Linux* n'est pas *Unix*. Il souligne qu'à cette époque plusieurs compagnies informatiques utilisaient le principe d'acronyme récursif dans leurs noms et leurs publicités. Stallman explique qu'il a voulu trouver un nom drôle et accrocheur à son projet. (Projet GNU, 2014)

Nous aurions pu également utiliser la définition proposée dans l'ouvrage *Encyclopedia of Social Movement Media* qui stipule que :

The concept of a “copyleft” [...] is a form of copyright, a licensing of intellectual property, which sets out the terms of that property's use and distribution. Unlike copyright, which reserves all rights for the producer(s) of a piece of work, copyleft reserves some or no rights for the work's creator(s). Copyleft puts the work into the public realm, where, depending on the degree of freedom in the particular license used, the work can be changed, reproduced, used, or distributed. (Downing, 2011)

L'illustration des deux définitions montre bien la complexité et l'évolution du *copyleft*. La définition de Stallman est davantage liée à l'usage des logiciels libres et donc, au domaine informatique. Quant à celle de Downing, elle n'évoque pas l'idée d'un contre-mouvement social, mais s'attarde plutôt sur l'aspect juridique et monétaire de la propriété intellectuelle.

Stallman précise que la « gauche d'auteur » n'est pas une façon de limiter l'utilisation d'un logiciel, mais bien de le rendre libre de droits (Projet GNU, 2014). Il ajoute que « l'idée centrale du *copyleft* est de donner à quiconque la permission d'exécuter le programme, de le copier, de le modifier, et d'en distribuer des versions modifiées » (Projet GNU, 2014). Les modifications des programmes doivent également demeurer libres pour ainsi permettre à tous les utilisateurs d'en bénéficier.

Il faut comprendre que le *copyleft* n'agit pas en tant que « no-copyright » (Farchy, 2001), c'est-à-dire qu'il y a bel et bien une propriété intellectuelle au sein du *copyleft* tandis que le *no-copyright* se caractérise par une non-indication de propriété intellectuelle des œuvres et par une absence totale de droit d'auteur (Farchy, 2001). Dans son texte sur la programmation informatique, Ganguly explique ainsi:

The essence of the *copyleft* movement was explained by its patriarch himself, who opined that the objective of the entire process was to ensure that copyright law served ‘the opposite of its usual purpose: instead of a means of privatizing software, it becomes a means of keeping software free’. (Ganguly, 2007)

### 1.1.2.1 Origine et aperçu historique

C’est le projet informatique *Tiny Basic*, de Dennis Allison en 1975, qui marque la première apparition du terme *copyleft* (Itty Bitty Computer, 2004). Œuvrant dans la recherche informatique et technologique, Allison a ainsi inventé un langage de programmation, le *Tiny BASIC* (Kumar, 2011). Son projet visait à faire paraître des codes informatiques dans le *Dr.Dobbs’s Journal of Tiny BASIC* paru en 1976 (Dr.Dobbs, 2006), permettant un échange de codes entre lecteurs. Le principe était que chacun des lecteurs de cette chaîne publiait à tour de rôle le code source de leur ordinateur dans le journal. Bien que cette nouvelle forme de communication soit marginale, il faut noter que « this was a free software project before the internet allowed easy transfer of files » (McHale, 2001). Ce fut aussi la première fois que l’appellation *copyleft* fut employée, avec l’utilisation par Dennis Allison<sup>7</sup> de la mention « All Wrongs Reserved » à la fin de son article de journal (McHale, 2001). Par la suite, dans les années 1984-1985, Richard Stallman crée la première licence de *copyleft* pour les logiciels libres, *Projet GNU*, et fait paraître un manifeste à travers son projet intitulé *GNU General Public License*. Stallman avoue toutefois ne pas avoir été le premier utilisateur du terme *copyleft*. Il aurait plutôt emprunté cette expression à Don Hopkins, qui employa l’expression *Copyleft – All rights reversed* dans une lettre envoyée à Stallman en 1984-1985 (McHale, 2001).

---

<sup>7</sup> En 1977, soit un an plus tard, Li-Chen Wang a modifié le langage informatique d’Allison afin de l’améliorer, mais a tout de même préservé la signature *Copyleft All Wrongs Reserved*. Dans la même année, Roger Rauskolb en profite également pour adapter la dernière version de Wang où il inscrira la même notice *Copyleft All Wrongs Reserved* dans le magazine *Interface Age*.

Don Hopkins, informaticien à la même époque que Stallman, aurait trouvé l'inspiration de cette expression à travers l'art de Ray Johnson, artiste de *mail-art* des années 1980 (Walter, 2002). À l'époque, l'artiste crée une série d'œuvres nommée *Mail Art and Ephemera*, qui s'inscrit dans les premières mouvances du *copyleft* dans le monde de l'art visuel<sup>8</sup>. Ces lettres, de véritables pièces artistiques, sont décorées de façon très soignée et éclectique. Malgré le retraçage complexe des lettres, quelques-unes ont pu être récupérées par des collectionneurs et d'autres artistes, parmi les relations de Johnson (McHale, 2001). Le documentaire relatant la vie de l'artiste, *How to draw a Bunny*, fait quelques fois mention du terme *copyleft* puisque certains amis et collègues de Johnson le croient précurseur du mouvement *copyleft* dans le domaine de l'art visuel (Walter, 2002). Ainsi, lorsque Don Hopkins envoya sa lettre à Stallman, il décida de s'inspirer du style *mail-art*<sup>9</sup> de Johnson et apposa en signature de sa lettre l'expression *Copyleft – All rights reversed* (McHale, 2001).

#### 1.1.2.2 Les technologies numériques et le copyleft

Depuis quelques années, le *copyleft* connaît une popularité croissante en tant qu'objet d'étude scientifique. L'expansion du web a contribué à cette émergence et a renouvelé le concept du droit d'auteur, qui doit désormais s'adapter aux réalités d'internet et des programmes de téléchargement en ligne. L'industrie de la musique, pour sa part, a dû faire face à une révolution sans précédent et ne parvient toujours pas aujourd'hui à trouver une solution à l'augmentation des téléchargements en ligne (Gill, 2005) et à la technicisation des supports d'enregistrement des chansons : vinyle, cassette audio, disque compact et fichier MP3.

---

<sup>8</sup> Une mention du *copyleft* est abordée dans son documentaire hommage *How to Draw a Bunny* réalisé par John W. Walter en 2002.

<sup>9</sup> « Mail art consisted of 'sendings' and 'receivings' by one artist, Ray Johnson, to more than 100 artists involved in the downtown New York arts scene in the 1950s and 1960s. » (Gangadharan, Seeta Pena, « Mail art : networking without technology », *New Media & Society*, SAGE Publications, Los Angeles, 2009, pp.279-297).

C'est dans ce contexte que plusieurs des participants soulignent d'ailleurs la nécessité pour le droit d'auteur de s'adapter à la réalité contemporaine en régissant, par exemple, une redevance pour les câblodistributeurs, sujet que nous aborderons plus en détail dans le chapitre quatre. En utilisant le *copyleft*, et bien que ce type de licence ne puisse stopper le téléchargement illégal ou le piratage, les artistes font donc le choix de reconnaître la réalité à laquelle leurs créations doivent faire face. Ainsi, au lieu de lutter contre le piratage, ils offrent leur musique librement et permettent à tous les usagers d'en profiter. Il est à noter que dans le cadre du *copyleft*, une œuvre n'est légale juridiquement parlant que dans la mesure où elle est accompagnée d'une licence libre telle que *Creative Commons* ou *Art Libre* (Creative Commons, 2014). Sans ces licences, les œuvres, qu'elles soient en *copyleft* ou non, ne peuvent pas bénéficier d'une reconnaissance juridique puisqu'elles ne sont pas reconnues légalement.

Ainsi, l'aspect relationnel d'internet dans le contexte du partage et des échanges entre les individus est ici soulevé. La base du concept de *copyleft* repose en effet sur cette idée d'interactivité entre les individus. Les adeptes du *copyleft* croient au pouvoir du partage de la culture et croient qu'internet est un moyen facile de communiquer et d'échanger (Projet GNU, 2014). Nous verrons plus tard que l'un de nos participants évoque même l'idée d'une certaine socialisation via la diffusion libre de son œuvre musicale (Dominique Rheault, décembre 2015). Notre mémoire s'intéresse ainsi, à travers l'étude de ces utilisations alternatives du droit d'auteur et de la propriété intellectuelle, à la manière dont la culture numérique (*cyberculture*) affecte irrévocablement les utilisateurs, soit : « comment l'Internet a modifié profondément les relations dans notre société » (Le Crosnier, 2009). Pour mieux comprendre ces transformations, Bernard Miège (1998) propose une analyse qui s'articule sur deux axes : d'une part l'internet, d'autre part, les individus. Il analyse ainsi la transformation des rapports sociaux et la relation entre internet et les individus. Il s'agit en fait d'un

« mouvement continu d'interconnexion en vue d'une communication interactive de tous avec tous » (Miège, 1998).

L'interaction entre les usagers sur les plateformes web a également permis une nouvelle orientation économique que Weissberg définit par le « capitalisme cognitif » (Weissberg, 2002). Ce capitalisme cognitif se définit par « un système d'accumulation dans lequel la valeur productive du travail intellectuel et immatériel devient dominante et où l'enjeu central de la valorisation du capital porte directement sur l'expropriation rentière du commun et sur la transformation de la connaissance en une marchandise fictive » (Negri et Vercellone, 2008). Les auteurs affirment ainsi que nos sociétés traversent une ère de changement où le capitalisme industriel fait maintenant place à cette nouvelle forme de capitalisme dit cognitif. Weissberg, traitant de ce concept à travers les logiciels libres, souligne que, dans ce milieu, la coopération sociale prime sur la production privée. Parallèlement, Weissberg propose l'idée suivante :

Dans ces activités [de la coopération sociale et du service marchand], la « communication » occupe une place centrale, puisqu'elle est à la fois l'outil et le milieu. C'est sous cet éclairage que la notion de « cyberculture » pourrait se comprendre, comme adossée au caractère central des connaissances dans la production de la richesse [et qui nous fait] quitter le capitalisme industriel vers un "capitalisme cognitif" » (Weissberg, 2002).

La transformation de nos rapports sociaux a ainsi permis une nouvelle orientation économique ; il s'agit en fait, d'un nouveau type de capitalisme, soit celui de l'information (Simioni, 2002). À cet égard, Le Crosnier (2009) estime que les secteurs économiques, culturels, sociaux, technologiques, juridiques, politiques et géopolitiques subissent tous une mutation à l'heure actuelle. Ces changements sont liés à l'évolution du web et peuvent difficilement échapper aux transformations sociales produites par l'usage croissant d'internet.

Comme nous avons pu le constater lors de nos entretiens, la présence du web pour les artistes est cruciale, encore plus aujourd'hui avec les réseaux sociaux et les plateformes web de musique en continu. Ces échanges et ces partages sur le web s'inscrivent dans ce qui a été nommé la *culture numérique*. De plus, les nouvelles technologies de l'information et de la communication se raffinent et permettent des échanges plus faciles et rapides; par exemple, la création de nouvelles applications en ligne ou de nouveaux réseaux sociaux. De cette spécialisation technique surgissent de « nouvelles formes de distribution, de coopération et [d'] appropriation des biens symboliques et intangibles » (Lemos et Rezende, 2005). Certains de nos participants mentionnent d'ailleurs l'importance des communautés au sein de ces plateformes musicales. Cet aspect des communautés informatiques fait souvent référence aux idées de collectivité, de partage et de coopération (Lemos et Rezende, 2005).

Nous démontrerons plus tard, dans l'analyse de nos résultats, que la gratuité des œuvres musicales est riche en signification pour les participants, pour les auteurs et pour les compositeurs. En ce sens, la notion de gratuité du *copyleft* « a eu le mérite de faire émerger au-devant de la scène la question de l'accès des citoyens à la culture et de l'opportunité d'une gratuité, totale ou partielle, réelle ou apparente, bénéfique ou dangereuse. » (Jeanneney, 2007) Jeanneney ajoute que « l'absence de rémunération durable [pour] la création intellectuelle serait précisément néfaste à la collectivité » (2007). Ainsi, la gratuité complète de la musique pourrait amener à une dévalorisation de cet art. Cette dévalorisation aurait par conséquent une influence sur la qualité des œuvres puisqu'elle ne posséderait plus la même valeur symbolique qu'auparavant (Paillard, 2013). Cependant, la gratuité peut aussi être perçue comme positive, car elle permet une démocratisation et un accès égalitaire pour tous au patrimoine musical collectif.

### 1.1.2.3 Le cas Napster

Nous étudierons plus tard dans notre analyse les concepts de partage et de contribution dans la sphère numérique. L'exemple le plus marquant demeure *Napster*, la première plateforme web de partage musical. *Napster* fut l'un des pionniers en matière de culture numérique et de programmes *peer-to-peer*<sup>10</sup>. Son caractère innovateur et avant-gardiste fait de cette plateforme un cas exemplaire dans plusieurs ouvrages traitant du logiciel libre, du *copyleft* et du droit d'auteur dans le domaine de la musique.

En 1999, Shawn Fanning et Sean Parker mettent au point le programme *Napster* permettant aux utilisateurs, une fois connectés sur le site, de partager et d'échanger leurs bibliothèques musicales en ligne. *Napster* séduit un si grand nombre de mélomanes qu'il devient « the largest platform of music sharing that significantly hit the profits of the recording industry. » (Khosrow-Pour, 2014) Ainsi, en 2001, la *Record Industry Association of America (RIAA)* poursuit *Napster* pour violation de droit d'auteur et pour piratage. Le programme *peer-to-peer* perd son combat, ce qui mène par la suite à sa fermeture. Dans le débat entourant le téléchargement en ligne, *Napster* fut un précurseur et a véritablement secoué l'industrie musicale. Bien que le piratage musical existât déjà avant l'arrivée du numérique, le déploiement de cette technologie eut pour résultat d'effrayer considérablement les compagnies de disque puisqu'elle permet d'effectuer ce piratage de manière très rapide entre un nombre très important et simultané d'utilisateurs (Khosrow-Pour, 2014).

---

<sup>10</sup>Nous avons choisi d'adopter la définition de Jean-Samuel Beuscart pour les programmes *peer-to-peer*, aussi appelés *paire à paire*. La formulation *peer 2 peer* peut aussi apparaître dans certains ouvrages. Beuscart définit le *peer-to-peer* comme suit : « il s'agit de réseaux permettant aux internautes de s'échanger des fichiers entre eux, sans avoir recours à un site centralisé. » (Beuscart, 2004)

### 1.1.3 Les licences libres

Il existe six licences libres définies par *Creative Commons*, chacune d'entre elle présentant des conditions différentes quant à la protection de la propriété intellectuelle pour une œuvre artistique ou pour un travail scientifique. Parmi les six licences, l'une d'entre elle s'apparente au concept de *copyleft*, soit la licence BY-SA laquelle, d'une part, permet de «copier, distribuer et communiquer le matériel par tous moyens et sous tous formats» et d'autre part de «remixer, transformer et créer à partir du matériel pour toute utilisation, y compris commerciale » à la condition que l'œuvre modifiée soit partagée avec la même licence que l'œuvre originale et que l'œuvre d'origine soit aussi identifiée lors de la diffusion (Creative Commons, 2014). D'une manière générale, les licences libres se caractérisent par une restriction d'usage, selon la licence choisie, contrairement au *copyleft* qui est beaucoup plus souple quant à la modification et à l'exploitation commerciale des œuvres.

Avant d'aborder les spécificités des licences libres *Art Libre* et *Creative Commons*, il est nécessaire de définir précisément ce qu'est une licence libre. Tout d'abord, une licence se caractérise par «un contrat type proposé aux acquéreurs de l'œuvre (gratuit[e] ou payant[e]) indiquant les droits qui leur sont concédés, et les obligations éventuelles qui leur sont imposées en échange. » (Association Francophone des Utilisateurs de Logiciels Libres, 2015) Le terme « libre » réfère ici à la liberté des utilisateurs : « cela veut dire que les utilisateurs ont la liberté d'exécuter, copier, distribuer, étudier, modifier et améliorer » (Projet GNU, 2014) le bien acquis.

Notons que les caractéristiques des licences libres découlent à l'origine des caractéristiques des logiciels informatiques. Ainsi, plusieurs des articles que nous avons consultés mobilisent les notions d'éthique propres aux logiciels libres plutôt que celles qui sont relatives aux licences libres en art. Inspirées par cette forte dimension

éthique et sociale, les caractéristiques des licences libres proposent une forme de code de déontologie à leurs utilisateurs. Nous avons choisi d'en discuter puisqu'il s'est révélé une caractéristique importante aux yeux des participants. De plus, nous ne soupçonnions pas un mécontentement aussi fort pour les personnes interrogées qui ont discuté de valeur et de perte de symbolique musical.

Pour qu'un logiciel soit considéré libre, il doit se conformer à l'une des quatre conventions établies par le Projet GNU : la liberté d'utiliser le logiciel à sa guise, la modification du logiciel pour effectuer des tâches diverses, la liberté de redistribuer des copies et, finalement, la liberté de distribuer et de donner la version modifiée du logiciel à la communauté informatique (Projet GNU, 2014). De plus, il faut souligner que dans la langue anglaise le mot *free* ne signifie pas nécessairement *gratuit*, mais bien *libre* de droits (Projet GNU, 2014). La logique derrière les licences libres « is to promote computer user freedom and to defend the rights of all free software users. » (Free Software Foundation, 2015) Toutefois, soulignons que les logiciels libres tels que le système d'exploitation LINUX témoignent d'un « processus d'innovation qui est inhabituel, car ce sont les consommateurs eux-mêmes qui innovent, pour remédier à leurs propres besoins. » (Lévêque et Menière, 2003) La *Free Software Foundation (FSF)*, pour sa part, se proclame comme étant un « mouvement social [...] dédié à la cause de la liberté et du partage. » (Free Software Foundation, 2015) Cette méthode d'échange aspire à réunir plusieurs utilisateurs afin de les sensibiliser à la « cause » des logiciels libres auprès de la communauté web (Free Software Foundation, 2015).

De plus, tel que mentionné plus tôt, toute œuvre *copyleft* doit obligatoirement être sous l'instance d'une licence libre, sans quoi elle n'est pas considérée comme *copyleft* au regard de la loi (Licence Art Libre, 2007). En effet, si une œuvre se dit *copyleft* et qu'elle n'est associée à aucune licence libre, elle ne possède aucune protection juridique (Licence Art Libre, 2007).

### 1.1.3.1 *Creative Commons*

Cette licence libre a été créée aux États-Unis en 2001 par plusieurs chercheurs et experts du droit d'auteur et notamment du droit sur internet (Clinique Juridique des Artistes de Montréal, 2011). Lawrence Lessig est la personnalité la plus fréquemment associée à cet organisme puisqu'il est un activiste jouissant d'une certaine célébrité et fidèle porte-parole de l'organisme. Les licences *Creative Commons* aident les créateurs, appelés *titulaires de droits*, à conserver leurs droits tout en permettant au public de copier, de modifier et de distribuer leurs œuvres (Creative Commons, 2014). *Creative Commons* s'est inspiré de certaines caractéristiques de la loi sur le droit d'auteur avant de créer les six différentes licences libres. Cependant, toutes les licences libres *Creative Commons*, peu importe le type de licence choisie, possèdent un critère commun qui est celui du partage (Creative Commons, 2014).

La licence *Creative Commons* comporte différents degrés d'accès libre en ce qui a trait à la distribution, la modification ou la copie des œuvres. Les degrés de restriction se différencient d'une licence *CC* à une autre, allant de la plus restrictive à la plus ouverte, toujours selon le choix du créateur. Celui-ci peut par exemple autoriser la copie, mais interdire toute modification de l'œuvre. *Creative Commons* est reconnu à travers le monde entier et ses licences sont traduites dans plus d'une quarantaine de langues (Creative Commons, 2014).

Les six licences proposées par *Creative Commons* reposent sur un concept commun : celui du partage. La licence imposant le moins de contraintes aux usagers est la licence *CC-BY*, qui permet le partage, la modification, l'adaptation et même l'exploitation d'une œuvre à des fins commerciales. Toutefois, cette licence requiert que l'on cite

toujours l'auteur de la création originale, peu importe le nombre de partages et de modifications.

La licence dénommée BY-NC-SA a été utilisée par trois de nos participants et s'avère l'une des plus populaires. Elle permet elle aussi différentes formes de modifications (le *remix*, le pillage, l'adaptation, la reprise, etc.) tout en imposant la mention du nom du créateur de l'œuvre originale. Les nouvelles œuvres partagées à des fins non commerciales doivent cependant présenter les mêmes conditions de partage que l'œuvre originale, en l'occurrence celles de la licence BY-NC-SA.

La deuxième licence, BY-NC-ND, s'avère la plus restrictive de toutes puisqu'elle ne permet pas la modification (*remix*, adaptation, arrangement, etc.) ni l'exploitation commerciale. Ces œuvres peuvent être seulement partagées et téléchargées tout en citant l'auteur. Un seul de nos participants a choisi cette licence pour la diffusion de son premier album.

La licence CC-BY se rapproche de la licence BY-SA puisqu'elle comporte les mêmes conditions d'utilisation, mise à part une spécificité bien particulière de cette dernière.

En effet, la licence BY-SA<sup>11</sup>, s'apparentant au mode d'utilisation *copyleft*, exige que quiconque modifie et se réapproprie une œuvre doit obligatoirement la diffuser en utilisant la même licence, c'est-à-dire la BY-SA. Parmi nos participants, un seul a choisi cette licence pour la diffusion des trois albums de son groupe, soit *Alaclair Ensemble*.

---

<sup>11</sup>L'exemple le plus commun de cette licence est *Wikipédia* qui fonctionne par un principe de communauté où les utilisateurs sont invités à ajouter du contenu librement.

La cinquième licence proposée est la BY-ND ne permet pas la modification de l'œuvre. Il est toutefois possible de la partager et de l'utiliser à des fins commerciales avec, bien sûr, l'attribution et la mention du nom du créateur.

La dernière licence BY-NC permet quant à elle toute forme de modification et de partage, mais l'œuvre ne peut pas être utilisée à des fins commerciales. L'œuvre doit, lorsqu'elle est diffusée, être associée au nom de son créateur d'origine même lorsqu'elle est transformée. L'œuvre doit également être partagée dans les mêmes conditions que l'œuvre originale.

Il faut ici préciser que, pour toutes ces licences libres, la rémunération est à la discrétion du créateur. Ainsi, l'artiste peut décider d'offrir gratuitement son œuvre, sans frais et à l'aide du support technique de son choix, ou bien de charger un certain montant aux usagers désireux d'écouter sa musique à l'aide des plateformes de musique en ligne. Il peut également inviter les utilisateurs appréciant son travail à choisir le montant qu'ils verseront pour obtenir l'œuvre musicale.

#### *1.1.3.2 Licence Art Libre*

Bien qu'aucun des participants à nos entretiens n'ait mentionné qu'il en faisait usage, il nous a semblé important, à titre indicatif, de souligner l'existence de la licence *Art Libre* et de présenter les notions qui la soutiennent.

*Art Libre* a été créée en 2000 à la suite de rencontres mensuelles avec des penseurs, philosophes et chercheurs s'intéressant aux licences libres et au *copyleft* comme mode de propriété intellectuelle. De ces rencontres est né le *Copyleft Attitude*, qui consiste en une chaîne de lettres voulant promouvoir le *copyleft* dans le domaine de l'art (Licence

Art Libre, 2007). Ces rencontres ont lieu une fois par mois, et il y est question des différents aspects entourant les licences libres et de leur avancée au sein des domaines artistiques.

Antoine Moreau, fondateur de la licence *Art Libre*, est aussi l'organisateur des rencontres *Copyleft Attitude* et défend l'idéologie de la culture du libre. Les idées qu'il y présente ont servi comme base de réflexion dans les discussions sur la propriété intellectuelle des œuvres artistiques. Sa thèse l'a mené à créer et à fonder *Art Libre*, une licence libre ayant découlé des discussions entre des informaticiens du libre et des gens du milieu de l'art (Licence Art Libre, 2007). Moreau s'explique :

Notre mission : promouvoir l'Art Libre et la *Copyleft Attitude*. [...] La *Copyleft Attitude*, c'est la philosophie Linux et GNU appliquée à l'art, le droit de distribuer et de jouir d'une création intellectuelle librement. Le savoir appartient à l'humanité disait Hugo. C'est ce que nous (les acteurs du *copyleft*) voulons : rendre la culture et le savoir à l'humanité. Culture Libre vous appartient, vous pouvez apporter votre pierre à l'édifice, et est également un lieu d'expression (Moreau, 2011, p.179).

La licence vise à « créer de nouvelles conditions de création pour amplifier les possibilités de création » (Licence Art Libre, 2007) et stimuler, par le fait même, la création d'œuvres. Elle donne libre cours à la liberté du créateur sans brimer son travail et lui assure une reconnaissance intellectuelle de son labeur sans toutefois offrir une somme d'argent (Licence Art Libre, 2007).

Les défenseurs de ces licences sont conscients de l'importance du numérique et de l'impact que celui-ci peut avoir sur les usagers, et conviennent que le développement d'internet a permis une restructuration économique, politique et culturelle dans nos rapports au travail et à nos divertissements (Licence Art Libre, 2007). C'est ainsi qu'ils ont choisi d'utiliser internet comme allié dans le domaine intellectuel, en art par exemple, en créant une licence, quelque peu marginale, et en s'intéressant à ce qu'ils

appellent « le développement culturel dans nos sociétés industrielles » (Licence Art Libre, 2007).

## 1.2 Mise en contexte de la question et du sujet de recherche

En considérant les divers enjeux soulevés par la notion de propriété intellectuelle, nous nous sommes aperçus que la question du *copyleft* allait au-delà du débat pour la défense des œuvres des créateurs. Aujourd'hui, les intérêts financiers dominent les secteurs scientifiques, artistiques, culturels et politiques, et l'art est fortement influencé par ces pratiques qui placent souvent le profit comme valeur prépondérante au détriment du capital symbolique, de la valeur culturelle, intellectuelle ou patrimoniale<sup>12</sup>. Dans ce contexte, nous trouvons fascinant de voir des artistes offrir librement leur musique sans exiger de compensation financière de la part des usagers. Ainsi, la diversité des enjeux soulevés par la pratique du *copyleft* a donné naissance aux questionnements que nous aborderons dans ce mémoire.

### 1.2.1 Pertinence de la recherche

Les technologies occupent un rôle important et toujours grandissant au sein de notre environnement quotidien. En conséquence, la culture se technicise tout en s'adaptant aux changements techniques. Les institutions et l'industrie se trouvent au milieu de la mêlée et doivent alors mettre en place des stratégies culturelles afin d'investir dans ce

---

<sup>12</sup> Tiré du journal *Libération*, le sociologue Gilles Lipovetsky a dit en entrevue que : « Le capitalisme artiste est ce système qui incorpore de manière systématique la dimension créative et imaginaire dans les secteurs de la consommation marchande. » De plus, il soulignera qu'« un nouveau capitalisme est né [ce] qui a changé le sens de l'art. » *Libération*, « Le "capitalisme artiste" ne fait pas le bonheur », 2013, site web, [http://www.liberation.fr/economie/2013/04/25/le-capitalisme-artiste-ne-fait-pas-le-bonheur\\_899049](http://www.liberation.fr/economie/2013/04/25/le-capitalisme-artiste-ne-fait-pas-le-bonheur_899049).

domaine en constante mouvance et expansion (Ministère de la Culture et des Communications, 2014). Dans le document ministériel *Pour occuper l'espace numérique*, le gouvernement reconnaît ainsi que « le numérique instaure une culture de collaboration, d'interconnexion et d'interaction, permettant un bénéfice mutuel. » (Ministère de la Culture et des Communications, 2014) C'est donc dire que le numérique permet le développement d'un réseau élargi de contact et une facilité d'accès à l'information.

À travers l'internet, le numérique se développe de façon rapide et les lois sur le droit d'auteur ont peine à s'adapter à cette réalité. Les lois entourant le droit d'auteur doivent évoluer en fonction des enjeux liés au numérique : « The rules may well have made sense against a background of technologies from centuries ago, but they do not make sense against the background of digital technologies. » (Lessig, 2004) Ainsi, les *règles* du droit d'auteur, comme l'indiquent Lessig, sont mal adaptées au contexte présent, c'est-à-dire, aux nouvelles technologies de l'information et à la réalité d'internet. L'instantanéité du web pose problème dans le contrôle et la gestion de la diffusion de la musique enregistrée. De plus, l'impact sur le public de l'offre et de l'omniprésence de la musique enregistrée dans les espaces publics et sur un nombre croissant de réseaux de diffusion numérique constituent deux phénomènes non négligeables de notre étude.

Dans le champ des études médiatiques, notre objectif est de mieux comprendre les interactions entre les individus et la construction des cohésions sociales dans le contexte du partage gratuit d'œuvres musicales sur internet. La création de liens entre les individus et la formation de communautés sont des notions abordées dans notre recherche. Nous nous intéressons aux artistes et à la dynamique de leurs relations avec leur public, que celui-ci soit composé d'individus férus ou non de musique. La portée des résultats de notre étude est bien entendu limitée pour des raisons monétaires et

géographiques, puisqu'elle ne regroupe que les propos d'un échantillon restreint d'artistes. Toutefois, l'analyse de nos entretiens nous renseigne sur les conséquences de l'avènement du numérique pour l'accessibilité et le partage de la culture, dans un contexte de domination omniprésente des intérêts financiers.

### 1.2.2 Pertinence scientifique

Les entretiens réalisés au cours de cette recherche ont permis de soulever les enjeux relatifs à l'application des différentes formes de droit d'auteur, des licences libres ou du *copyleft*. Plus précisément, l'objectif n'est pas de déterminer si la protection intellectuelle est toujours pertinente, mais bien : « do copyrights, patents, and trade secrets increase the availability and use of intellectual products more than they restrict this availability and use? » (Hettinger, 1989) Selon Claus, les recherches des dernières années démontrent que « le droit d'auteur néglige l'un de ses objectifs fondamentaux, à savoir favoriser l'accès à la culture aux arts ainsi que son développement. » (Claus, 2014) De plus, la privatisation des biens communs est un autre phénomène dont l'on a pu observer le développement au cours des dernières décennies. Les participants soulignent ainsi l'importance de l'accès aux œuvres dans le domaine public et d'une culture riche accessible à tous.

Bien que la démocratisation culturelle constitue une préoccupation pour les participants à l'étude, il n'en demeure pas moins que ces derniers se sont tous montrés concernés par la redevance économique de leurs œuvres musicales. Les sites d'écoute de musique en ligne en continu, de type *streaming*, affectent de plus en plus le secteur financier musical. Les résultats sont préoccupants et une fois de plus, les artistes écoupent de ces pratiques: le quotidien *Le Devoir* rapporte ainsi que seuls 10,2 cents sont versés à l'auteur par tranche de 1000 écoutes de morceaux de musique dans le contexte de la diffusion en continu (Bourgault-Côté, 2016). Parallèlement au sempiternel débat sur

les redevances des câblodistributeurs, la question de la création d'une taxe *iPod* est également apparue en 2013 sous le gouvernement conservateur de Stephen Harper. Celle-ci consisterait en l'imposition d'une taxe sur les appareils MP3 par rapport à la capacité du disque dur ou de la mémoire Flash tels que les *iPod*, puisque ces baladeurs n'ont pas besoin de média externe pour fonctionner (McKenna, 2010). Ces deux revendications sont régulièrement évoquées puisqu'elles sont aisées à mettre en place et permettent une rétribution équitable des artistes.

La compagnie *Spotify*, qui offre à ses utilisateurs une plateforme de diffusion, de vente et de téléchargement de musique, est souvent pointée du doigt lorsqu'il est question de musique en continu. Néanmoins, l'un des premiers logiciels mondiaux d'exploitation musicale, *iTunes*, ne se montre pas plus généreux envers les artistes. En effet, *iTunes* se garde une cote assez importante sur les ventes d'albums des artistes : « In the popular digital realm, a \$9.99 download on a program like iTunes nets artists a modest 94 cents -- less than a 10% cut. The record company takes \$5.35 and Apple keeps the remaining \$3.70. » (Lipbgy, 2011) Ainsi, le débat quant aux revenus des artistes est toujours d'actualité et va beaucoup plus loin que la défense des droits des artistes. Les solutions se font rares, les lois ne sont plus adaptées à la réalité du web et la promulgation d'une nouvelle loi peut prendre plusieurs années à se concrétiser.

La transformation du marché du disque physique vers la culture numérique et l'achat en ligne est encore un phénomène problématique dans l'industrie musicale. Bien que les lois du droit d'auteur aient été assouplies en 2012, il reste que depuis « l'avènement du numérique on assiste au fort développement de certaines pratiques remettant fortement en question la légitimité du droit d'auteur » (Claus, 2014). Le débat sur la propriété intellectuelle ne touche plus particulièrement un secteur spécifique, mais « présente la particularité de se déployer tant dans l'espace public médiatique que dans celui [de l'] académique » (Claus, 2014).

### 1.3 Question de recherche

Notre première ébauche de question de recherche explorait uniquement le mode de propriété intellectuelle *copyleft*. Néanmoins, au fil de nos recherches et entretiens, nous nous sommes aperçus que très peu d'artistes utilisaient le *copyleft* dans la diffusion de leurs œuvres musicales. En effet, la plupart des artistes interrogés utilisaient la licence libre BY-NC-SA de *Creative Commons*, qui ne permet pas l'exploitation commerciale de l'œuvre, mais qui stipule toutefois que l'œuvre modifiée doit respecter les mêmes conditions en termes de licence que l'œuvre originale. C'est ainsi que nous avons fait le choix d'adapter notre question de recherche à la réalité québécoise contemporaine en incluant les autres types de licences libres.

D'autre part, notre première question abordait les différents aspects financiers, éthiques et juridiques du droit d'auteur et du *copyleft*. Nous avons écarté cette idée puisque notre problématique recense plutôt des questionnements sur les licences libres, sur la culture numérique et sur les origines des modes de propriété intellectuelle. Toutefois, les questions économiques ont tout de même été évoquées à plusieurs reprises par nos participants, sans que nous abordions le sujet. Les questions politiques ont aussi été abordées par certains participants désireux d'observer un changement dans les projets de loi.

Notre question de recherche finale se formule comme suit : quels sont les facteurs de motivation qui incitent certains compositeurs québécois à adopter des modes de propriété intellectuelle autres que celui du droit d'auteur canadien pour distribuer et pour diffuser leurs œuvres musicales?

Par conséquent, notre sous-question se présente ainsi : comment peut-on comprendre ces motivations dans la perspective des notions de don et de contre-don telle que théorisée par Marcel Mauss? Nous déclinons les principales caractéristiques de cette théorie de Mauss en lien avec notre recherche sur les licences libres et le *copyleft*.

## CHAPITRE 2

# LE DON ENTRE INCONNUS ET L'AVÈNEMENT DU NUMÉRIQUE DANS LA MUSIQUE

### 2.1 La dynamique don/contre-don

La théorie du don et contre-don nous a semblé intéressante pour l'analyse de notre travail puisque les artistes choisissent d'offrir leur musique librement à un public très large. À cet effet, nous souhaitons comprendre les motivations qui se cachent derrière ce choix. Nous croyons que l'acte que fait l'artiste de « donner » représente est une forme d'offrande symbolique puisque celui-ci offre son travail en échange de la reconnaissance et de la fidélité d'un groupe. La pertinence du don et du contre-don dans l'univers de la musique nous a semblé essentielle pour comprendre la motivation des artistes à offrir gratuitement leur musique aux internautes. De plus, nous nous sommes appuyés sur des auteurs tels que Rifkin, Lessig et Aigrain afin de développer la question du web, qui ne se trouve pas dans la théorie initiale du don et contre-don de Mauss.

#### 2.1.1 La théorie de Mauss

La théorie du don, proposée par l'anthropologue Marcel Mauss au tournant des années 1920 trouve son origine dans l'observation des coutumes de peuples aux pratiques rituelles particulières pour lesquels l'acte de donner représente un fondement important

de leur organisation sociale. Ces rituels comportant le don et intégrant l'action de donner quelque chose à autrui ont pour fonction première d'accueillir et d'intégrer un nouvel individu au sein du groupe (Mauss, 1968). Mauss s'est ainsi aperçu que le don s'inscrivait dans une série de protocoles permettant de réguler certaines relations interpersonnelles. Le don agit dans ce contexte comme facteur d'intégration au groupe et permet d'établir la relation à l'autre. D'après la théorie de Mauss, le don doit donc être exécuté en public, par le chef du groupe, afin d'accueillir un nouveau membre au sein de la communauté (Mauss, 1968).

C'est au moment de donner que la relation se crée tout en se fondant sur un principe de contre-don, obligeant ainsi le donataire à éventuellement « redonner » en échange. Mauss établit sa théorie sur plusieurs principes, l'intérêt et le désintéressement, que nous verrons plus tard dans l'analyse, et le « libre et obligé » (Caillé, 2007, p.10) qui sous-entend le retour d'un don. Le fait de redonner n'est pas une obligation en soi, comme nous l'expliquerons plus tard, mais bien une forme de remerciement et un désir de faire plaisir. Il s'agit essentiellement de rendre quelque chose à l'autre en guise de reconnaissance et de respect. Ce contre-don peut également se traduire sous une forme immatérielle, affective ou symbolique. Nous verrons dans ce chapitre, les dimensions de la notion maussienne de don ainsi que les particularités de la théorie du don selon l'anthropologue Alain Caillé.

### 2.1.2 Les dimensions du don

Le don « comporte trois dimensions essentielles : donner, recevoir et rendre » (Mauss, 1968) : le don présente en soi l'acte de donner d'une part, et de recevoir d'autre part, mais aussi de rendre, c'est-à-dire qu'il nécessite aussi un don de la part du receveur, qu'on appelle un contre-don. « Si nous donnons, c'est parce que cela nous permet d'exister et d'appartenir à un monde où les choses circulent et reviennent d'une manière

ou d'une autre. » (Godbout, 2000, p.19) Godbout croit aussi qu'en tant qu'individus, nous donnons dans l'espoir de recevoir, consciemment ou inconsciemment, « que l'on donne pour dominer l'autre, et que, évidemment, on ne va pas nécessairement le dire » (2000, p.19). Ainsi, il n'est pas faux de dire que dans certains cas, l'individu donne en espérant qu'il obtiendra quelque chose en retour.

Le contre-don fait en réalité partie intégrante du don : « la raison en est que le sujet qui donne n'est susceptible de satisfaire son intérêt propre que par le détour de la satisfaction de l'autre » (Caillé, 2007, p.10). Le contre-don agit comme une reconnaissance de l'autre, de celui qui a donné précédemment et il établit le respect et l'acceptation d'un individu au sein d'un groupe. Cet acte est souvent perçu comme « institutionnel » (Des Aulniers, 2014) puisqu'il fait partie d'un cadre de procédures politiques. On entend par l'utilisation du terme institutionnel que « le don est ce qui permet de nouer alliance entre des personnes concrètes bien distinctes [...] en les liant dans une même chaîne d'obligations, de défis et de bienfaits [...] puisqu'il n'est pas autre chose que ce pari toujours singulier qui lie les personnes » (Caillé, 2007, p.87). Ce contre-don nous permet d'établir et de renforcer nos liens sociaux puisque le don « doit faire sens dans la relation » (Studer, 2004) et agit comme une forme « d'endettement mutuel positif » (Caillé, 2007, p.79). Le don est un lien singulier qui permet une nouvelle association entre deux ou plusieurs individus, et qui impose de rendre pour entretenir cette nouvelle relation (2007, p.87). Cependant, Mauss souligne qu'il ne s'agit pas seulement d'une relation don et contre-don :

Le véritable universel sociologique et anthropologique que ce dernier [Mauss] a découvert n'est pas celui de l'obligation d'échanger, mais celui de la triple obligation de donner, recevoir et rendre des femmes, des mots et des biens. De donner et recevoir des symboles puisque dans la relation de don qui scelle les alliances, femmes, paroles et biens valent d'abord à titre symbolique. (Caillé, 2007, p.85)

Comme Caillé le souligne grâce à la théorie de Mauss, le principe du don n'est pas seulement à analyser à travers l'action dont il est porteur, mais également à travers la valeur du don. Il faut de plus :

Ne pas se contenter d'observer le rapport objectif entre le don et le contre-don [et] entre la valeur des choses qui circulent, mais d'en chercher le sens au lieu de partir du postulat que la constatation de l'existence d'un retour est la preuve que la bonne raison du don résidait dans ce retour, et qu'un vrai don serait donc un don sans retour. (Godbout, 1995, p.14)

Le don comporte quatre pôles : l'obligation, la liberté, l'intérêt et le désintéressement (Caillé, 2007). L'inconditionnalité ou obligation, que nous expliquerons plus tard, est porteuse de ces quatre éléments et comporte des paradoxes. Ainsi, le don est obligatoire dans toutes formes d'alliance. La spontanéité, ou liberté, contraire à l'obligation, touche à tout ce qui va de soi et se fait sans réfléchir. L'intérêt et le désintéressement concernent l'attente du retour : « le fait de ne pas exiger de retour ne signifie pas et ne doit surtout pas signifier qu'on n'en attend pas. » (Caillé, 2007, p.116) C'est ainsi que nous discuterons plus longuement de l'inconditionnalité conditionnelle signifiant l'attente d'un don, le retour obligé de celui-ci.

### 2.1.3 Les conséquences du don

Comme Caillé l'a exprimé, le don n'est jamais gratuit, en ce sens que la personne qui donne va ultérieurement recevoir, si bien que « si l'on ne contre-donne pas, le plus grand des malheurs survient : la domination » (Boilleau, 1995, p.193). Cependant, nous avons illustré plus tôt que l'individu est toujours en quête de cet « endettement mutuel positif » (Caillé, 2007, p.79) si bien que « la circulation des valeurs sociales repose [...] sur un vaste crédit, perpétuellement entretenu, ou plutôt constamment effrité par l'usure et l'oubli, mais constamment reconstitué. » (Godbout, 2000)

Caillé aborde la thématique du symbolisme à plusieurs reprises dans son ouvrage. Le symbolisme se définit par une « signification commune pour un groupe d'individus qui acceptent ce symbole ». Sa formule la plus simple peut aussi se définir comme suit : « ce qui (ré)unit ce qui était séparé » (Caillé, 2007, p.195). L'auteur précise que les liens sociaux sont porteurs d'une forte connotation symbolique d'unification. Cette particularité du don tient compte du lien entre les personnes : « si le don est fait au nom du lien, il est également fait en *fonction du lieu*, c'est-à-dire que le lien doit *faire sens* dans la relation. » (Studer, 2004) Caillé parle des bénéfices matériels et moraux du don, signifiant que l'objet donné et l'individu récipiendaire sont réfléchis et qu'il n'y a pas de hasard, même lors de la réception du don (Caillé, 2007). Pour lui, le symbolisme dominant dans toutes sociétés se transpose par le système religieux de la société en question. Ainsi, le don est toujours structuré et doit remplir certaines fonctions assurant le bon fonctionnement d'une société (Caillé, 2007, p.189). Caillé précise que le don est un « fait social total » (2007, p.189) et qu'il « est irréductible aux fonctions et aux structures instituées puisque c'est lui au contraire qui dessine le cadre au sein duquel fonctions et structures se développent et prennent sens. » (2007, p.189)

Le caractère symbolique du don est essentiel pour Caillé puisqu'il croit que le don doit avoir une valeur et un pouvoir. Il présente le don comme étant *gratuit* : « s'il n'est pas gratuit, le don n'en est pas un, n'existe pas, et [c'est] cette gratuité, pourtant jugée impossible et inconcevable, qu'il nous faut à tout prix nous efforcer d'atteindre. » (Caillé, 2007, p.93). Selon lui, la *gratuité* s'inscrit dans un cas de charité signifiant que le don est gratuit et sans condition.

Cependant, Caillé infirme par la suite l'existence d'un don gratuit puisqu'« on s'empresse d'ajouter condition sur condition [...] en exigeant que les bénéficiaires s'engagent contractuellement à fournir une contrepartie en travail, ou à tout le moins,

en implication. » (2007, p.93) Mauss introduit la notion du don agonistique et de ce qu'il a appelé l'inconditionnalité conditionnelle. Caillé ajoute cependant que : « ce qu'ont en effet en commun les diverses écoles de pensée c'est cette certitude que dans l'existence sociale rien ne s'obtient sans condition, que tout procède du donnant/donnant, qu'on n'a rien sans rien » (2007, p.96).

## 2.2 Le don en société

Des Aulniers croit quant à elle que le don, pratiqué dans le contexte contemporain, n'est plus aussi significatif ou symbolique à l'échelle sociétale qu'il pouvait l'être dans d'autres sociétés primitives. Elle affirme qu'« il ne s'agit plus d'un phénomène social total, parce qu'il ne s'agit plus de définir la société dans son ensemble [mais plutôt] de créer ou de maintenir des liens entre les groupes locaux ou entre [les] personnes » (Des Aulniers, 2014). Cet énoncé corrobore l'hypothèse de Caillé selon laquelle le don en société se traduit par un lien entre les individus qui crée une forme de confiance et d'échange. Notons que le don se définit par « une prestation de biens ou de services effectuée, sans garantie de retour, en vue de créer, entretenir ou régénérer le lien social. » (Caillé, 2007, p.124) Le don crée ainsi un engagement entre deux personnes et noue une alliance entre les individus.

Dans les ouvrages de Roger Sansi, un anthropologue en culture qui a étudié l'œuvre de Mauss à travers l'art contemporain, nous retrouvons des propos intéressants en regard à notre sujet de recherche. Sansi traite de la théorie du don dans les pratiques artistiques et considère que le travail de Mauss « a ouvert un champ de nouvelles possibilités dans la théorie de l'art et de sa pratique » (Sansi, 2010, p.427). Selon Sansi, Mauss défendait le droit d'auteur puisqu'il considérerait cette propriété intellectuelle comme un don. Pour Mauss, le droit d'auteur *redonne* à son créateur sous la forme d'une récompense

financière et morale, valorisant ainsi son travail : « ce n'est que justice qu'un artiste reçoive des compensations pour sa contribution au domaine public » (2010, p.433).

Sansi mentionne que certaines technologies comme le *sampling*<sup>13</sup> permettent le partage et la transformation d'œuvres. Sansi cite Barbrook, professeur de sociologie spécialisé en cyberculture, et indique qu'« Internet et les nouvelles formes de technologies sont susceptibles de constituer une "économie du don" à partir du capitalisme lui-même » (Sansi, 2010, p.432). L'auteur met cependant en doute l'idée que le don en ligne serait un don *pur* comme le voulait Mauss. En fait, certains chercheurs croient plutôt que le don d'œuvres artistiques serait un faux don pour plusieurs raisons :

Ces perspectives sur « l'économie du don » sur internet ont été de plus en plus critiquées ces dernières années par une littérature qui remet en question l'aspect « volontaire » et « participatif » de l'Internet comme étant une forme de fausse conscience qui camoufle le travail gratuit et non rémunéré sous l'idéologie de l'accès libre et de la mise en place d'une communauté. (2010, p.434)

Selon Sansi, il s'agit d'un faux don puisque plusieurs utilisateurs s'approprient l'idéologie du libre simplement parce qu'ils ont partagé du contenu gratuit en ligne. L'auteur croit également que cet aspect participatif de l'internet entraîne la production d'un trafic d'idées et de commentaires dans le simple but d'acquérir plus de visibilité. D'une part, rien ne garantit à toute la population d'avoir accès à une connexion internet, ce qui limite le « don » à une partie d'individus. D'autre part, certains artistes offrent leur musique en ligne non pas pour le bien-être et le développement culturels, mais bien plus dans l'intérêt individuel de « se faire connaître », d'être reconnus. De plus, Sansi souligne le fait que le « don » en ligne constitue la base économique d'internet.

---

<sup>13</sup> Le *sampling*, ou l'échantillonnage, est une méthode utilisée en musique qui consiste à prendre une partie ou un élément d'une œuvre musicale pour créer une nouvelle pièce. Cette technique populaire chez les artistes en électronique a connu plusieurs démêlés juridiques pour des raisons de droit d'auteur. Encore aujourd'hui, le *sampling* est utilisé, mais semble toujours une zone grise quant au respect du droit d'auteur. (Heath, 2005)

Il insiste sur l'idée que le partage et l'échange d'information sont indispensables au fonctionnement d'internet et intensifient le développement économique d'internet.

À l'intérieur de ces communautés *participatives* du web se forment une confiance et un lien social entre les utilisateurs, que ce soit sur une plateforme de musique en ligne ou sur un forum de discussion particulier. Ce gage de confiance et ce lien social sont deux éléments fondamentaux à l'analyse du *copyleft* à l'ère d'internet. Le don de la musique aux internautes permet à ces derniers de découvrir un nouvel artiste et de le suivre jusqu'à son spectacle, ce qui serait l'une des formes de contre-don dans ce cas-ci. Dans ce contexte, les produits dérivés offerts en ligne ou en spectacle et consommés par le public peuvent également servir de forme de contre-don. Il s'avère donc pertinent d'analyser le don de la musique dans le cadre des plateformes de musique en ligne. Il est par ailleurs surprenant de constater la force du lien de confiance qui se développe entre le public et les artistes, à un point tel que les admirateurs acceptent par la suite de payer pour aller les voir en concert.

### 2.2.1 Le don de la musique à travers la culture numérique

Comment peut-on transposer la théorie de la « gratuité » au monde actuel et à la culture du numérique ? L'une de nos hypothèses serait que les types de propriété intellectuelle comme le *copyleft* et les licences libres connaissent un succès notable grâce à internet. Bien que sa formule se soit adaptée à travers les années, le don dans ce contexte présente des caractéristiques similaires au don traditionnel étudié par Mauss.

La présente section traite du don à travers la culture, au sens large du terme, et à travers la culture numérique. Nous verrons plus tard ce qu'est la culture numérique, mais il serait nécessaire à cette étape de définir ce qu'on entend par culture afin de délimiter

notre propos. Il existe plusieurs définitions de la culture. Celle que nous avons choisie s'attarde plutôt à l'ensemble de connaissances acquises « comme perfectionnement de l'esprit humain et par extension comme savoir et/ou patrimoine artistique ou scientifique » (Denieuil, 2008, p.160). Le concept de culture telle qu'opérationnalisé dans ce mémoire se rapportera plutôt à cette deuxième définition, en ce sens qu'elle est liée au savoir et à l'apprentissage des œuvres de l'esprit (Denieuil, 2008). Bien que les deux définitions puissent s'avérer pertinentes dans la poursuite de ce travail, nous considérons la deuxième comme étant plus exacte pour notre étude. Nous ferons donc référence à cette définition lorsque nous traiterons de l'expression culture.

Serge Proulx et Anne Goldenberg (2010) évoquent la principale motivation des artistes à s'impliquer dans cette culture du numérique : « plusieurs auteurs et artistes voyaient ainsi, dans ces "communautés virtuelles", un espace collectif permettant d'expérimenter de nouveaux rapports d'échange caractéristiques d'une nouvelle société. » (Proulx et Goldenberg, 2010, p.505) De plus, les auteurs font mention de *La Déclaration d'indépendance du cyberspace* de Barlow écrite en 1996, qui réitère l'importance des échanges sociaux en dehors de la sphère commerciale (Proulx et Goldenberg, 2010). Proulx et Goldenberg évoquent également la notion de *peer 2 peer*, faisant référence à ce système d'échange et de partage entre les utilisateurs, tel que défini notamment dans la théorie sur le don. La gratuité permet une nouvelle approche qui « apparaît essentielle à de nombreux échanges et modes d'expression » et qui est « réalisée avec un sentiment de plaisir, sans recherche de contrepartie, [...] ce qui est gratuit serait fait sans but déterminé, constituant une fin en soi. » (2010, p.509)

Il est ici nécessaire de traiter de l'« ambiguïté » du terme *free*, que l'on retrouve évidemment dans les ouvrages anglophones traitant des licences libres ou simplement dans la formule *Free Software*, qui renvoie non pas à une idée de gratuité économique, mais bien à une liberté d'échange et de partage (Projet GNU, 2014). Dans la culture

informatique, dès lors, la gratuité présente deux facteurs : « d'un côté, la recherche consumériste de biens et de services au meilleur prix, voire à un prix nul; de l'autre, la revendication, militante, conscientisée, de rapports sociaux libres et égalitaires. » (Proulx et Goldenberg, 2010, p.509)

Ainsi, les œuvres données par les artistes impliquent la notion d'échange de service, en occurrence de contre-don, tel que l'évoque la théorie de Marcel Mauss. Dans une conférence donnée en 2011, Bertrand Dantier spécifie l'importance du symbolisme dans l'acte du don :

Dans le processus du don, l'élément donné est certes physiquement séparé de l'être [...], mais il n'en est pas séparé mentalement ou symboliquement dans le sens où cet élément, dans ce qu'il va devenir après avoir appartenu à son propriétaire, restera toujours ce qu'a voulu en faire le donateur. (Dantier, 2011)

Il faut donc y voir un enjeu beaucoup plus grand qu'un simple geste économique ou anthropologique. Il y a dans cet acte du don un caractère éthique et politique (Des Aulniers, 2014). De plus, il est souhaitable d'analyser la « valeur » du cadeau ou du don plutôt que l'objet donné. Mauss présente le contre-don et son importance de rendre « comme un fondement des relations sociales et des échanges économiques fusionnés à ces relations. » (Dantier, 2011) Il est intéressant dans le contexte que nous étudions d'analyser la valeur de l'élément donné, dans ce cas-ci, les œuvres musicales créées par les compositeurs, puisque selon Dantier « l'élément donné est donné parce qu'il a et conserve de la valeur pour le donateur, au-delà de la séparation d'avec son propriétaire. » (Dantier, 2011) Ainsi, il convient de dire que l'artiste possède un attachement à ses œuvres même lorsqu'il accepte de les donner à un groupe d'individus en particulier. Le fait que les œuvres musicales soient données ne les minimalise pas et ne les dévalorise pas, bien au contraire. Le don évoque la contribution et l'alliance parmi un groupe, tel que vu précédemment. Ainsi, la question de communauté et

d'identité parmi les artistes est capitale puisqu'ils sont souvent en marge de la société et peu nombreux, ce qui est d'autant plus vrai au Québec puisqu'il est situé dans un bassin géographique anglophone. Nous verrons également plus tard qu'il n'est pas rare pour un artiste de s'inspirer du travail des autres. La contribution et l'apport artistiques de cette communauté sont deux aspects fondamentaux à la création chez un artiste.

Pour les usagers du libre, il n'y a pas de pouvoir conféré lors d'un partage et ils, tel que mentionné dans le manifeste du *PROJET GNU*, souhaitent éliminer « ces injustices du *privateur* » (Projet GNU, 2014). Godbout et Caillé y voient une volonté de renversement de la pensée moderne, selon laquelle les individus sont égocentriques et où le marché a remplacé nos relations par du cynisme et du désenchantement (Godbout et Caillé, 1992). Cependant, pour ces deux auteurs, nous sommes, malgré nous, dans une tradition de pensée utilitariste où « le don n'existe pas parce que seul le don véritablement désintéressé serait un vrai don, et que le désintéressement est impossible. » (Godbout et Caillé, 1992) De plus, « le don authentique suppose un altruisme véritable » (Godbout et Caillé, 1992) ce qui n'existerait pas pour les auteurs puisque « l'altruiste doit bien avoir un intérêt égoïste à être altruiste » (Godbout et Caillé, 1992), parce qu'il en retirera toujours quelque chose pour lui-même. Néanmoins, Godbout et Caillé croient que le don et l'altruisme peuvent s'unir comme nous le voyons dans le bénévolat ou le don d'organes. Cette caractéristique rassembleuse du don sera abordée dans le cadre de notre analyse, surtout dans les communautés web et artistiques choisissant le *copyleft* et les licences libres.

### 2.2.2 Le don des œuvres musicales de l'artiste

Notre question de recherche visait au départ à comprendre ce qui pousse les artistes à offrir librement leur musique et, le cas échéant, à quelles formes de licences libres ils intéressaient pour la partager (*copyleft* ou licences libres). À titre de comparaison,

Studer (2004) souligne que dans la culture des *hackers*, qui mobilisent ou créent des logiciels libres, il existe des pratiques qui se rapprochent de celles des licences libres. Selon l'auteur, le fait de donner « peut être compris à la fois comme un appel à la reconnaissance, une reconnaissance à la communauté, de ce qu'elle fait, de son éthique et de sa symbolique » (Studer, 2004, p.8). Ces individus qui acceptent de donner ne recherchent pas nécessairement un retour de la part d'un individu spécifique. Au contraire, ils désirent contribuer au projet auquel ils participent, mais aussi à la communauté, à l'idée et à l'éthique derrière ce phénomène du libre (Studer, 2004). Studer affirme ainsi que, lorsque l'on donne à une communauté, celle du libre en l'occurrence, « on reconnaît son existence et celle-ci nous reconnaît » (2004, p.8). Or, puisque le don à travers la sphère informatique ne se transmet pas uniquement de personne à personne, on assiste à une toute nouvelle forme de don. Il est ici intéressant de revenir sur les arguments évoqués plus tôt par Sansi, qui s'oppose à cette idée de don à travers le web, puisque celui-ci ne constituerait pas un *vrai* don avec un désir sincère de donner. En effet, le fait que le don se transpose à l'aide d'internet, qui est un écosystème de données possédant un fonctionnement propre à lui, nous incite à questionner si ce don peut être véritable. Pour Studer toutefois, le fait de donner à une communauté spécifique nous permet d'appartenir à un tout et de consolider son sentiment d'appartenance à celle-ci.

Godbout abonde également en ce sens, en réitérant l'idée que les individus désirent faire partie d'une communauté, ce qui explique leur investissement bénévole dans un projet. Il affirme que « la reconnaissance, le plaisir de donner, l'amour de l'autre, et même l'intérêt [...] sont parmi les raisons les plus fréquemment énoncées pour rendre compte d'un geste spécifique [de] don. » (Godbout, 1995, p.11) Pour l'auteur, entre autres, un don réel est fait librement, sans attente de retour. Quoique l'individu ne s'attende pas à un retour du don, il offre malgré tout à l'autre la possibilité de rendre librement (Godbout, 1995). Selon Godbout, la liberté est un élément fondamental au

don : l'autre est libre de donner et l'on ne peut jamais être assuré du retour de l'autre. Ainsi, l'auteur évoque la complexité de ce rapport social :

La bonne raison de nombreux comportements sociaux qui accompagnent le don est de préserver la liberté de celui qui reçoit, de le libérer en même temps qu'on pose un geste qui a naturellement tendance à l'obliger. C'est un des comportements sociaux les plus complexes, dont les raisons jouent simultanément sur plusieurs registres. (1995, p.17)

Dans le cas des réseaux informatiques et surtout dans l'optique du mouvement des logiciels libres, le désir des individus de contribuer se transpose le plus souvent par un don à un projet, plutôt qu'à un individu (Mimeche et al., 2013). La question n'est plus une maximisation du gain personnel, mais plutôt une façon de créer une dette envers les autres, et ainsi, d'augmenter son prestige. Les auteurs parlent de relation et d'un réseau de contacts : « Les contributions permettent alors de créer des relations qui peuvent être bénéfiques lorsqu'on en aura besoin, c'est une forme d'investissement dans les relations humaines » (2013, p.10).

Ces auteurs distinguent trois dimensions caractérisant l'univers des réseaux numériques. La première dimension relève de la motivation psychologique, personnelle et sociale. À cet effet, « le contre-don est attendu comme [un] retour d'investissement assurant la coopération » (2013, p.11). Les motivations personnelles sont présentées comme « le plaisir associé au partage d'une passion » alors que les motivations sociales sont plutôt associées « à la recherche d'une reconnaissance auprès des pairs » (2013, p.11).

La deuxième motivation de l'univers des réseaux numériques a trait à la dimension personnelle et intime du don. Par le don de l'objet, l'individu donne également une partie de lui-même. Les auteurs indiquent que l'« on donne quelque chose de soi [...] quelque chose de sa production [...] ou quelque chose de son réseau » (2013, p.11). La

reconnaissance par l'autre se crée, permettant l'échange et la construction de réseaux interpersonnels.

La troisième dimension caractérisant cet univers concerne l'idée d'échange et de réseaux : « le don s'initie dans le sentiment d'avoir reçu [...] et il s'étend ici dans différentes micro ou macro-communautés » (2013, p.11). Le don à travers les réseaux numériques se fait à une échelle beaucoup plus grande que le don en personne. Les auteurs affirment ainsi que « [l']on donne "aux autres", plus qu'on ne donne "à l'autre" » (2013, p.11). Le don est circulaire en ce sens que « donner c'est rendre, rendre c'est donner » (2013, p.11)

### 2.3 Le partage de fichiers dans la sphère web

Dans son ouvrage *Sharing : Culture and the Economy in the Internet Age*, Aigrain traite du partage de fichiers entre les usagers à l'intérieur du web. Le partage consiste à échanger un fichier ou à télécharger des fichiers offerts par d'autres utilisateurs. Afin d'alimenter ce partage dans la sphère web, les usagers doivent échanger et créer du nouveau contenu. Cet échange perpétuel entre usagers constitue une certaine forme de don et de contre-don. Aigrain s'est intéressé à la vente et à la distribution des œuvres artistiques sur le web. Il traite, entre autres, de la musique qui est, selon lui, la forme d'art la plus affectée par le partage.

L'argumentaire d'Aigrain porte sur l'avenir du partage des fichiers informatiques, particulièrement dans le domaine artistique. Aigrain évalue les impacts de la numérisation des œuvres et soulève plusieurs hypothèses dans un avenir imminent. L'un des points discutés est la proposition de décriminaliser le partage et le transfert des fichiers. À l'inverse, l'auteur examine également la possibilité de stopper le

piratage. Aigrain croit toutefois au développement et au potentiel infini qu'internet peut fournir grâce à son stockage et à son accessibilité. L'auteur identifie deux perceptions populaires adoptées face à la problématique d'internet.

La première soutient qu'internet n'offre pas d'opportunités de révolutionner les pratiques. Les personnes partageant cette vision perçoivent plutôt internet comme une forme de gouffre sans fond où l'on peut stocker une quantité impressionnante d'œuvres culturelles et d'activités numériques. Ces individus croient que les millions de données finiront un jour par se perdre et se confondre dans la masse impressionnante de nouvelles données.

La deuxième catégorie de personnes voit plutôt dans l'internet des opportunités permettant une visibilité accrue pour les nouvelles industries culturelles et par conséquent, à un impact positif sur le processus créatif des artistes (Aigrain, 2012). Dans ce contexte de développement, internet peut s'avérer un véritable outil de créativité bénéfique à long terme. Une œuvre en ligne peut y rester pour une période de temps indéterminée et peut ultimement être redécouverte des années plus tard.

Dans le cadre théorique établi par Philippe Aigrain, le terme de partage (*sharing*) prend le sens suivant : « sharing is an act of making something available to others, just like – in a minor way – recommending a work to someone or – in a more involved way – re-using one in a creative process. » (2012, p.32) L'auteur voit ainsi le partage de données et d'informations comme étant essentiel à l'activité culturelle. Il traite de la variété, de l'accessibilité et de la nouveauté de cette forme d'échange qui est profitable à chaque individu. Aigrain croit au pouvoir du partage pour le développement culturel: « sharing contributes to cultural diversity first by enlarging the set of works that are made accessible to the public at a given time in a given geographic area. » (2012, p.33) L'auteur est un fervent défenseur du développement du web et croit à l'utilité et à la

force de ce réseau pour l'avenir de la culture et des arts. Le partage est un élément capital du web dans la mesure où il est à la base de ce qu'internet est, c'est-à-dire, un espace public<sup>14</sup> permettant aux individus de partager des fichiers et des informations.

L'auteur ne fait pratiquement pas référence au *copyleft* dans son ouvrage. Bien que son document trace les potentialités, les contraintes et les conditions d'un modèle idéal du web, la mention du *copyleft* n'y apparaît pas. Toutefois, Aigrain traite de la numérisation des médias et de l'expansion d'internet qui permettait une diminution des coûts de production et de distribution des copies (2012, p.36). La popularité du *copyleft*, selon nous, peut être grandement attribuée aux coûts en baisse de la production, de la distribution et de la promotion. L'autogestion par les artistes étant de plus en plus courante depuis la dernière décennie, il est probable que cette pratique constitue l'un des facteurs favorisant l'utilisation des licences libres.

Dans son ouvrage, Aigrain aborde la question des licences libres et souligne que l'on note une augmentation de téléchargement des œuvres lorsqu'elles sont libres de droits. Selon lui, le consommateur se sentirait moins coupable de les télécharger. Les individus n'auraient ainsi pas l'impression de « pirater ». L'auteur estime qu'il se crée un lien de confiance plus fort et que l'individu risque de s'intéresser davantage aux œuvres libres. Peut-être ira-t-il lui-même jusqu'à participer plus activement à la chaîne de partage en contribuant à une pièce qu'il modifiera ou remixera.

---

<sup>14</sup> Notre définition d'espace public ne provient pas de celle étudiée par Habermas qui s'articule autour de la notion de *publicité* « celle-ci hantée par la question de l'État, des forces de marché, et de la socialisation de l'activité étatique. » (Leterre, 2008) Nous parlons plutôt d'un espace public qui comprend « une discussion publique organisée à propos d'intérêts représentés comme communs par les acteurs [...] il s'agit de se prononcer en son for intérieur, [...] sur ce qu'on estime être bon pour la communauté à laquelle on appartient. » (Leterre, 2008)

Au sein du partage d'informations, l'on parle de création de contenus dans le sens où chaque individu qui télécharge une chanson doit en partager une également. Ainsi, le contenu échangé entre les utilisateurs à travers les différentes plateformes web forme une vaste bibliothèque de contenus numériques partagés à l'intérieur d'une communauté d'utilisateurs, c'est-à-dire, internet.

Le partage et l'échange de fichiers sont désormais ancrés dans le fonctionnement numérique et tapissent la majorité des communications sur le web. Le problème qui survient a trait à la bonne utilisation et à la filtration des informations partagées et surtout, dans notre cas, au respect de la propriété intellectuelle. Le prochain auteur étudié, Rifkin, s'est intéressé aux informations partagées en ligne par les utilisateurs et à la manière dont les compagnies ont su tirer profit de ces partages. Il aborde également la question du domaine culturel changeant, qui offre des produits ou des expériences plutôt que des émotions ou des réflexions.

#### 2.4 La dématérialisation des expériences offertes par l'industrie culturelle

La thèse principale de Rifkin s'articule autour de la culture devenue une valeur marchande alors que, avant l'ère industrielle, la culture était intégrée à même les activités quotidiennes ou bien se manifestait à travers les pratiques d'institutions dont les objectifs n'étaient pas toujours nécessairement financiers (2000, p.82). Les nouvelles avenues commerciales en matière de culture ébranlent les habitudes de consommation et remettent en question les valeurs relatives aux notions d'art et de culture. Cet ouvrage développé par Rifkin au début des années 2000 démontre la manière dont nos relations interpersonnelles et nos habitudes de vie se sont vues transformées avec l'arrivée du World Wide Web. L'accessibilité et la rapidité du web sont les causes premières de ce changement relationnel. Rifkin estime que les œuvres appartiennent de plus en plus à des entités privées, alors qu'elles étaient auparavant un

bien public. Solange Chavel, philosophe, résume la situation actuelle ainsi : « nos activités sont progressivement enserrées dans des liens commerciaux avec des offreurs privés, qui conservent la propriété des réseaux et nous louent l'accès momentané » (Chavel, 2006).

Rifkin développe ainsi une pensée critique autour des phénomènes culturels relatifs à la dématérialisation de l'économie depuis les années 1990. Ses arguments nous permettent de mieux comprendre les nouveaux modes de relation entre la culture et l'économie dans lesquels s'inscrit notre problématique. La question de la propriété intellectuelle est abordée à quelques reprises dans l'œuvre de Rifkin. Le mot *propriété* est associé ici à la dimension *publique* et *privée* du terme. Dans *L'âge de l'accès* (2000), Rifkin souligne que la distinction entre ces deux types de propriété demeure imprécise pour la majorité des usagers. Selon l'auteur, les individus, en général, comprennent vaguement les concepts de la propriété privée et publique (2000, p.237).

Traitant du changement de paradigme par rapport au contrôle des idées et de la propriété, Rifkin soutient que « controlling ideas, in today's world, is more and more important in a world increasingly made up of electronically mediated commercial and social networks. » (2000, p.55) L'auteur affirme que le contrôle de la propriété amène à une nouvelle forme d'économie et de pouvoir: « Ideas in the form of patents, copyrights, trademarks, trade secrets, and relationships – are being used to forge a new kind of economic power composed by megasuppliers in control of expanded networks of users. » (2000, p.157)

Rifkin établit trois changements majeurs « qui définissent le terrain conceptuel et l'infrastructure organisationnelle de l'âge de l'accès » (2000, p.18 traduit par Duval). Ces changements sont en fait les trois principales caractéristiques du livre, qui structurent la thèse avancée par l'auteur. Nous soulignons l'importance de ces

changements puisqu'ils permettent de mieux comprendre le portrait culturel contemporain. À la lumière des réponses des participants, il est primordial de présenter ces changements qui ont fortement influencé les modes de diffusion et de production de la musique, ce qui nous intéresse dans le cadre de cette étude.

Le premier changement est celui de la transformation d'un marché classique localisé et reposant sur la production et la distribution de biens matériels en une logique de réseaux où les biens s'échangent sous des formes immatérielles (Chavel, 2006, p.1). Le deuxième aspect traite de l'évolution de la notion de bien culturel qui se transforme, par sa dématérialisation et sa dissémination en réseau, en expériences vécues. Le dernier changement concerne la marchandisation de la culture et, tel que nous l'avons mentionné plus tôt, l'autonomie perdue de la culture au profit de l'économie. Ces trois grands changements seront le point central de notre analyse de l'œuvre de Rifkin et de ce qu'il a appelé *L'âge de l'accès*.

Afin de traiter de cette transformation du marché classique vers une logique de réseau, Rifkin aborde la question des nouvelles communautés d'intérêts. Les sites web d'achat en ligne, et aujourd'hui les réseaux sociaux, suggèrent des activités, des œuvres ou des expériences de vie aux utilisateurs. Une fois les champs d'intérêt ciblés, une communauté spécifique se forme. Les données de navigation enregistrées dans les bases de données informatiques permettent aux firmes de marketing de cibler leurs utilisateurs. Ainsi, une fois le profil de l'utilisateur-acheteur analysé, une navigation personnalisée de la toile s'offre à lui. La création d'une identité à travers les produits proposés aux utilisateurs est un élément capital de la construction d'une communauté. Grâce à cette identité parmi la communauté web, les compagnies peuvent créer un lien de confiance et établir une fidélité à court, moyen ou long terme. En résumé, les étapes nécessaires sont la sollicitation, l'identification, la liaison relationnelle et la formation de la communauté (Rifkin, 2000, p.109). Rifkin ajoute que : « The company's task is

to create communities for the purpose of establishing long-term commercial relationships and optimizing the lifetime value of each customer. » (2000, p.109)

L'auteur voit dans cette logique de marché une caractéristique marquante de notre économie:

In this new world, ownership of things, while important, is less important than securing commercial access to networks of mutual interests, webs of relationships, and shared communities. [...] It is, in other words, access rather than mere ownership that increasingly determines one's status in the coming age. (2000, p.111)

Rifkin compare le développement du réseau en ligne avec l'émancipation du marché commercial à l'ère industrielle et affirme que : « having access to networks is becoming as important in cyberspace commerce as enjoying market advantage was in the industrial era » (Rifkin, 2000, p.28). De sorte qu'aujourd'hui, les grandes entreprises, les marques et les commerces n'ont d'autres choix que d'être accessibles en ligne. Selon Rifkin, « Having acces to networks is becoming as important in cyberspace commerce as enjoying market advantage was in the industrial era » (2000, p.28) L'auteur croit que le capitalisme entre dans une période plus « cérébrale » dans ce sens où « in cyberspace, the relationships between suppliers and users increasingly resemble the kinds of relationships that the culture industries have forged with audiences over the years. » (2000, p.29) Les produits physiques à vendre vont demeurer, mais ils ne seront plus au premier rang de la chaîne des activités économiques (2000, p.29). La première forme d'activité économique devient la vente d'expériences humaines, ce qui, pour Rifkin, consiste en une période cérébrale du capitalisme. Ces aspects de vente d'expériences humaines et d'éléments intangibles transforment nos habitudes de consommation et donc, nos activités économiques tel que nous l'avons souligné plus tôt.

Cette transformation de la vente de produits aux dépens de la vente d'expérience de vie est un argument important dans l'ouvrage de Rifkin. Il souligne que l'apparition du web a permis aux compagnies de créer des profils clients afin de cibler leurs campagnes publicitaires. Le web a également permis une nouvelle tangente dans la sphère commerciale permettant d'avoir accès à plus d'informations sur les individus et ainsi, de cibler les désirs personnels de chaque individu. À ce sujet, Rifkin ajoute que « the commercial sphere is broadening its reach and deepening its penetration into virtually every aspect of human existence » (2000, p.111). Les phénomènes de vente d'expériences de vie ou de façons de vivre (*lifestyle*) étaient pratiquement absents avant l'arrivée du web selon Rifkin : « in the twenty-first century, the economy becomes the arena where human beings live out much of their day-to-day experiences. » (2000, p.111) C'est ainsi que plusieurs compagnies obligent les utilisateurs à se créer un profil d'acheteur sur leur site web ou les forcent à adhérer à leur club virtuel afin de devenir membre. Ces deux options créent chez les consommateurs un sentiment d'appartenance aux compagnies en plus de *connecter* les utilisateurs entre eux à travers la sphère du web. La création d'un profil d'acheteur s'avère une excellente stratégie de marketing pour les artistes souhaitant connaître leurs admirateurs. D'ailleurs, la majorité de nos participants ont déclaré l'importance de cet outil numérique dans la diffusion de leurs œuvres.

Rifkin précise que les compagnies bâtissent des relations « interpersonnelles » avec leurs consommateurs dans le but d'offrir des produits ou des façons de vivre associées à leurs intérêts. Ce type de marketing se voit fréquemment sur les sites web de musique où l'on suggère des œuvres en lien avec notre dernière navigation ou avec nos derniers achats. Rifkin affirme que : « the transformation in the nature of commerce from selling things to commodifying relationships and creating communities marks a turning point in the way commerce is conducted. » (Rifkin, 2000, p.111). *L'âge de l'accès* aborde la question de la valeur du temps dans les sociétés contemporaines. Cette importance

rattachée au temps expliquerait la vente d'expériences uniques. Parmi les « ventes d'expériences », l'auteur mentionne notamment l'exemple de l'industrie du tourisme et du voyage. Cette industrie est considérée comme la troisième dépense la plus importante auprès des ménages américains (Rifkin, 2000). La plupart des individus consacrant une large part de leur temps au travail et à la maison, les compagnies vendent l'idée que leur temps libre doit être comblé par des activités qui sortent de l'ordinaire.

Le dernier changement décrié par Rifkin rejoint les deux premiers énumérés plus tôt, soit la marchandisation de la culture. Les trois changements, dont la transformation des produits matériels en produits virtuels, avec la création de profils clients et la vente d'expérience de vie telle que les forfaits voyage, sont en corrélation les uns avec les autres. Étant au cœur du capitalisme culturel, cette marchandisation de la culture trouverait son origine dans la révolution industrielle, fortement critiquée par les auteurs Adorno et Horkheimer. La culture devenue valeur marchande selon Adorno et Horkheimer, ou encore Arendt, soulève des problématiques éthiques et sociétales quant à la place de la culture dans une société. Le développement de ce que l'on appelle la « culture de masse<sup>15</sup> » est à mettre en perspective face à l'importance d'une culture accessible et libre à toute la population. Ce débat constant sur la vente de la culture ne connaît pas de consensus et est sans cesse réactualisé avec l'apparition de chaque nouvelle technologie. Rifkin croit, pour sa part, que les nouvelles technologies transforment nos expériences culturelles puisqu'elles nous font découvrir des sensations différentes et captivantes : « this powerful new communications tool distills

---

<sup>15</sup> Le terme provient des auteurs Adorno et Horkheimer qui ont d'abord établi la théorie des industries culturelles dans leur ouvrage *La dialectique de la raison* (1974). Ils traitent de *kulturindustrie* qui mélangent les termes de culture et d'industrie : « il vise à faire voir ce qu'on ne voit plus, à savoir la dégradation de la culture dans la société capitaliste moderne. [...] [Le terme *kulturindustrie*] entend décrire une situation hautement problématique issue d'un détournement du contenu initial de la culture, au profit de l'industrie capitaliste. » (Voirol, 2011, p.2) La culture de masse découle donc de ces industries culturelles qui créent des produits culturels à des fins purement mercantiles.

the symbolic essence out of cultural experience and transforms it digitally into make-believe images and forms » (Rifkin, 2000, p.169). L'expérience du film au cinéma et du spectacle en direct, par exemple, n'ont plus la même signification et ne se vivent plus de la même façon : on transpose ces expériences de façon plus intimiste, chez soi, devant son écran.

De plus, les médias sociaux, qui ne font pas partie de l'argumentaire de Rifkin, sont à l'origine de changements capitaux dans l'expérience culturelle. Les individus partagent et publient quotidiennement sur leurs expériences en image, en vidéo ou par écrit. L'expérience doit être vécue avec l'entourage virtuel afin qu'elle soit plus significative et gratifiante. Cependant, l'ouvrage de Rifkin a été publié en 2000 ce qui explique que les réseaux sociaux, les téléphones intelligents et le Big Data ne fassent pas partie de son ouvrage.

En somme, les trois changements majeurs décrits par Rifkin (transformation d'un marché classique localisé en une logique de réseaux immatériels, transformation du bien culturel en expérience vécue, et marchandisation de la culture) semblent assez révélateurs de notre quotidien et sont aujourd'hui largement établis. Il est aussi possible de faire un parallèle avec la théorie du don à l'ère numérique qui s'avère beaucoup plus complexe qu'à l'époque de Mauss. Le don, lorsqu'évoqué par les participants, demeurait souvent un stratagème dans le but d'obtenir un contre-don. Par ailleurs, l'argumentaire de Rifkin peut donc paraître peu innovateur lorsque lu aujourd'hui, mais il reste toujours pertinent. De plus, son ouvrage nous permet de constater que la dématérialisation affecte la valeur symbolique et la perception de la culture, deux aspects inhérents à ce mémoire et qui furent soulevés par quelques-uns des participants lors des entretiens.

#### 2.4.1 La transformation de la valeur symbolique de la musique

La question de la valeur de la musique a été soulevée à plusieurs reprises au cours de cette recherche. En 2006, le Ministère français de la Culture et de la Communication a réalisé une enquête afin de dresser un portrait de la situation. À cette époque, la popularité du téléchargement et la surabondance d'œuvres musicales locales et internationales n'étaient toutefois pas aussi développées qu'aujourd'hui. Le rapport estimait alors que l'on assistait à une « banalisation de l'écoute musicale » (Ministère de la Culture et de la Communication, 2006) depuis plusieurs décennies. La musique d'ambiance, l'entourage musical du quotidien et la technicisation numérique des œuvres sont les premiers facteurs de cette dévalorisation et de cette banalisation. De plus, les auteurs de ce rapport abordent la question de la qualité sonore, qui pâtit sévèrement à l'époque des transformations sur les supports numériques. Les auteurs constatent également une personnification de la musique en ligne : le marketing fait place à une individualisation plus pointue de la consommation des œuvres musicales grâce aux données de navigation des sites web, comme nous l'avons vu avec Rifkin.

L'un des collaborateurs au rapport, Philippe Chantepie, confirme que « l'évolution du marketing sur Internet consiste à individualiser un rapport, un contact entre un consommateur final et un projet musical » (Ministère de la Culture et de la Communication, 2006). Les nouvelles technologies et les nouveaux moyens d'écoute accessibles permettent une consommation musicale diversifiée et infinie. Néanmoins, l'écart s'agrandit entre les artistes très populaires et ceux qui peinent à percer. La masse critique d'œuvres musicales ne cesse d'augmenter, laissant des talents invisibles dans l'ombre des plus grands succès. Jean-Paul Combet, un des auteurs du rapport, affirme ainsi :

On peut parler de désacralisation de la musique sans avoir nécessairement une dévalorisation de la musique [...] Il s'agit plutôt alors d'une *fuite de valeur*. Il

y a une fuite de valeur économique aujourd'hui, probablement parce que l'on n'a pas trouvé la manière de traduire économiquement cette forme de consommation. (Ministère de la Culture et de la Communication, 2006)

Cependant, le monde numérique « favorise la massification de l'échange et le passage à une distribution au coût marginal ou à peu près, ce qui conduit au sens propre à une véritable dévalorisation des coûts de production. » (Ministre de la Culture et de la Communication, 2006)

Plusieurs chercheurs constatent que la surabondance musicale affecte notre quotidien de plusieurs façons. En réalité, nous nous retrouvons constamment entourés de musique à toute heure et tout endroit de la journée : « cette intégration quasi fusionnelle et la profusion des contenus musicaux sont un désir déjà présent depuis de nombreuses années chez les auditeurs » (Kadded, 2014). Selon l'auteur, il s'avère donc *normal* d'avoir accès à la musique partout. Ce phénomène génère cependant une compétition accrue et force l'innovation du côté du marketing afin d'atteindre le public. Les industries culturelles doivent faire la promotion de l'expérience musicale unique, tel que nous l'avons vu avec Rifkin et sa théorie sur la vente de l'expérience. Cela nécessite donc de déployer de nouvelles stratégies afin d'attirer un public plus large, puisque nous assistons à une crise liée à la distribution et à la musique enregistrée et non à une crise musicale comme certains le prétendent (Kadded, 2014).

Selon Kadded, les industries musicales seraient conscientes du fait qu'il existerait un « contrôle des expériences ». En effet, les technologies sont indispensables pour la promotion d'expérience et exercent un certain pouvoir sur l'écoute musicale. Kadded cite au passage la compagnie *Apple*, qui a su établir le coût d'acquisition d'une chanson à 0,99\$ en tant que norme globale adoptée par les acteurs du numérique. Depuis les années 2000, l'industrie musicale s'est particulièrement adaptée aux nouvelles plateformes offertes par le numérique. À titre d'exemple, *MySpace* a été un pionnier

dans la promotion numérique d'œuvres musicales, mais s'est rapidement fait remplacer par *Soundcloud*. En fait, *MySpace* a été un des premiers médias sociaux partageant des œuvres musicales tout en permettant d'interagir avec des utilisateurs virtuels. Le problème, tel que le mentionne le journaliste Dredge, est que *MySpace* a voulu combiner plusieurs thèmes sur son site; un média social permettant de connecter avec ses amis, une revue à potins et une plateforme d'écoute de musique en ligne gratuite. Malheureusement pour eux, *Facebook* est apparu, remplaçant l'aspect réseau social de *MySpace* et *Soundcloud* a pris la place de la plateforme de musique en ligne gratuite. De plus, *Soundcloud* avait la particularité de connecter les utilisateurs et les musiciens entre eux, agissant comme une plateforme web de partage et d'échange entre les usagers. Ainsi, *Soundcloud* prit la place de *MySpace* assurant une meilleure visibilité pour les artistes et permettant une nouvelle forme de promotion gratuite des œuvres musicales.

Kadded traite également de la difficulté des artistes à se promouvoir eux-mêmes face à la puissance des *Majors*. Les exemples de Radiohead, qui n'a imposé aucun prix fixe pour le téléchargement en ligne de son album *In Rainbows* en 2007, et de Kanye West, qui a fait sa promotion via le réseau social *Twitter* en utilisant des mots-clics, montrent que les grandes entreprises ont maintes fois recours à cette idée de proximité avec le public que véhiculent le plus souvent les artistes indépendants. Cette approche, qui leur est restée propre durant plusieurs années, aura donc été « détourné[e] et réutilisé[e] par les *Majors* » (Kadded, 2014) qui y ont vu un excellent coup publicitaire. Le marketing se tourne ainsi aujourd'hui vers l'expérientiel, phénomène dans lequel « le consommateur ne demanderait plus seulement à rencontrer de simples produits ou services, [mais] il voudrait vivre des expériences extraordinaires. » (Kadded, 2014)

L'autoproduction des artistes est par ailleurs responsable de la démultiplication de l'offre musicale. Cette prolifération de musique enregistrée entraîne ainsi une

transformation du capital symbolique de la musique enregistrée, bien culturel qui était auparavant plus rare et parfois difficilement accessible avant l'existence du web. Les *labels* indépendants ont permis une explosion de la visibilité de nouveaux talents. Les plateformes musicales se font de plus très nombreuses et facilitent l'autoproduction des artistes à très peu de coûts. Cependant, ce phénomène engendre d'autres répercussions :

Cette facilité de produire de la musique et de la diffuser engendre paradoxalement une problématique par rapport à la valorisation symbolique, notamment à cause de cette surproduction, où l'on peut facilement s'y noyer à travers l'océan de production, qu'elles soient médiocres ou excellentes. (Kadded, 2014)

Kadded affirme que la musique est une forme de nécessité dans plusieurs aspects de notre vie : au restaurant, en voiture, dans les centres commerciaux, etc. Elle l'est d'autant plus avec la généralisation de l'accès illimité et gratuit dont jouissent aujourd'hui les nouvelles générations. L'auteur estime ainsi que la musique permet de se créer une identité et de s'affirmer dans son environnement social, tout comme l'indique Rifkin. Le marketing expérientiel offre beaucoup plus que des produits, mais aussi des expériences liées à un produit ou à un service, qui en retour permettent aux individus de se définir et d'exprimer leur identité propre. De plus, certains acteurs du milieu « ont su (re)valoriser la musique enregistrée, la portant ainsi dans de nouveaux secteurs [...] qui auparavant n'avaient aucun rapport avec la musique » (Kadded, 2014). Pour toutes ces raisons, Kadded affirme donc qu'il n'y a pas de réelle dévalorisation de la musique, mais plutôt une valeur changeante. En réalité, l'auteur estime que notre consommation musicale n'altère pas sa valeur, mais représente plutôt un changement de paradigme.

Ces transformations majeures du domaine musical grâce au web et aux technologies numériques ont par le fait même ouvert le débat sur la propriété intellectuelle. Le contrôle d'une législation des œuvres immatérielles ainsi que le contrôle des lois du

droit d'auteur dans le cyberspace sont des enjeux centraux dans la discussion entourant les lois du droit d'auteur et des autres modes de propriété intellectuelle.

## 2.5 La liberté d'usage de la propriété intellectuelle

On ne saurait traiter des licences libres et du *copyleft* sans mentionner le travail de Lawrence Lessig. Ce dernier est l'un des fondateurs derrière les licences libres *Creative Commons* et un fervent défenseur de la liberté d'usage de la propriété intellectuelle. Ses ouvrages traitent de la culture du libre, d'internet, de la culture du remix, du partage et de la communauté web. L'un de ses essais, étudié dans le cadre de cette recherche, *Remix : Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy* (2008), s'intéresse à ces notions à travers la culture du remix et de l'économie du web. Il est possible de retrouver quelques notions de la théorie du don et contre-don de Mauss à travers les écrits de Lessig, puisque celui-ci étudie le partage d'un monde commun et de l'aspect communautaire à travers le web.

Nous étudierons deux ouvrages écrits par Lessig traitant de la question de la protection des idées et du développement des nouvelles technologies. *The Future of Ideas* (2004) et *Free Culture : The Nature and Future of Creativity* (2002) se recoupent sur la théorie de la culture du remix et soulèvent en grande partie les mêmes questionnements face à la créativité et à la protection intellectuelle. Lessig s'est toujours montré fasciné par la propriété intellectuelle en tant que concept juridique. La propriété appartient à l'individu et ce dernier est libre d'en faire ce qu'il veut, selon l'auteur. Il s'agit d'une propriété au même titre qu'une maison ou qu'un autre bien personnel et c'est ce dont traite principalement son ouvrage *The Future of Ideas*. Cependant, avec les années, la situation s'est indéniablement complexifiée et nous assistons peut-être aujourd'hui à la naissance d'un nouveau paradigme : « There has never been a time in our history when more of our "culture" was as "owned" as it is now. And yet there has never been a time

when the concentration of power to control the uses of culture has been as unquestioningly accepted as it is now » (Lessig, 2004, p.12). La Cour suprême des États-Unis est même allée jusqu'à déclarer que le droit d'auteur « has never accorded the copyright owner complete control over all possible uses of his work » (2004, p.78). Une question essentielle se pose alors : qui détient les droits? *The Future of Ideas* illustre les défis et les problèmes auxquels fait face la propriété intellectuelle à l'ère numérique. Face au manque de réponses disponibles, Lessig critique la transformation web des dernières décennies et la faible adaptation des lois par rapport à cette situation. L'argument principal de son livre est le suivant :

My claim is that the Internet should at least force us to rethink the conditions under which the law of copyright automatically applies, because is it clear that the current reach of copyright was never contemplated, much less chosen, by the legislators who enacted copyright law. (Lessig, 2004, p.140)

À l'origine, le droit d'auteur a été créé dans le but d'établir un équilibre entre les créateurs et le public, permettant ainsi une récompense équitable des premiers pour leur travail (2004, p.172). Aujourd'hui, avec les nouvelles technologies, le créateur se trouve dans l'impossibilité d'être récompensé pleinement pour ses œuvres puisque le droit d'auteur ne le protège pas adéquatement. Lessig déplore également le fait que toute création ne puisse être transformée ou recréée sans l'intervention d'un avocat ou une permission juridique permettant l'utilisation d'une œuvre. La réglementation de cette activité brimerait donc la créativité, selon l'auteur.

Le deuxième ouvrage de Lessig à l'étude, *Free Culture : The Nature and Future of Creativity*, traite de la transformation du marché et de la culture à travers le monde numérique. Dans *The Future of Ideas*, Lessig étudie les effets d'internet sur l'innovation et la création. Le problème, selon lui, se situe au niveau des technologies, qui influencent les modes de contrôle de la propriété intellectuelle (Lessig, 2002, p.99).

L'auteur résume sa pensée ainsi : « the changes in the environment of the Internet that we are observing now alter the balance between control and freedom on the Net. The tilt of these changes is pronounced: control is increasing. » (2002, p.99) Cet équilibre entre contrôle et liberté doit être recherché, car il sert à la communauté, mais également au créateur. L'idée est de s'assurer que le titulaire des droits d'auteur soit récompensé à sa juste valeur, mais également qu'une partie de son œuvre soit libre en quelque sorte. En restreignant les années de protection de l'œuvre, par exemple, l'œuvre appartiendrait au domaine public plus rapidement et permettrait, par le fait même, à d'autres artistes de créer et de s'inspirer de ces œuvres (*Idem*, p.99). Tel que mentionné, l'auteur est celui qui détient les droits et est libre de l'exécuter comme il le souhaite. La majeure partie du problème survient lorsque d'autres acteurs entrent en jeu. D'autres difficultés proviennent également des transformations matérielles, qui se perfectionnent avec les années :

Congress gave authors the exclusive right to decide whether and on what terms a recording of their music could be made. But once a recording had been made, others had the right to make subsequent recordings of the same music – whether or not the original author granted permission. (2002, p.109)

Lessig croit même que la créativité et l'innovation ont changé avec l'environnement numérique, les lois sont plus restrictives, mais les possibilités de créer sont beaucoup plus grandes. Il affirme ainsi que le « copyright is therefore an integral and crucial part of the creative process. And as it has expanded, it has expanded the opportunities for creativity. » (2002, p.108) De plus, Lessig traite de l'homogénéisation des médias, qui restreint la créativité et l'innovation dans pratiquement tous les domaines. Il spécifie que l'industrie musicale est assujettie à ce conglomérat des multinationales américaines, qui détiennent, à elles cinq, 84% du marché musical (2002, p.117). On fait ainsi face à des problèmes de diversité créative : « if the media are owned by a handful of companies, each basically holding the very same ideals, how much diversity can we expect in the production of media content? » (2002, p.118) Ces mêmes

compagnies contrôlent le marché international dans la distribution, mais occupent aussi une place importante quant à la visibilité et à la popularité d'un artiste. L'auteur tempère toutefois son opinion en indiquant que le gouvernement est lui aussi en partie responsable de cette concentration si imposante. Selon Lessig, il n'y a pas que la conspiration médiatique qui brime la créativité. Les lois sur le droit d'auteur demeurent une des causes du blocage créatif des artistes, et une flexibilité de ces lois permettraient une plus grande diversité ainsi qu'une meilleure prospérité économique des différents médias.

Lessig répète à plusieurs reprises que le don en ligne solidifie le lien social entre les individus et demeure essentiel dans les échanges. Il cite l'auteur Lewis Hyde : « It is cardinal difference between gift and commodity exchange that a gift establishes a feeling-bond between two people, while the sale of a commodity leaves no necessary connection. » (Hyde, 2004, p.3) Lessig utilise cette citation pour montrer que le cadeau, ou don, permet cette connexion et cette valeur à l'autre. Il croit que le partage et l'échange libre (*free sharing*) offrent le même lien relationnel. Selon lui, l'argent et le souci économique des œuvres artistiques influencent les rapports interpersonnels : « Money changes a relationship – it redefines it. Indeed, it would most likely insult the host. "Money-oriented motivations are different from socially oriented motivations". » (Lessig, 2008, p.149)

Lessig souhaite déconstruire la croyance populaire voulant que la gratuité implique une moins bonne qualité. Il ne croit pas non plus que la décriminalisation d'une pratique ou d'une consommation entraîne une recrudescence de celle-ci. Au même titre, Lessig conteste la pensée des conservateurs américains, qui considèrent que l'économie de partage et de commerce ne peuvent pas cohabiter. Pour l'auteur, ces deux styles d'économies peuvent coexister et peuvent faire fleurir le marché en établissant une compétition saine entre les deux (2008, p.151). Lessig défend l'économie de partage et

réitère sa conviction que la décriminalisation ou la légalisation d'une pratique criminelle n'influence pas une plus grande masse d'individus. C'est ainsi qu'il fait le parallèle avec le piratage, qui selon lui, ne subira pas une plus grande popularité qu'avant.

Enfin, Lessig s'intéresse également à la question des causes motivant les artistes à offrir leurs œuvres gratuitement, questionnement central de ce mémoire. Ainsi, il identifie deux types d'individus : le *me-regarding* et le *thee-regarding*. Le *me-regarding* se dit d'un individu qui ne participe à cette économie de partage que pour son bénéfice personnel (2008, p.151). Le *thee-regarding*, quant à lui, se dit d'un individu qui est porté vers sa communauté et non uniquement envers lui-même (2008, p.151). Lessig justifie ce dernier comportement par une cause émotionnelle et intime :

The first question many ask about these thousands of volunteers is, why do they do it? [...] The answer of course is simply because they like it more than all the other things they might be doing at the time. But *why* do they like it? In part because there is also a ready, and attractive, thee-regarding motivation surrounding the project. (Lessig, 2008, p.159)

Lessig s'interroge alors sur la raison pour laquelle certains individus préfèrent participer au mouvement du libre. L'auteur développe ses théories du *me-regarding* et du *thee-regarding*, sans toutefois nous éclairer sur les réelles motivations des individus : « in the sharing economy, people are in it for the thing they're doing, either because they like the doing, or because they like doing such things. [...] People are there because they want to be. » (*Idem*, p.174). Cette théorie du *me-regarding* versus *thee-regarding* ne permet donc pas de relever les motivations individuelles des individus. Elle permet cependant de procéder une catégorisation utile et pertinente des causes, en séparant justification personnelle et justification communautaire. Les réponses de nos participants pourront donc être analysées au regard de cette dichotomie relevée par l'auteur quant aux motivations de ceux qui participent à l'économie du libre. Toutefois,

tout comme l'indique Lessig, les raisons premières sont toujours teintées de nuance et il n'est pas impossible que les raisons personnelles et celles de don à la communauté se mélangent.

De plus, l'auteur s'intéresse également plus largement à la question de la motivation des utilisateurs des plateformes numériques, à ce qui les pousse à participer. Les deux principales motivations qu'ils relèvent sont de nature purement pratique : stimulation intellectuelle et amélioration des compétences informatiques (Lessig, 2008). Toutefois, la troisième motivation soulevée relève quant à elle d'une finalité toute autre, celle de la réciprocité : « since the more who share them, the more likely someone will be motivated to improve them » (2008, p.174). Ainsi, les utilisateurs qui partagent espèrent que les autres utilisateurs produiront du contenu pour créer ensemble une vaste plateforme d'échange (2008, p.174). En ce sens, Internet propose donc aux usagers des nouveaux modes de partage de la propriété intellectuelle. Le web fait participer des individus de tous horizons, ayant chacun des motivations et des émotions divergentes.

Finalement, dans la lignée de sa pensée pour une redéfinition des modalités de la propriété intellectuelle, Lessig propose de mettre en place des solutions concrètes afin de sensibiliser les gens au travail des artistes. L'une des solutions proposées par Lessig concerne la durée du droit d'auteur. Ce dernier croit que le droit d'auteur devrait avoir une protection réduite à cinq ans, avec possibilité de renouvellement. Pour renouveler le droit d'auteur, l'artiste devrait simplement se rendre sur un site web prévu à cet effet (sous la tutelle du droit d'auteur américain en l'occurrence). À partir de ce système, les créateurs pourraient renouveler leur droit d'auteur, selon certains critères et selon la nature de l'œuvre en question. Lessig ajoute que ce site pourrait prendre la forme d'une bibliothèque complète d'archives d'œuvres digitales protégées par le droit d'auteur. Au bout de ces cinq années, si le créateur n'a pas fait la demande de renouvellement, son œuvre serait alors automatiquement transférée dans le domaine public. Lessig argue en

effet qu'aucun auteur ne crée dans l'optique d'être protégé plus de 70 ans après sa mort. Cette loi hypothétique du renouvellement du droit d'auteur ne serait donc pas un frein à la création ou à l'innovation, affirme-t-il catégoriquement : « If a copyright isn't worth it to an author to renew for a modest fee, then it isn't worth it to society to support the monopoly protected. » (2002, p.252) Lessig, de même que nombre de défenseurs du libre, croit aux bienfaits du domaine public. En effet, l'existence d'une bibliothèque d'œuvres publiques et disponibles pour tous permettrait un enrichissement de la culture et constituerait une source d'apprentissage inestimable pour les artistes.

Pour conclure, nous avons donc invoqué au sein de ce cadre théorique trois principaux auteurs, Mauss, Rifkin et Aigrain, afin de définir les enjeux et limites de notre problématique reposant sur la philosophie du libre et la propriété intellectuelle dans le domaine musical.

Nous avons par la suite étendu notre concept du don à son application en société. Trois dimensions du don ont notamment pu être caractérisées dans le cadre de l'univers des réseaux numériques. La première dimension relève de la motivation psychologique, personnelle et sociale (Mimeche et al., 2013). La deuxième motivation a trait à la dimension personnelle et intime du don. Par le don de l'objet, l'individu donne également une partie de lui-même. La reconnaissance par l'autre se crée, permettant l'échange et la construction de réseaux interpersonnels. La troisième dimension concerne l'idée d'échange et de réseaux : le don est circulaire en ce sens que « donner c'est rendre, rendre c'est donner » (Mimeche et al., 2013).

Il était de plus essentiel de s'intéresser à la question des plateformes numériques, qui occupent une place importante dans notre quotidien. Afin de traiter de la question du numérique et de la propriété intellectuelle, nous nous sommes intéressés aux concepts de contribution et de partage à l'ère des nouvelles technologies, tels qu'analysés par

Philippe Aigrain. Celui-ci indique qu'Internet doit être considéré comme un outil de créativité bénéfique pour le développement culturel, et affirme que le partage de données et d'informations sont essentiels à l'activité culturelle. Aigrain relève également qu'il existerait un certain avantage à recourir aux licences libres, celles-ci entraînant un nombre accru de téléchargements, car n'inspirant pas de sentiment de culpabilité aux utilisateurs, par opposition aux œuvres « piratées ».

Jeremy Rifkin, quant à lui, a observé l'impact des technologies numériques sur la transformation de la notion de biens, et a relevé trois changements majeurs : la transformation d'un marché classique localisé en une logique de réseaux immatériels, la transformation du bien culturel en expérience vécue, et la marchandisation de la culture. Reprenant le concept d'industries culturelles développé par Adorno et Horkheimer à l'époque de la révolution industrielle, Rifkin traite de la standardisation des œuvres culturelles et de la culture de masse dans son ouvrage *L'âge de l'accès*. Rifkin traite également du marketing expérientiel et des grandes transformations de nos habitudes de vie dues aux nouvelles technologies. Dans la lignée des travaux de Rifkin, nous avons également étudié la question de la dévalorisation des œuvres musicales à l'ère du web. En effet, les nouvelles répartitions du contrôle et du partage de la propriété intellectuelle ont mené à une transformation du marketing sur le web. Or, ces nouvelles pratiques placent les artistes indépendants dans un contexte de difficulté accrue pour atteindre le public et parvenir à faire connaître et reconnaître leurs œuvres.

De plus, notre mémoire ayant pour objet les licences libres, il nous était essentiel d'aborder les travaux de Lawrence Lessig, avocat en propriété intellectuelle et défenseur des licences libres. Lessig a écrit plusieurs ouvrages reliés à la transformation culturelle opérée par le numérique et est aussi l'un des fondateurs de la licence libre *Creative Commons*. Celui-ci prône une redéfinition des modalités du droit d'auteur et de la propriété intellectuelle, qu'ils jugent restrictives et peu propices à la liberté de

créativité des artistes. Lessig s'intéresse également aux motivations des usagers de l'économie du partage, et relève une opposition entre deux groupes distincts : le premier serait motivé par des motifs personnels tandis que le second serait motivé par des préoccupations communautaires. L'auteur relève toutefois que cette séparation n'est pas toujours aussi claire, et que les deux motivations peuvent parfois être retrouvées chez un même individu.

## CHAPITRE 3

### MÉTHODOLOGIE

#### 3.1 Question de recherche

Notre problématique a pour objet la pratique du *copyleft* et des licences libres en usage dans le milieu musical au Québec. Par conséquent, nous avons ciblé pour notre recherche les artistes ayant choisi d'utiliser une licence libre ou le *copyleft* comme mode de propriété intellectuelle pour leurs œuvres. Nous avons également fait appel à des spécialistes en propriété intellectuelle et à un avocat en droit d'auteur, car nous supposons que ces derniers pourraient proposer une approche et des opinions différentes. De plus, nous souhaitons mieux comprendre l'ensemble des enjeux liés à notre problématique en invitant des participants spécialisés en propriété intellectuelle. Au total, neuf individus ont été consultés; six artistes musicaux, un ex-agent d'artiste, un chercheur en droit d'auteur et, pour finir, un conseiller juridique. Les artistes interrogés provenaient du milieu musical du rap, de l'expérimental, du punk/rock, de la pop et de l'électro. L'étude de ce phénomène dans le contexte québécois nous paraissait particulièrement intéressante en raison de la nouveauté du phénomène et de la faible disponibilité de littérature sur le sujet. Il serait toutefois intéressant de comparer la situation qui prévaut au Québec avec celles du reste du Canada dans une étude ultérieure à celle-ci et de recenser les différences et les ressemblances.

Nous souhaitons mieux comprendre pourquoi certains artistes ne choisissent pas d'utiliser les modes d'attribution liés au droit d'auteur traditionnel. Notre question de recherche était la suivante : quels sont les facteurs de motivation qui incitent certains

compositeurs québécois à adopter des modes de propriété intellectuelle autres que celui du droit d'auteur canadien pour distribuer et pour diffuser leurs œuvres musicales?

### 3.2 Collecte de données

Notre collecte de données a débuté par une recherche exhaustive sur les spécialistes et les organismes œuvrant dans le domaine de la propriété intellectuelle au Québec. Grâce à nos entretiens, nous avons bénéficié des connaissances de certains membres du milieu musical québécois impliqués dans l'utilisation des licences libres. Nous avons débuté notre recherche de participants en contactant M. Guillaume Déziel, ancien gérant de l'artiste *Misteur Valaire*, car nous savions que ce dernier avait choisi les licences libres pour la diffusion des albums de ce groupe, et qu'il avait été un pionnier dans la diffusion libre au Québec.

Nous avons poursuivi nos recherches par le moyen du réseautage et, lorsque nous repérons un artiste qui utilisait les *Creative Commons* ou le *copyleft*, nous procédions à la consultation de leur page *Facebook* ainsi que de leurs contacts. Nous avons ainsi réussi à trouver plusieurs des participants grâce aux médias sociaux. *Soundcloud* et *Bandcamp*, deux plateformes numériques musicales, ont également été très utilisées lors de cette recherche. De plus, le site web *Creative Commons* propose une liste de compagnies de production et d'artistes qui diffusent en libre au Québec et auxquelles nous avons fait appel pour participer à notre étude. Il est arrivé par moments que des personnes contactées nous réfèrent à des artistes ou à d'autres spécialistes. Certains d'entre eux ont refusé de nous rencontrer, car ils jugeaient qu'ils ne possédaient pas assez de connaissances pour répondre aux questions ou bien parce qu'ils préféraient simplement ne pas participer aux entretiens.

En somme, nous avons adopté la méthode d'échantillonnage par réputation, communément appelée la méthode « boule de neige », pour le recrutement des participants. Cette technique « mise sur les relations personnelles des personnes interrogées pour réunir des renseignements sur d'autres répondants éventuels » (Trochim, 2006). Cependant, nous n'avons pas utilisé cette méthode pour recruter tous nos participants. La participation de certaines personnes est le produit du hasard ou encore de réseautage effectué à l'aide des sites web regroupant des membres de la communauté musicale au Québec.

Dans le but de simplifier nos recherches et de lister les personnalités susceptibles d'être contactées, une grille a été créée avec le nom des participants potentiels, leur rôle et leurs coordonnées. Nous indiquions par la suite celles qui avaient été contactées afin de conserver les informations et de ne pas les recontacter par inadvertance. Nous avons également conservé les informations de certaines personnes du milieu pouvant nous recommander d'autres participants.

Tous les participants ont été contactés par courriel ou par messagerie, sur leur page d'artiste *Facebook* ou sur leur site web officiel. Après un premier contact, nous envoyons le formulaire de consentement et nous établissons ensuite une date et un endroit pour l'entrevue. Les entretiens ont tous durés entre 45 et 60 minutes et eurent lieu, la plupart du temps, dans des cafés. Il est arrivé à quatre reprises que les entretiens se déroulent par téléphone. La méthode d'entrevue semi-directive a été utilisée pour ce travail. Tous les entretiens ont été enregistrés à l'aide d'un dictaphone avec le consentement des participants.

La préparation des entretiens s'est échelonnée de septembre 2015 à mars 2016, incluant la recherche de participants, les lectures sur leur parcours, les courriels formant le premier contact, les entretiens et, finalement, la transcription des entretiens (le

verbatim). Tel que mentionné précédemment, au total, neuf entretiens ont été réalisés de novembre 2015 à mars 2016 pour cette étude. Un échantillon de neuf répondants nous est apparu comme suffisant et représentatif au regard de la spécificité très précise de notre question de recherche, de la difficulté à cibler des participants supplémentaires pertinents à notre étude, et des contraintes de temps reliées à la réalisation de ce mémoire.

### 3.2.1 Choix de l'entretien semi-directif et constitution de l'échantillon

Le choix de réaliser des entretiens semi-directifs a été fait dès le début de l'étude; le but était de connaître les motivations des participants et de discuter avec eux de la problématique entourant les licences libres et le *copyleft*. Le choix d'un entretien semi-directif s'est imposé afin de laisser une certaine liberté aux participants et pour les guider vers l'information recherchée en limitant l'influence du chercheur. Notre recherche demeure très exploratoire vu le manque de disponibilité de littérature québécoise sur le sujet et le nombre restreint d'artistes québécois choisissant les licences libres comme mode de propriété intellectuelle. Il n'y a donc pas eu d'échantillonnage, car nous étions très limités dans le choix des candidats. En somme, tout candidat démontrant de l'intérêt et répondant aux critères établis, tels que l'utilisation d'une licence libre ou du *copyleft*, fut rencontré dans le cadre de cette recherche.

Nous avons voulu rencontrer ces artistes et artisans du milieu musical afin d'obtenir nos données de recherche directement à la source. De plus, notre question de recherche ayant pour objet les motivations personnelles d'un petit nombre d'artistes québécois ayant recours à ce type de licences, le choix d'une recherche qualitative se justifiait de manière logique et nous a permis une exploration en profondeur de plusieurs thèmes

abordés par nos répondants tels que le web, la marginalité, ou encore le statut de l'artiste.

### 3.2.2 Présentation du corpus de participants

La majorité des participants que nous avons rencontrés œuvrent dans le milieu culturel. Tous les participants artistes interrogés ont choisi une licence libre *Creative Commons* dans la diffusion de leurs œuvres musicales à un moment ou à un autre de leur carrière artistique. Les autres répondants étaient des spécialistes travaillant dans le domaine juridique ou scientifique et ayant rencontré dans leur carrière des situations les ayant menés à s'intéresser aux licences libres et au *copyleft*. Les éléments démographiques entourant le succès professionnel ou le changement de carrière n'ont pas été considérés dans la collecte de nos données, ni dans l'analyse. Par ailleurs, il était primordial que les artistes n'utilisent aucun droit d'auteur dans le cadre de leur usage de la licence *Creative Commons*, c'est-à-dire qu'ils ne fassent pas usage du sigle « tous droits réservés ». Le recours à la mention « certains droits réservés » fut quant à elle acceptée.

Au total, neuf participants (voir Annexe 2) ont été rencontrés sur une période de quatre mois. Tous étaient des hommes âgés d'entre 25 et 50 ans et provenaient majoritairement de la région métropolitaine de Montréal. Tous les artistes que nous avons rencontrés évoluent dans des genres musicaux très distincts : deux d'entre eux créent des pièces électro/techno, un autre s'inscrit plutôt dans le mouvement de l'électro expérimental, un autre fait partie d'un collectif de rap nommé *Alaclair Ensemble*, dans lequel les membres qualifient leur style musical de « post-rigodon bascanadien » (Alaclair Ensemble, 2014) et l'un des participants est le chanteur du groupe *Les Vulgaires Machins* reconnu pour sa verve punk. Le dernier artiste interviewé s'inscrit quant à lui plutôt dans le genre pop/folk et était anciennement batteur du groupe très reconnu *Les Cowboys Fringants*. Nous avons également interrogé l'ancien

gérant du groupe *Misteur Valaire*, un conseiller juridique et un chercheur en droit d'auteur et licences libres également bibliothécaire à l'Université Concordia, tel que mentionné plus tôt dans ce chapitre.

Seul un de nos artistes répondants a eu recours à la licence BY-SA, qui est la seule licence *copyleft* de *Creative Commons*, tandis que deux autres participants n'utilisaient pas de licence comme telle, mais bien un téléchargement libre sur leur compte *Soundcloud* ou sur leur site personnel. L'un des participants diffusait son album selon les modalités usuelles du droit d'auteur tout en permettant la méthode *Pay What You Want (PWYW)*<sup>16</sup> sur le site web. Trois des artistes interrogés ont quant à eux utilisé la licence libre la plus connue, soit BY-NC-SA, qui interdit l'exploitation commerciale d'une œuvre. Les œuvres modifiées en BY-NC-SA doivent respecter les mêmes conditions que l'œuvre originale, comme nous avons pu le voir dans le chapitre 1.

### 3.2.3 Le guide d'entretien

Le recours à l'entretien semi-dirigé nous a permis de « cerner une problématique précise » (Gendron et Brunelle, 2009) à l'aide de questions préétablies. Dans ce type d'entretien, l'intervieweur est actif et peut rediriger l'entretien en utilisant des techniques de reformulation et d'approfondissement (Gendron et Brunelle, 2009). Dans le cadre de notre étude de cas, notre problématique avait pour objet les licences libres et le *copyleft*, et nous nous intéressions également au droit d'auteur, au rôle de l'artiste et à l'avenir de la propriété intellectuelle à l'ère numérique. Nous avons ainsi établi un cadre précis d'entretien afin de ne pas en déroger tout en faisant preuve d'une grande

---

<sup>16</sup> Nous n'avons pas trouvé une traduction scientifique du terme, mise à part le journal *La libération* qui l'a traduit par *Prix libre*. Nous préserverons donc le terme *Pay What You Want (PWYW)* pour le travail de recherche. Peillon, Luc, Peyret, Emmanuèle, Ballet, Virginie et Cailhol Amandine, « Ce que retient la nuit », *Libération*, 15 avril 2016, version électronique, liberation.fr.

latitude dans la réalisation des entrevues (Godfroid, 2012). Le guide d'entretien constitue la pièce centrale de notre méthodologie de recherche (Annexe 1).

Notre guide d'entretien comportait les mêmes catégories pour tous les participants. Toutefois, les questions ont été adaptées à chaque participant selon son métier ainsi que son niveau d'aisance et de connaissance de la culture du libre. Par exemple, il est arrivé à deux reprises que nous réalisions des entrevues avec des spécialistes de la propriété intellectuelle n'étant pas familiers avec la réalité quotidienne des artistes. Guillaume Déziel, l'un de nos répondants, est très reconnu pour sa mise en marché particulière du groupe *Misteur Valaire* et par ses nombreuses entrevues dans les médias sur la question du libre. Les questions qui lui furent adressées durent être reformulées puisqu'il n'était pas un artiste interrogé, mais bien le gérant du groupe. L'objectif était de diversifier les opinions et de comparer les propos des artistes avec ceux des spécialistes. Notre guide d'entretien devait donc offrir une structure de questions permettant d'élaborer un portrait de la situation musicale au Québec. De plus, nous ne voulions pas proposer un cadre d'entretien trop rigide ou des questions trop fermées, mais bien laisser place à la discussion entre la chercheuse et les participants.

Le premier segment du guide d'entretien, intitulé « questions principales », s'intéressait aux motivations des artistes dans leur choix d'une propriété intellectuelle libre, que ce soit les licences libres ou le *copyleft*. Il était en effet pertinent de connaître d'emblée les raisons pour lesquelles les artistes n'avaient pas choisi de recourir au droit d'auteur pour la protection de leurs œuvres. Nous avons également interrogé les participants sur leur choix, dans certains cas, de se départir de certains droits acquis par le droit d'auteur. Ce premier segment portait également sur le contexte dans lequel l'artiste avait fait la découverte des licences libres et/ou du *copyleft*.

La section suivante comportait des questions portant sur la théorie du don. Ce segment de questions était semblable d'un entretien à l'autre. Ces questions menaient souvent à une discussion sur la culture en général et sur la situation souvent précaire des artistes québécois. La troisième section de l'entretien s'intéressait au rôle de l'artiste et au caractère marginal souvent attribué aux artistes. De plus, nous voulions savoir si les artistes utilisant les licences libres étaient perçus comme des marginaux en raison du choix de leur propriété intellectuelle. Les dernières questions, qui nous permettaient de clore l'entretien, se concentraient sur les prochains défis de la propriété intellectuelle et par conséquent, du droit d'auteur, des licences libres et du *copyleft*.

Parmi les défis à relever pour l'avenir de la propriété intellectuelle, le cas des câblodistributeurs<sup>17</sup> a été abordé par tous les participants, que ce soit au cours de l'entretien ou à la fin de l'entretien. La plupart des participants ont mentionné que la mise en place d'une redevance de diffusion était l'une des meilleures solutions envisageables à court et à long termes, selon eux. Nous n'avions aucune catégorie portant sur le sujet, mais nous avons cependant relevé l'importance et avons donc fait le choix d'y consacrer une part de notre chapitre d'analyse. La plupart des réponses recueillies semblaient se rejoindre et tous étaient manifestement passionnés par la question du libre.

### 3.3 Analyse de données

#### 3.3.1 Démarche suivie pour l'analyse

---

<sup>17</sup> Le terme *câblodistributeurs* est emprunté au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, « Internet – Notre rôle », 2016, site web, <http://crtc.gc.ca/fra/Internet/role.htm>.

Nous avons choisi de recourir à l'analyse thématique dans le cadre de notre recherche, dans le but de regrouper aisément et efficacement les thèmes principaux et secondaires abordés par nos participants. Les auteurs Paillé et Mucchielli affirment d'ailleurs que l'analyse thématique est très utilisée en recherche qualitative. À ce sujet, ils indiquent : « Le thème permet ainsi à la fois d'étiqueter et de dénoter un extrait. [...] il permet de cerner à un premier niveau les éléments importants d'un corpus. » (Paillé et Mucchielli, 2016) L'analyse thématique a été utilisée afin de concevoir notre guide d'entretien, mais a également été adaptée à la suite des réponses de nos participants. En effet, les auteurs s'accordent à dire qu'il s'agit de l'une des forces de cette technique d'analyse, à savoir que celle-ci évolue constamment au fil de la recherche :

Lorsque je thématise, je ne suis pas uniquement préoccupé par la recherche des mots justes pour synthétiser les propos recueillis, je reste également présent à l'économie d'ensemble, [...] bref à l'accomplissement du travail d'analyse en lien avec les interrogations directrices à la recherche. (Paillé et Mucchielli, 2016)

Nous avons donc choisi de recourir à cette méthode d'analyse afin de synthétiser nos informations pour l'ensemble de notre recherche et de nous assurer de nous concentrer efficacement sur les éléments essentiels à notre analyse.

### 3.3.2 La manière dont les concepts clé ont été découpés en dimension d'analyse

Le plan initial pour notre analyse des résultats se voulait un calque de notre guide d'entretien. Nous avons ainsi séparé les réponses des participants en six grands thèmes assez généraux, en nous fiant au corps de notre guide d'entretien, puis créé des sous-thèmes en fonction des réponses des participants. Ces thématiques ont été sélectionnées en accord avec notre cadre théorique et en fonction des questions soulevées durant la recherche en lien direct avec les possibles motivations des artistes québécois.

À la suite de la transcription des verbatim de chacun des participants, il nous est apparu qu'il existait de nombreuses ressemblances entre les discours. Nous avons ainsi thématiqué les sujets qui surgissaient le plus souvent et pour lesquels nous avons beaucoup de contenu. Nous avons également regroupé les discours discordants se rapportant à une même idée afin d'illustrer les oppositions dans les convictions de certains de nos participants. Des nouveaux thèmes sont alors apparus, tels que celui des câblodistributeurs, que nous avons intégré dans notre analyse a posteriori.

### 3.4 Choix méthodologiques et limites de l'étude

Notre intention de départ était d'interroger un nombre égal d'artistes francophones et anglophones utilisant les licences libres. Cette approche comparative aurait ainsi pu faire émerger les différences et les ressemblances entre leurs pratiques respectives. Au regard du manque d'articles traitant de la question ainsi que du manque de participants anglophones répondant à nos critères, nous avons décidé d'adapter notre question de recherche ainsi que notre cadre d'analyse. Les discussions avec les participants laissèrent donc place à des dimensions autres que la différence entre artistes francophones et anglophones, et ce a fortiori, car il s'avérait parfois complexe de déterminer si l'artiste se situait plutôt du côté francophone ou anglophone. De plus, il s'avère commun que des artistes musicaux québécois chantent en français et en anglais, peu importe leur langue maternelle<sup>18</sup>. L'étape de cueillette de données pour cette caractéristique n'était donc pas évidente et aurait pu, le cas échéant, fausser certains résultats.

---

<sup>18</sup> Plusieurs artistes québécois francophones chantent dans la langue de Shakespeare dans le but de se faire connaître à l'étranger alors que d'autres artistes choisissent l'anglais sans justification affichée. Côté, Émilie, « Chanter en anglais au Québec », La Presse, site web, 2015, <http://www.lapresse.ca/arts/musique/201502/11/01-4843259-chanter-en-anglais-au-quebec.php>.

Une autre de nos intentions de départ était de comparer les artistes d'aujourd'hui avec les précurseurs du mouvement des années 1980. Nous avons également dû abandonner cet angle dû au manque de participants et à la difficulté de retrouver ceux qui auraient pu faire usage de licences libres à cette époque. En effet, très peu d'écrits recensent les artistes québécois ayant utilisé les licences libres lors des années 1980, surtout s'ils sont moins connus du grand public. Notre question de recherche concernant plutôt les choix des artistes, il n'était pas essentiel à notre analyse de comparer les deux univers générationnels.

La recherche de participants s'est avérée un réel défi. Plusieurs raisons peuvent expliquer cette difficulté importante rencontrée dans la réalisation de notre étude. D'une part, la prise de contact avec les participants était parfois ardue puisque plusieurs des artistes que nous tentions de contacter ne possèdent pas d'adresse électronique professionnelle ni de site web officiel. Ces artistes utilisant le libre se trouvent sur des plateformes musicales comme *Soundcloud*, *Bandcamp* ou *Deezer*, ce qui impliquait des courriels souvent sans réponse. *Facebook* fût un des moyens de communication le plus facile et le plus efficace, mais il est arrivé très fréquemment que les artistes ne soient plus actifs sur leur page. Plusieurs relances par courriel se sont quelques fois avérées des échecs, car l'individu cessait de nous répondre. La recherche est d'autant plus ardue, car il n'existe aucune base de données listant tous les artistes utilisant les licences libres les plus connues ou le *copyleft*. Même lorsque nous croyions avoir trouvé des participants, nous devions vérifier l'élément principal, soit celui de diffuser avec une licence libre *Creative Commons* ou *Art libre* ou encore de diffuser en *copyleft*. Il est parfois arrivé que certains artistes prétendent utiliser une des licences libres sur leur site web ou sur un site d'écoute de musique en ligne, alors que cela n'était pas le cas. Notre recherche de participants s'est donc avérée plus complexe et a nécessité plus de rigueur et de temps que prévu.

D'autre part, notre terrain d'analyse était très limité. Au Québec, les artistes musicaux choisissant les licences libres s'avèrent représenter une infime communauté. Quelques-uns des artistes interviewés ont préféré utiliser le libre en début de carrière pour des questions de notoriété et de visibilité. Certains d'entre eux ont par la suite choisi le droit d'auteur et ont enregistré leurs œuvres à la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN).

Il est arrivé à trois reprises que l'entretien se déroule par téléphone, car le participant était à l'extérieur du pays au moment de l'entretien. L'approche s'est révélée différente, car il y avait parfois des problèmes techniques au niveau de l'appareil et nous avons de la difficulté à entendre ce que les participants disaient. De plus, nous avons remarqué que certains entretiens par téléphone entraînaient une distance physique, ayant pour résultat le fait que le participant n'était peut-être pas toujours aussi impliqué dans la conversation que nous l'aurions souhaité. Cela dit, la plupart des entretiens téléphoniques se sont très bien déroulés et ont été particulièrement enrichissants. Les entretiens en personne se sont quant à eux révélés plus simples et moins contraignants.

De plus, il est arrivé par moments que la chercheuse se retrouve elle-même engagée dans des discussions. Nous supposons que les relances ont été moins réactives et que nous n'avons pas eu le réflexe d'inviter les participants à poursuivre sur leurs idées. Ainsi, les propos des participants auront pu être influencés, menant à une co-construction des données par la chercheuse. De plus, les entretiens semi-directifs, malgré le recours au guide d'entretien, ont cette particularité de varier d'un entretien à un autre en fonction du participant, du contexte et du lieu.

Enfin, il est important de mentionner que la chercheuse possédait certains présupposés inévitables, impliquant certaines attentes face aux réponses obtenues. Ainsi, nous possédions certaines idées préconçues sur certaines de nos hypothèses et sur les artistes

en général. Nous avons également la conviction erronée que les participants interrogés connaissaient très bien les différents concepts de propriété intellectuelle. Il est aussi arrivé que par peur d'être maladroits ou impertinents, nous ayons écarté certaines questions.

En somme, nous nous sommes entretenus avec neuf participants (voir Annexe 2) issus de différents milieux culturels ayant permis une variété d'arguments nous aidant à tracer une esquisse du milieu musical en propriété intellectuelle. Notre méthodologie s'est centrée sur l'entretien semi-directif dans lequel nous avons établi un guide d'entretien regroupant quatre différentes catégories en lien avec la propriété intellectuelle. Les réponses des participants nous ont permis de rassembler leurs idées en sections qui ont permis la cueillette des résultats que nous analyserons dans le chapitre suivant.

## CHAPITRE 4

### LES LICENCES LIBRES ET LE *COPYLEFT* AU QUÉBEC

Notre quatrième chapitre recensera les propos recueillis lors de nos entretiens et permettra d'apporter des éléments de réponse à notre question de recherche sur l'usage que font les participants interrogés des licences libres et du *copyleft*. Cette section est subdivisée en plusieurs catégories qui mettent l'accent sur leurs principales motivations à adopter un mode de propriété intellectuelle autre que le droit d'auteur. Il y est également question de la valeur symbolique de la musique dans les années 2010, de la technicisation des moyens de production musicale, des difficultés économiques rencontrées par les compositeurs et des solutions possibles pour imaginer un futur plus enviable pour les musiciens.

#### 4.1 Les principales motivations des artistes pour l'adoption d'une propriété intellectuelle

La majorité de nos répondants ont indiqué avoir connu les licences libres par le biais de rencontres avec des collègues du milieu musical. Face aux pratiques administratives des maisons de disque peu avantageuses pour les compositeurs, certains d'entre eux ont exprimé un sentiment de méfiance à leur égard et ont plutôt décidé de s'intéresser aux licences libres pour ne pas être assujettis aux exigences parfois difficiles de ces compagnies. Les *labels* (terme emprunté à l'anglais souvent utilisé dans les propos des participants pour désigner les maisons de disque) se réservant une cote financière très

importante sur la distribution des albums<sup>19</sup>, certains de nos participants ont ainsi préféré s'autogérer et s'autoproduire.

Guillaume Déziel, ex-gérant de *Misteur Valaire*, est l'un des participants ayant mentionné plusieurs raisons expliquant le choix d'une licence libre ou du *copyleft* par les artistes. Lors de son entretien, celui-ci a souligné l'importance de la liberté d'exploitation commerciale des œuvres musicales. Il estime en effet que tout artiste est libre de choisir son mode de propriété intellectuelle (Guillaume Déziel, décembre 2015).

Déziel ajoute également qu'il est important que les artistes soient conscients de leur choix et connaissent bien les modalités des licences libres avant de les protéger dans ce mode de propriété intellectuelle. Selon lui, les artistes ne connaissent pas assez bien les conditions derrière le choix d'une licence libre : « je suis pas vraiment persuadé (...) que tout le monde a tout le bagage intellectuel en termes de connaissance pour prendre cette décision-là, en pleine connaissance de cause. Il est là le problème! » (Guillaume Déziel, décembre 2015) Il s'agirait d'une question d'éducation. Nous aborderons plus tard les solutions que propose Déziel pour la rétribution du droit d'auteur et l'utilisation des licences libres.

Nos entretiens nous ont démontrés que les motivations qui poussent les artistes interrogés à protéger des droits sur leurs œuvres sont diverses. Certains artistes ont indiqué avoir enregistré leurs œuvres à la SOCAN afin de toucher des redevances. Ces œuvres musicales étaient pour la plupart issues de demandes de compagnies publicitaires ou de corporations privées. Ainsi, en discutant du droit d'auteur et des

---

<sup>19</sup>. Un artiste reçoit environ 5 à 10% de revenus sur la vente d'un album, ce qui équivaut environ à 1\$ par album vendu. (Boucher et Deslières [réal.], 2014)

retombées économiques, Déziel affirme que « le modèle *Misteur Valaire* sans droit d'auteur n'aurait pas pu fonctionner » (Guillaume Déziel, décembre 2015). S'il n'avait pas utilisé une licence libre lui permettant d'obtenir des revenus, Déziel n'aurait pas pu vendre une chanson à *Telus* pour la campagne publicitaire de cette compagnie comme il l'a fait en 2010-2011. Même si le groupe *Misteur Valaire* avait choisi une licence libre pour la distribution de ses œuvres, ils ont tout de même enregistré certaines œuvres à la SOCAN afin de toucher des revenus supplémentaires. D'autre part, deux des participants permettent quant à eux le téléchargement libre de leurs œuvres, sans utiliser des licences libres. Ils offrent leurs albums ou certains de leurs titres à travers leur site web ou les plateformes de téléchargements musicaux numériques, comme *Bandcamp*. Affranchis de ses problèmes, ces artistes nous ont partagés qu'ils pouvaient ainsi préserver leur liberté. D'autres encore ont choisi d'expérimenter la diffusion en licence libre par curiosité. Ils pouvaient ainsi comparer la rentabilité du processus.

Enfin, il est arrivé parfois que les motivations ayant poussé les artistes à choisir une licence libre ne soient pas toujours claires. En effet, lors de nos entretiens, certains participants ne manifestaient pas une motivation concrète, mais l'analyse de leurs discours nous a permis de déduire des raisons implicites qui semblent les avoir motivés : se faire connaître, éviter des frais, etc.

Comme les motivations qui poussent les artistes interrogés à utiliser les licences libres pour protéger les droits sur leurs œuvres sont diverses, nous les avons regroupées dans notre analyse sous trois catégories : les motivations philosophiques, les motivations politiques et les motivations économiques.

#### 4.1.1 Motivations philosophiques

Les motivations philosophiques regroupent les raisons liées aux notions éthiques entourant la culture des licences libres et du *copyleft*. Elles sont souvent associées à une réflexion sur les fonctions de l'art et de l'artiste. Nous traiterons également de la dimension communautaire qui se dégage de l'usage des licences libres.

Parmi les neuf participants interrogés, deux d'entre eux, *Alaclair Ensemble* et TomA, ont choisi l'usage des licences libres à travers l'usage de différentes plateformes musicales sur le web pour la diffusion de leurs œuvres. Pour Ogden Ridjanovic, membre du groupe *Alaclair Ensemble*, la décision de rendre les œuvres du groupe « libres » leur est venue « naturellement » :

On ne s'oppose pas tant que ça à la notion d'emprunt, ça nous dérange pas tant que ça que quelqu'un *sample* notre musique sans nous demander notre permission... Peut-être qu'il y a des musiciens qui n'aiment pas l'entendre ou qui ne veulent pas l'entendre, mais l'histoire de la musique, c'est de reprendre des trucs à d'autres personnes pis tu les retravailles. (Ogden Ridjanovic, février 2016)

Ridjanovic indique ainsi qu'il s'agissait d'une forme de démarche artistique : « passer par une autre avenue, plus traditionnelle, l'expérience aurait été différente dans la perception idéologique du projet et dans la stratégie qu'on a mis de l'avant » (Ogden Ridjanovic, février 2016). Dans l'entretien que nous avons eu avec lui, il affirme qu'il aurait été malhonnête de faire payer les gens pour leurs albums alors leur groupe prône une idée d'égalité et de démocratie dans ses chansons. Ridjanovic affirme que le choix du *copyleft* comme mode de propriété allait de soi avec la philosophie des membres du groupe :

De vraiment être sévère sur [le fait de] protéger ses œuvres contre toutes formes d'emprunt, je trouve que c'est comme un peu de ne pas reconnaître [comment s'est constituée] l'histoire de l'art, pis que [cette histoire] c'est des gens qui empruntent à d'autres personnes qui reçoivent, qui retravaillent. (Ogden Ridjanovic, février 2016)

Le groupe a ainsi à cœur les valeurs du partage et ne croit pas que la culture doive être fermée et exclusive à une communauté spécifique. L'idée d'emprunt musical n'est donc pas une barrière pour les membres d'*Alaclair Ensemble*. Par conséquent, le groupe a choisi d'utiliser le *copyleft* comme mode de propriété intellectuelle pour tous ses albums. Ayant souligné que ce processus de don fait partie d'une démarche artistique, Ridjanovic indique : « pour moi, ça va beaucoup avec la mentalité de l'artiste [...] C'est une forme de *statement* à propos de qu'est-ce qui est l'art pour moi. » Tel que mentionné plus tôt, l'art consiste selon lui en un travail d'emprunt à d'autres artistes et en un partage de la créativité (Ogden Ridjanovic, février 2016). De plus, dans le cas où leur musique serait utilisée à des fins commerciales, la licence *Creative Commons* leur permettrait de toucher des redevances. L'attitude de Ridjanovic en rapport avec la diffusion de la musique se rapproche de celle de TomA.

Artiste indépendant de musique électronique, TomA a d'abord connu les logiciels libres en informatique avant de s'intéresser aux licences libres en art. La *philosophie du libre* l'a beaucoup attiré et c'est ainsi qu'il s'est tourné vers des plateformes comme *Jamendo*, *Soundcloud* et *Bandcamp* dans la diffusion de ses œuvres. Il adhère ainsi très largement à cette notion d'emprunt et de partage, au même titre que Ridjanovic : « les gens qui pensent que c'est du vol n'ont rien compris à la musique parce qu'avant même la numérisation de la musique, on faisait déjà ça [...] sans influence de personne on fait pas grand-chose. » (TomA, mars 2016)

Nous avons pu observer que les licences libres semblaient particulièrement attirer les fervents des styles musicaux de type électronique. En effet, les artistes faisant de l'électro semblent très actifs sur les plateformes d'écoute en ligne et sur les réseaux sociaux. Leur communauté se développant essentiellement via les technologies numériques, nous estimons que ces derniers sont en conséquence plus à l'affût des

tendances et des nouveautés comme les licences libres. De plus, ceux-ci sont plus sensibles aux questions entourant la propriété intellectuelle puisque la plupart d'entre eux pratiquent l'échantillonnage d'autres œuvres musicales<sup>20</sup>. Jean-Yves Leloup souligne que « cette singulière dynamique artistique a contribué à influencer, chez les penseurs de la cyberculture et du logiciel libre, la création et le développement de nouvelles définitions et de nouveaux usages du droit d'auteur » (Leloup, 2011). S'intéressant à la relation entre les licences libres et la musique électronique. L'auteur explique que les artistes faisant de l'électronique voient la musique comme un *work-in-progress* et « ont poussé cette logique [du *sampling* et du *remix*] jusqu'à son extrême [en acceptant] le caractère transitoire de leurs créations » (Leloup, 2011). Au regard des informations recueillies auprès des participants et à travers nos lectures, nous avons pu constater que les phénomènes de l'échantillonnage, du partage et de l'emprunt d'œuvres sont en effet assez courants au sein de ce style musical. Une simple navigation sur *Bandcamp*, plateforme mentionnée à plusieurs reprises lors de nos entretiens, nous a permis de constater la forte présence des styles de l'électro et du techno. De plus, les musiciens associés spécifiquement à la culture du remix et du *mash-up* utilisent souvent les licences libres puisque ce style musical n'est constitué que d'emprunts. Ces artistes distribuent très souvent par le web puisqu'il existe peu de maisons de disque spécialisées dans ce style bien singulier. Selon Leloup et quelques-uns de nos participants, le droit d'auteur ne se conformerait pas assez à la réalité d'aujourd'hui : « une grande partie des usages en cours au sein de la scène électronique échappe à la réglementation du droit d'auteur et du copyright, inadaptée à gérer la circulation du son et de l'information ainsi qu'à rétribuer correctement les artistes » (Leloup, 2011).

---

<sup>20</sup> Il est à noter que nous n'avons pas choisi de style musical en particulier et que la sélection des participants ne dépendait pas de ce critère. Toutefois, parmi nos participants, trois d'entre eux étaient associés à ce style musical.

Malgré une forte dissemblance des discours entre les participants Déziel et le participant 3, tous deux s'accordent à dire qu'il est nécessaire d'être prudents au moment du choix d'une licence libre pour la diffusion d'une œuvre musicale ou d'un album. Déziel, en sa qualité d'ancien gérant, précise qu'il est indispensable de se renseigner afin de bien connaître toutes les composantes des licences. Il insiste pour que soient développés des mesures offrant une information éducative et philosophique aux artistes souhaitant utiliser les licences libres et le *copyleft*. Déziel croit en effet que les institutions n'encadrent pas assez bien les artistes dans la gestion et compréhension de la propriété intellectuelle. De plus, il ajoute que peu d'écoles ou d'organismes présentent les licences libres en tant qu'autre mode de propriété intellectuelle. Il est acquis par les artistes que la norme est de diffuser en droit d'auteur. Déziel estime que les règles et le fonctionnement des licences libres et du *copyleft* devraient être expliquées aux artistes souhaitant les utiliser :

Je pense qu'il y a des artistes qui préfèrent donner leur musique. On devrait pas faire semblant que ça n'existe pas cette situation-là. Il devrait y avoir un peu plus de soutien pour ces artistes-là, soit au niveau des subventions, soit industriellement, il devrait y avoir plus de soutien, plus de mécanismes pour aider ces artistes-là à faire des œuvres qui sont nécessairement données à la collectivité ou de facto en partie. (Guillaume Déziel, décembre 2015)

Le discours de Déziel ne tente pas de convaincre tous les artistes de diffuser en licence libre ou *copyleft*. Ce dernier souhaite plutôt présenter les différentes options qui s'offrent aux artistes afin que ces derniers puissent, après avoir reçu les informations et les outils nécessaires, prendre une décision propre à leurs valeurs. Ainsi, l'une des grandes problématiques soulevées par les licences libres selon Déziel serait l'absence d'éducation sur la question de la propriété intellectuelle. Une meilleure représentation des licences libres au sein de l'espace public permettrait ainsi de mieux faire connaître la philosophie associée à la culture du libre, afin que ceux qui s'y retrouvent puissent faire le choix d'y participer.

#### 4.1.2 Motivations politiques

Contrairement à ce que nous présumions lors de la préparation des entretiens, les artistes nous ont très peu soulignés leur intérêt pour la dimension « activiste » de l'usage des licences libres ou du *copyleft*. Le choix politique était plutôt en lien avec des décisions de gestion et d'administration de leurs œuvres musicales. Le caractère marginal et singulier de ce choix a également été abordé lors de nos entretiens.

##### *4.1.2.1 L'engagement politique et social*

Nos entretiens nous ainsi ont permis de comprendre la perception que les compositeurs interrogés ont développé au regard de leur rôle en société. Nous nous sommes intéressés à cette question puisqu'elle permet de répondre en partie à notre question de recherche sur les motivations des artistes dans le choix d'une licence libre ou du *copyleft*.

Nos participants ont tous mentionné qu'il était très difficile de vivre de son art et de se porter défenseur d'une idéologie. L'un des participants, TomA, a évoqué la difficulté d'être engagé socialement et de réussir à percer dans le métier. Il est le seul des participants à avoir discuté en détail de cet aspect lors de nos entretiens. Nous lui avons demandé si un artiste utilisant des licences libres devait être un défenseur ou un activiste dans ce débat. Celui-ci nous a répondu qu'il était difficile de concilier le travail artistique et une implication politique : « c'est compliqué d'être activiste et de vouloir vivre de son art, c'est toujours ça le problème. Après oui, il faut essayer par petite touche de mettre ce à quoi on croit » (TomA, mars 2016). Être activiste aurait ainsi son

lot de conséquences et ne permettrait pas de concilier aisément travail d'artiste et convictions politiques.

Le participant nommé Domlebo a mentionné quant à lui qu'il tentait plutôt de communiquer des messages à caractère social à travers sa musique et ses paroles. Bien qu'il croit que l'artiste puisse transmettre des opinions politiques à travers son travail, Domlebo considère que ce n'est pas de facto un devoir : « Un artiste (ne) peut pas nécessairement changer le monde, il n'a pas à être critique, à être engagé socialement, il n'a pas nécessairement à décrire ses époques pis ses contemporains. » (Domlebo, février 2016) Cependant, celui-ci avoue plus tard que le caractère engagé d'une œuvre enrichit l'expérience artistique :

Un artiste peut faire n'importe quel gribouillis et patentes pis c'est de l'art. Ceci dit, c'est souvent plus intéressant quand il reçoit un message, ou une réflexion, ou un engagement ou un peu de tout ça... pis la proposition artistique reste intéressante aussi. À un moment donné, on fait juste être engagé pis les *tounes* sont pas intéressantes. C'est du réchauffé, c'est pas bien fait, c'est pas bien représenté, ça reste une question d'équilibre. (Domlebo, février 2016)

Selon Domlebo, l'œuvre artistique peut être porteuse d'un message idéologique tout en proposant à l'auditeur une expérience esthétique permettant le partage d'une expérience émotive. Un équilibre doit ainsi être recherché entre les deux dimensions.

Comme en témoignent les extraits d'entretien cités précédemment, les artistes interrogés ne considèrent pas comme nécessaire le fait de revendiquer des postures politiques particulières dans leurs œuvres ou dans leur choix de distribution – droit d'auteur ou licence libre. Ils ne croient pas non plus qu'ils doivent nécessairement se porter comme défenseurs de la culture du libre parce qu'ils en font partie.

#### 4.1.2.2 La marginalité

L'un des aspects discutés lors des entretiens fut le caractère marginal du *copyleft* et des licences libres. La plupart des participants ne considérait pas ce choix comme étant marginal, quoique Domlebo ait spécifié qu'il s'agissait d'un cas « hors norme, hors correct » (Domlebo, février 2016). Nous avons constaté que les participants ne jugeaient pas que ce choix non-traditionnel de propriété intellectuelle évoque une idée de marge. Dans la même lignée que Domlebo, un autre participant nommé Olivier Charbonneau consent toutefois à l'idée « qu'un acte de diffusion qui n'est pas dans les normes, [...] pour[rait être] identifié comme un acte politique. [...] surtout quand tu es le premier à faire ça. » (Charbonneau, février 2016)

Le participant 3, œuvrant dans le domaine juridique du droit d'auteur, précise en effet que l'usage du *copyleft* était une pratique marginale en 2002-2003, mais qu'elle est désormais chose courante. Le participant 3 croit que les sociétés de gestion et les lois concernant le droit d'auteur se sont bien adaptées aux nouvelles technologies numériques. À ce sujet, il indique que : « le droit a évolué, s'est modernisé. La loi sur le droit d'auteur a été amendée en novembre 2012.<sup>21</sup> Et on a malheureusement encore beaucoup de combat sur quelques exceptions qui ont été introduites et qui font que le *copyleft*, pour moi, est un débat sur le déclin. » (Participant 3, janvier 2016) Le participant D'Orion, quant à lui, est du même avis que le participant 3 et croit que cela était marginal à une certaine époque, mais qu'aujourd'hui ça ne l'est plus.

---

<sup>21</sup> Selon le site web Copibec.qc.ca, la loi sur le droit d'auteur s'est modernisée et a ajouté quelques exceptions d'utilisation d'œuvres sans demander l'autorisation au titulaire de l'œuvre. On peut également lire sur le site : « L'une des exceptions les plus connues est certainement l'exception d'utilisation équitable à des fins d'étude privée, de recherche, de critique et de compte rendu, auxquels depuis novembre 2012, se sont ajoutées les fins de satire, de parodie et d'éducation. » (Copibec, 2012)

Souhaitant lancer un album rapidement, d'Orion et ses collègues ont ainsi créé un *netlabel* de musique gratuite au début des années 2000. Ils ignoraient alors complètement que cette pratique était avant-gardiste: « involontairement, je pense qu'en quatre-vingt-dix-huit, quatre-vingt-dix-neuf, deux milles, c'était la *shit* là, mais je le savais même pas. Ce qu'on voulait faire, c'est sortir de la musique pis dès qu'on a eu la chance, on a sorti notre album. » (Érick d'Orion, janvier 2016)

TomA mentionne que le rôle primordial de l'artiste n'est pas nécessairement d'être politiquement engagé, mais plutôt « de rendre ce monde beau parce qu'il est pas très beau [...] et le but des artistes [...] c'est vraiment d'essayer d'amener de quoi de plus beau ». Il souligne aussi que « le but c'est quand même que les gens les écoutent, qu'ils regardent, que ça [les] fasse rêver, [que] parfois ça [leur] fasse peur, [que] parfois ça leur donne des frissons, mais qu'ils ressentent des choses! » (TomA, mars 2016) De tous nos participants, TomA s'est montré le plus expressif sur cette question du rôle de l'artiste : « la musique a toujours été là pour exprimer quelque chose de l'humain, faire ressortir l'humain dans les moments les plus... les plus *drab* de l'histoire. » (TomA, mars 2016) Au sujet des jugements négatifs engendrés par le soutien apporté par l'État aux artistes, celui-ci s'insurge et réitère ce caractère essentiel de l'art pour la société :

Moi les gens qui me disent « ouais, mais vous vivez sur le crochet de la société ». Essaie d'imaginer une seconde la vie sans musique, la vie sans peinture... Enfin, moi j'ai énormément de mal à imaginer ça. Enfin, je crois que tout le reste n'a pas d'importance, ça (la musique) (...) a plus d'importance que tout le reste. Je dirais, il y a ça et les humains. En dehors de ça, c'est rien. (TomA, mars 2016)

TomA croit également qu'il y a encore du travail à faire pour que les artistes puissent vivre de leur art. Il se dit confiant quant à l'avenir de la musique et de la culture et affirme qu'il est impossible de vivre sans être en contact avec l'art.

#### 4.1.2.3 L'indépendance et l'autogestion des artistes

Parmi les motivations politiques des artistes, le répondant Olivier Charbonneau, chercheur à l'Université de Concordia, relève une volonté d'indépendance et un désaccord profond vis-à-vis des pratiques des maisons de disque : « entre une relation contractuelle avec un *label* qui est pas à ton avantage (...) ou le libre où t'es en plein contrôle (...) de ton œuvre [...], le choix va être assez évident. » (Olivier Charbonneau, février 2016) Il indique que les artistes souhaitent intéresser les maisons de disques et « dépendamment de qui ils sont, leur qualité de leurs œuvres, leur démarche, il y a toutes sortes de facteurs qui font que des *labels* sont intéressés ou non. Mais ils [les artistes] se faisaient invariablement poser des termes contractuels. » (Olivier Charbonneau, février 2016) Selon Charbonneau, le choix d'une licence libre apparaît comme évident lorsqu'un artiste s'aperçoit que la rétribution financière des ventes de ses albums varie entre 5 et 10%. De plus, celui-ci ajoute que si un artiste ne joue pas à la radio et que le public doit acheter ses œuvres pour les entendre, il a alors peu de chances de faire des profits et de vivre de son art.

Domlebo est un bon exemple d'artiste dont le choix d'utiliser une licence libre relève d'une attitude politique. En effet, son choix trouve notamment son origine dans sa méfiance à l'égard de la gestion des droits d'auteurs par les maisons de disque. Plusieurs d'entre elles lui ont ainsi demandé de retourner en studio pour réarranger certaines chansons, ce qu'il ne souhaitait pas. Le chanteur a alors préféré trouver du financement via une plateforme web de sociofinancement. Ne voulant pas altérer son style ou changer certaines pièces, Domlebo a décidé de diffuser son album en ligne. Lorsque nous lui avons demandé si ce choix faisait partie d'une démarche artistique, Domlebo nous a répondu : « J'ai réalisé que j'avais pas besoin des étiquettes de disque.

Les étiquettes de disques ont besoin des artistes. Les *bookeurs* de spectacle ont besoin d'artistes à vendre pis les salles de diffusion ont besoin de shows à vendre. » (Domlebo, février 2016) Comme l'a mentionné Charbonneau, Domlebo a donc consulté plusieurs maisons de disque avant de protéger ses droits avec des licences libres. Souhaitant conserver sa complète liberté artistique, l'artiste nous explique ainsi sa démarche :

Je suis allé cogner à 15, 20 portes peut-être, toutes les étiquettes possibles avec un produit pas mal fini, pas mal remixé. Puis là on m'a dit, c'est pas assez si, c'est trop ça, c'est trop rock, il y a pas assez de chansons, irais-tu en studio? Non, non j'ai besoin de sortir mes chansons... Hey! Je veux faire à ma tête!  
(Domlebo, février 2016)

Cet aspect d'indépendance et d'autogestion de l'artiste lors de la diffusion de son œuvre est fondamental dans la culture du libre (Dauphin, 2008). Si ce dernier réalise qu'il n'a pas besoin des maisons de disque, c'est qu'aujourd'hui internet et les autres supports techniques lui permettent une totale liberté. Les plateformes et les médias sociaux sont maintenant accessibles et touchent une vaste partie de la population. Par ailleurs, Domlebo n'est pas uniquement indépendant au niveau financier, mais également au niveau de la création et de la diffusion de son œuvre. Son entretien révèle qu'il veut préserver cette liberté créatrice et artistique, ce que les maisons de disque ne semblaient pas lui permettre.

#### 4.1.3 Motivations économiques

Les motivations économiques peuvent regrouper plusieurs caractéristiques dans la décision de recourir à une licence libre ou au *copyleft*. La principale raison est bien sûr celle du faible coût de production et de diffusion des œuvres musicales, puisque l'artiste est lui-même gérant, producteur et diffuseur de son travail. Les participants ont également évoqué certains problèmes d'ordre économique qui peuvent survenir au moment de faire affaire avec les maisons des disques, notamment au regard des

conditions de redevance du droit d'auteur. De plus, une autre motivation économique peut exister sous forme de « Stratégie de promotion », l'un des participants ayant utilisé des licences libres comme stratégie de marketing auprès du jeune public, une première au Québec.

#### 4.1.3.1 Faible coût de production

En 1998, Érick d'Orion et son ami musicien et informaticien, David Turgeon décident de créer un *netlabel* de musique gratuite. À l'époque, nous rappelle d'Orion, « il existait des plateformes [où] tu pouvais télécharger des albums illégalement, ça il en avait en masse, mais l'idée de faire un *label* qui est sur internet, qui offre gratuitement du matériel original ça, ça n'existait pas. » (Érick d'Orion, janvier 2016)

Le site web *notype.com* naît en 1998<sup>22</sup> et propose alors de la musique complètement gratuite. Il suffit d'une courte navigation sur *notype.com* pour comprendre que le site est dédié aux amateurs spécialisés de musique expérimentale. Cependant, il y a une condition à respecter : la distribution gratuite de la musique. Sur le site, la notice suivante y apparaît : « L'avantage? Ça ne coûte rien. Évidemment, ça ne rapporte rien non plus, mais dans beaucoup de cas, c'est une solution avantageuse quand on a quelque chose à sortir. » (No Type + Panospria, 2016) Le site explique également que *No Type* consiste en un regroupement international qui met à disposition des œuvres gratuites en ligne.

D'Orion et quelques amis musiciens ont ainsi enregistré l'album *Napalm Jazz* (1999) qui a été le premier album mis en ligne par le site *No Type*. D'Orion nous révèle que

---

<sup>22</sup> Au moment de leur création, le site proposait que la diffusion en ligne de leurs œuvres. En 2002, *No Type* a commencé à produire des CD et des vinyles (No Type + Panospria, 2016).

l'album aura finalement obtenu 12 000 téléchargements, et ce grâce à ce concept de gratuité : « c'est clairement à cause du fait que c'est gratuit » (Érick d'Orion, janvier 2016). Ces 12 000 téléchargements leur ont permis de se faire connaître en Europe notamment et D'Orion nous révèle que des gens l'approchent encore aujourd'hui en lui parlant de l'album *Napalm Jazz*.

Dans une entrevue accordée au magazine SOCAN, Ridjanovic indique que le téléchargement gratuit de leur album a créé un enthousiasme partagé par le public et les médias :

Lorsqu'on a constaté qu'offrir notre musique gratuitement créait un *buzz* de taille, on a poursuivi dans cette direction. On voyait aussi que ça facilitait la tâche des journalistes. Cela leur donnait une raison de parler de nous. J'ai l'impression que certains furent encouragés lorsqu'ils ont constaté qu'il n'y avait pas de machine derrière le groupe. (Martel, 2013)

En entretien, Ridjanovic a également indiqué qu'il s'agissait « d'une excellente façon de commencer [...] c'est comme la façon la plus facile de se faire connaître » (Ogden Ridjanovic, février 2016). Ridjanovic a exprimé à plusieurs reprises les faibles coûts financiers liés à l'autoproduction que nous verrons dans la section suivante. Il juge que « c'est tellement à portée de main de faire soi-même sa musique, l'enregistrer, trouver une façon par la bande de le faire et de le distribuer gratuitement » (Ogden Ridjanovic, février 2016). Rappelons que le groupe *Alaclair Ensemble* ne dispose d'aucune gérance et de maisons de disques puisqu'il se réalise, produit et gère lui-même.

Ainsi, le développement du web a permis de démocratiser le fait de produire et de gérer sa musique soi-même. D'Orion et Turgeon ont pu se faire connaître et reconnaître à travers le monde via un simple site web de leur création. Malgré leur popularité, *Alaclair Ensemble* distribue toujours leur musique gratuitement et avec la mention de *copyleft*. Le groupe réalise, produit et gère tous les aspects liés à la mise en marché de

leurs albums. Face au développement du piratage, cette méthode leur a permis de diffuser leur musique dans un même esprit de gratuité, et ce sans aucun recours à une maison de disque. Les coûts de production sont ainsi réduits, car il n'y pas d'intermédiaire à payer (gérant, producteur, etc.), la production de l'album peut se faire en louant un petit studio indépendant, voire même chez soi, et enfin, la distribution se fait gratuitement via une plateforme sur internet.

#### 4.1.3.2 Des maisons de disque à l'autogestion

Lors de nos entretiens, les participants ont soulevé la question du souci financier et la réalité de tenter de subvenir à ses besoins financiers grâce à son art. La majorité de nos répondants a critiqué le faible retour des redevances de la part des maisons de disques ou des logiciels de téléchargement de musique comme *iTunes* par exemple. Déziel précise également qu'un artiste peut espérer recevoir une somme d'argent plus élevée s'il signe un bon contrat avec sa maison de disques. Ce dernier a utilisé les licences libres *Creative Commons* pour protéger l'ensemble de ces œuvres.

Domlebo a quant à lui été, de tous nos participants interrogés, le plus démonstratif quant à son mécontentement et à sa déception face aux maisons de disque. Ayant choisi de s'auto-diffuser et de devenir son propre gérant de promotion, il estime qu'il existe un certain code de valeurs et de conduite avec l'usage des licences libres : « je ne donne déjà pas grand-chose aux gens qui réalisent pis jouent de la musique, je vais pas leur dire "Hey j'ai donné 2000\$ à quelqu'un ou j'ai payé tant de milliers de dollars pour la pub". Ça va avec le message pis le gars je pense. » (Domlebo, février 2016) Ainsi, il croit qu'il y a une certaine forme d'éthique à respecter lorsqu'un individu utilise une licence libre. De plus, Domlebo estime qu'il se contredirait s'il engageait des professionnels de l'industrie pour assurer sa promotion, sa gérance et sa distribution. Selon ce qu'il nous a dit, nous percevons que son refus de faire affaire avec des maisons

de disque lui a fait tourner le dos à une gestion externe de son album et à un refus de collaborer avec des professionnels de l'industrie musicale.

En utilisant *Creative Commons*, Domlebo ne souhaitait qu'une seule chose : faire connaître ses nouvelles compositions. Selon lui, les licences libres permettent une « découvrabilité différente » (Domlebo, février 2016) et il indique que « ça ouvre des portes ». Il soutient que le but premier d'un artiste est « d'être entendu, être lu, être vu [...] ensuite être aimé » (Domlebo, février 2016). Domlebo s'étonne aussi d'être écouté par des gens à travers tout le Québec, parfois même à certains endroits où « il ne mettra jamais les pieds » (Domlebo, février 2016).

Olivier Charbonneau, chercheur en droit d'auteur et bibliothécaire à l'Université Concordia, a souligné dans l'un de nos entretiens que la faible monétaire remise aux artistes faisant affaire avec les maisons de disque était généralement faible. De plus, lorsqu'un compositeur approche une maison de disques, celui-ci doit respecter des protocoles particuliers et modifier le contenu de certaines de ses œuvres. À ce sujet, Charbonneau a souligné la façon dont les artistes tentent d'intéresser les *labels* : « [les artistes] essayaient d'intéresser des *labels* pis dépendamment de qui ils sont, leur démarche... il y a toutes sortes de facteurs qui font que des *labels* sont intéressés ou non. Mais il se faisait invariablement poser des termes contractuels. » (Olivier Charbonneau, février 2016) Selon Charbonneau, il s'agit d'une des raisons qui explique l'autogérance des artistes musicaux : en choisissant une licence libre *Creative Commons*, l'artiste peut décider de l'exploitation de son œuvre et il ne possède aucune contrainte artistique. De plus, tel que mentionné plus tôt, l'autogestion des artistes leur permet de moins grandes dépenses puisqu'ils n'ont pas de salaire à payer à un gérant, à un producteur ou à un réalisateur, etc. Les coûts sont également limités quant à la réalisation de l'album puisque la location d'un studio n'est parfois pas essentielle. Le choix de ne pas recourir à un label peut donc s'avérer profitable, en ce sens que très

peu de dépenses sont à engager. Cependant, la visibilité se différencie des maisons de disque puisque les *labels* ont souvent des contacts et gèrent la logistique d'une tournée et d'un lancement d'album, alors qu'un artiste qui choisit l'autogestion est entièrement responsable de sa promotion.

#### 4.1.3.3 Stratégie de promotion

Dans son entretien réalisé avec le magazine SOCAN, Ridjanovic indique vouloir montrer aux artistes qu'il existe plus d'une façon de diffuser et distribuer sa musique. Il mentionne ainsi que la gratuité peut être une forme de stratégie de marketing :

Dans une industrie de la musique où l'artiste n'est pas plus à l'arrière avec la vente de disque, faire du bouche-à-oreille puis utiliser ta musique comme une façon de se faire connaître pour construire ton idée de show puis le prix que tu vas payer pour, c'est une formule qui fonctionne » (Ogden Ridjanovic, février 2016).

Cette idée fut confirmée dans son entretien par Guillaume Déziel qui a ainsi déclaré utiliser les licences libres comme tactique de marketing afin d'attirer une clientèle plus jeune et familière avec les nouvelles technologies. Il semble être le seul à avoir délibérément visé ce but. D'ailleurs Déziel et le groupe *Misteur Valaire* font partie des pionniers du mouvement du libre au Québec grâce à cette technique de promotion.

À l'époque où Guillaume Déziel était gérant de *Misteur Valaire*, il devait attirer le public vers à un style musical complètement nouveau, soit l'électro/jazz. Même si le groupe se démarquait par son originalité et l'excellence de ses prestations, Déziel voulait trouver une façon de séduire le public québécois. C'est alors qu'une personne de l'entourage de Déziel lui a tendu une copie du livre de Lawrence Lessig, ce qui l'a

amené à s'intéresser à cette mise en marché des licences libres, pratiquement inconnue à l'époque.

Grâce à la lecture des ouvrages de Lessig, Déziel a décidé d'utiliser les *Creative Commons*. Il explique ce choix ainsi : « on s'adressait à un segment de marché qui avait des habitudes de consommation différentes, qui était à l'aise avec internet » (Guillaume Déziel, décembre 2015). En effet, le style musical du groupe rejoignait la tranche d'âge des 18-25 ans en plus d'être très différent des autres groupes du moment. Le groupe a donc utilisé la licence libre NC-BY-SA<sup>23</sup> pour réguler les droits de ses albums en ligne, tout en enregistrant leurs œuvres à la SOCAN. Les premiers albums de *Misteur Valaire* purent alors être achetés grâce à la méthode *Pay What You Want (PWYW)*. Déziel ajoute également que le discours sur le piratage n'atteint pas le jeune public et que, en tant que gérant, il devait trouver des avenues différentes pour captiver l'attention de cette partie de la population. À ce sujet, il indique :

Quand t'avais le discours, "La musique pour de vrai, la copie non merci", quand tu lui disais des affaires de même ou de les faire sentir coupable de les faire consommer de la musique sans la payer, il y avait une réaction de teflon-là... ça colle pas avec eux. C'est une autre génération. (Guillaume Déziel, décembre 2015)

Ayant ainsi conscience que les jeunes générations ne possédaient pas la même sensibilité à ce sujet, Déziel a décidé de se servir du concept de gratuité sur internet plutôt que de tenter d'aller contre ce public. Ainsi, ce choix des licences libres pour un premier album découlait donc d'une stratégie de marketing adaptée à son public cible, qui porta ses fruits au Québec et permit au groupe de se démarquer (Brunet,

---

<sup>23</sup> La licence NC-BY-SA permet le partage, la copie et la distribution de l'œuvre tout en indiquant le nom des créateurs. Le remix et l'adaptation de l'œuvre sont permis, mais la nouvelle œuvre créée doit détenir les mêmes conditions que l'œuvre originale. Cette licence n'autorise pas l'exploitation commerciale de l'œuvre. Elle constitue la plus populaire des licences libres *Creative Commons*.

2010). D'ailleurs, *Misteur Valaire* a non seulement été reconnu pour son talent musical, mais également pour cette mise en marché particulière, assez exceptionnelle pour le Québec.

Guillaume Beaugard, chanteur des *Vulgaires Machins*, entre autres, a également évoqué l'idée que le recours au *PWYW* avait en quelque sorte fait office de tactique de promotion. Le groupe voulait ainsi voir où cette expérience les mènerait. De plus, l'album sous le *PWYW* était complètement acoustique, ce qui n'avait jamais été fait par le passé. Beaugard explique : « je pense qu'il y a pas juste une raison, il y a le fait qu'à ce moment-là, ça commençait à se faire ressentir plus que les ventes d'albums étaient de moins en moins conséquentes. » (Guillaume Beaugard, janvier 2016)

L'aspect de la visibilité a ainsi été évoqué par ce dernier, tel que discuté plus tôt : « on a envie que notre musique soit entendue, comment on fait pour que ça soit entendu le plus possible. Je pense qu'a priori c'est ça. » (Guillaume Beaugard, janvier 2016) Il mentionne également que le groupe désirait préserver son intégrité en lançant un album complètement acoustique :

Il y avait comme un... je pense une envie de démontrer qui a une démarche intègre là-dedans, qu'on fait pas ça parce qu'on essaie d'être plus populaire ou quoi que ce soit. On le fait parce qu'on a envie de le faire pis parce qu'on a envie que ça soit entendu. (Guillaume Beaugard, janvier 2016)

Voulant ainsi respecter leur signature (Guillaume Beaugard, janvier 2016) et demeurer fidèle à leur public, le groupe a décidé de se lancer dans l'expérience du *PWYW*. Comme *Les Vulgaires Machins* souhaitaient préserver leur public et attirer de nouveaux adeptes, ils ont choisi l'écoute gratuite de l'album, le montant du prix pour l'achat de l'album en ligne étant à la discrétion des auditeurs.

L'idée de laisser les consommateurs choisir le prix de l'album en ligne s'avérait une expérience nouvelle pour le groupe. Lorsque nous lui avons demandé si ce « laboratoire » leur avait été bénéfique, Beaugard a souligné que le groupe « en tire une bonne expérience... On est content d'avoir fait ça. Ça a attiré du monde dans les *shows*, ça a permis de faire circuler l'album. On en retire un souvenir positif de ça. » (Guillaume Beaugard, janvier 2016). Il ajoute que les membres du groupe étaient curieux de voir ce que le *PWYW* allait leur rapporter : « parce que l'album, on le donnait oui, mais il y avait la possibilité de faire une contribution volontaire sur l'album. Tu pouvais télécharger puis donner ce que tu veux. Il y a une curiosité de voir comment le monde allait réagir » (Guillaume Beaugard, janvier 2016). Beaugard a aussi spécifié qu'il s'avérait difficile de comparer le succès de cet album avec leurs précédents albums puisqu'il s'agissait d'une première pour le groupe. De plus, les *Vulgaires Machins* proposaient un style de musique différent de celui de leurs productions antérieures en produisant un album acoustique. Somme toute, Beaugard indique que cette technique a porté ses fruits en termes de promotion, puisqu'elle a permis de faire circuler l'album et d'attirer des gens aux spectacles. En somme, l'accessibilité de la musique est souvent associée à la gratuité signifiant ainsi que ce qui est gratuit est accessible pour tous. La section suivante traitera de cette problématique soulevée par plusieurs des participants lors de nos entretiens.

#### 4.2 Valeur symbolique de la musique

Plusieurs participants ont soulevé l'idée que l'accessibilité accrue à la musique enregistrée par le biais d'internet produirait des phénomènes sociaux singuliers, qui se traduiraient par l'apparition de comportements spécifiques chez les individus adeptes de téléchargements de musique enregistrée. Nous avons regroupé l'analyse de ces propos au sein de la notion de valeur symbolique de la musique. Nous définirons le capital symbolique selon le concept proposé par Pierre Bourdieu, sociologue français

ayant étudié la question à travers plusieurs de ses ouvrages. Nous avons choisi d'utiliser le texte des auteurs Dubois, Durand et Winkin, qui ont étudié et critiqué les œuvres de Bourdieu traitant de la question du capital symbolique. Les auteurs ont ainsi dégagé les éléments centraux du travail de Bourdieu et ont su efficacement vulgariser ses théories. Une première définition du capital symbolique se lit comme suit :

Le « capital symbolique » est un « crédit de notoriété », « une espèce d'avance que le groupe et lui seul peut accorder à ceux qui lui donnent le plus de *garanties* matérielles et symboliques. C'est donc sur une base relationnelle que le « capital symbolique » se trouve défini. [...] Cette espèce particulière de capital est toujours en quelque façon le produit d'un réseau familial ou clientélaire, l'aboutissement de longues transactions, le résultat effectif et efficace d'une mémoire collective. (Dubois et al., 2013)

Pour Bourdieu, le capital symbolique agit sous forme d'interaction avec les individus et trouve sa valeur dans la construction identitaire des réseaux interpersonnels. Dubois, Durand et Winkin indiquent à ce sujet que « le "capital symbolique" s'identifie, en somme, à du travail social à base physique ou matérielle. » (Dubois et al., 2013) Les auteurs insistent également sur la notion de capital économique qui est dissimulée dans la notion de capital symbolique : « le "capital symbolique" est du capital économique converti, le "pouvoir symbolique" peut être physique, le bien "symbolique" est d'abord matériel; mais leur puissance, leur efficience, leur aura, reposent sur une dénégation ou une forclusion collective. » (Dubois et al., 2013) Les auteurs traitent également de violence et de pouvoir symboliques, mais nous n'aborderons pas ces deux éléments dans notre travail. Nous nous concentrerons plutôt sur la notion selon laquelle le symbolique est une conception culturelle de différence : « la théorie du capital symbolique induit chez Bourdieu une conception de l'espace social comme vaste ensemble structuré selon une logique de la différence. » (Dubois et al., 2013) Cette caractéristique de la différence permet d'expliquer les valeurs culturelles qui diffèrent ainsi que les sentiments distincts des populations par rapport à un symbole.

Cette notion de capital symbolique peut être associée aux réactions des participants qui témoignent d'un attachement particulier à la musique, soit, à leur propre travail. La valeur attribuée à l'objet, en occurrence, la musique, porte une connotation symbolique forte pour plusieurs individus qui va au-delà de son existence physique, soit d'une chanson en format MP3, d'un disque compact ou d'un vinyle. Sa valeur comporte une deuxième signification établie par une émotivité individuelle et personnelle. Les participants se sont montrés déçus face à la manière dont les populations consomment la musique. Plusieurs ont mentionné que, d'une manière générale, la population ne s'informe pas sur les réels enjeux pour la carrière des artistes. La valeur symbolique de la musique a ainsi été évoquée de plusieurs façons à travers nos entretiens. De plus, il a également été question de leur opinion par rapport à la consommation musicale et l'évolution technologique de la musique.

#### 4.2.1 L'accessibilité de la musique enregistrée par le web

L'accessibilité pour TomA passe avant tout par internet. Il croit que les modes de diffusion et de distribution ont énormément changé et permettent, pour le mieux, une accessibilité pour la musique : « donc il y a cette notion de libre et cette nouvelle vision des droits par rapport à la musique et puis internet [...] qui permet la diffusion et de la musique et donc de quelque chose de libre et c'est ça qui a fait que ça a changé qu'on n'est plus sur un CD » (TomA, mars 2016). Pour TomA, la gratuité des œuvres musicales devrait être la base de tout partage et de toute diffusion d'album :

S'il y a un artiste que je peux pas écouter sa musique, je vais juste zapper à un autre artiste. Y'a tellement de choix maintenant. [...] le diffuser gratuitement sur internet pour moi c'est la base du musicien moderne; ça dépasse même la musique électronique largement. (TomA, mars 2016)

Ainsi, TomA considère qu'aujourd'hui la diffusion gratuite des œuvres musicales devrait être une norme. Il mentionne les commentaires récurrents de ses compagnons compositeurs qui refusent de diffuser leurs œuvres complètes en ligne par peur d'être copiés : « oui, bien sûr qu'on peut te la copier, mais c'est pas grave. Si personne peut l'écouter, personne va l'écouter. [...] je pense que si on peut pas l'écouter, je pense qu'on va avoir du mal à vendre. » (TomA, mars 2016)

L'accessibilité des œuvres musicales en ligne a également été évoquée par Guillaume Beauregard, chanteur du groupe *Les Vulgaires Machins*, nous confiant que sa vision sur le sujet a changé dans les dernières années. À ce sujet, le chanteur indique : « je me rends compte que c'est important que la musique soit disponible, qu'on arrive à la produire le moins cher possible puis qu'elle coûte le moins cher possible. » (Guillaume Beauregard, janvier 2016)

Selon les participants, les plateformes *Spotify*, *Google Play Music* et *Stingray* se servent des œuvres musicales pour leurs profits tout en offrant des redevances minimales. De plus, les compagnies de cellulaire, telles que *Vidéotron*, utilisent ces plateformes musicales et permettent l'écoute illimitée de la musique à leurs abonnés sans en quantifier les unités dans la bande passante des usagers. Le don gratuit de la musique deviendrait-il de plus en plus populaire? Certains des participants ont mentionné que l'accessibilité de la musique amène à sa dévalorisation non seulement monétaire, mais également symbolique. Cette habitude de posséder et d'écouter de la musique aussi rapidement et aisément vient en quelque sorte banaliser le travail de l'artiste. Beauregard a exprimé son *vertige* par rapport à la masse importante d'œuvres diffusées chaque jour et chaque heure :

Moi je pense que ce qui dévalorise le plus la culture ou la musique, c'est peut-être la surabondance de propositions [...] il y a des incontournables qu'on rate parce qu'il y a trop d'affaires qui sortent [...] qui sont plus ou moins pertinentes.

On sature le marché à quelque part, puis [...] ça sort de partout. Moi, des fois, j'ai le vertige par rapport à ça. (Guillaume Beauregard, janvier 2016)

La valeur culturelle et artistique de la musique justifierait ainsi qu'on s'efforce de la rendre accessible au plus grand nombre, via la culture du libre. D'autre part, le téléchargement gratuit sur internet et l'accessibilité qu'il offre aurait donc pour conséquence de réduire les budgets de production alloués pour l'enregistrement et la production de la musique.

#### 4.2.2 La gratuité de la musique sur internet

Le deuxième aspect de la valeur symbolique de la musique est lié au phénomène de la gratuité. Il y a dans cette gratuité une perception parfois négative qui signifie, selon les participants, que l'œuvre gratuite serait de moins bonne qualité. Toutefois, avec l'évolution d'internet et des plateformes de musique en ligne, se pose la question d'une éventuelle nécessité pour les artistes de permettre l'écoute gratuite de leurs œuvres afin d'attirer un nouveau public. Les principaux thèmes reliés à la gratuité dans nos entretiens touchaient à la vision péjorative de la part d'un certain public quant à la distribution gratuite de la musique, la prétendue gratuité de certaines œuvres musicales et le « faux effet de rareté » dont nous avons discuté avec le participant Charbonneau.

Selon certains de nos participants, l'imaginaire collectif entretient une certaine perception négative quant à la gratuité de la musique en ligne. Cet aspect de dévalorisation de l'œuvre distribuée gratuitement entraîne une dépréciation du travail de l'artiste. Il n'y a cependant pas que les consommateurs de musique qui peuvent entretenir cette mauvaise image de la gratuité. Les artistes en arts visuels eux aussi peuvent percevoir cette diffusion d'un mauvais œil : « s'il faut payer pour contempler une œuvre, alors celui qui n'en a pas les moyens doit en être privé, et à l'extrême

limite un créateur doit préférer ne pas avoir de public du tout plutôt que de voir son œuvre diffusée gratuitement. » (Paillard, 2013) Au sein de nos sociétés capitalistes, il est courant de considérer qu'une chose n'ayant pas de valeur monétaire est synonyme de moindre qualité. Ainsi, dans l'imaginaire collectif du public (et même chez les artistes, tel que le mentionne Paillard), la gratuité évoque souvent une connotation péjorative, c'est-à-dire qu'une œuvre est probablement moins valable si elle est gratuite. De plus, Paillard étudie également cette gratuité du point de vue des artisans de l'industrie musicale :

On met des barrières à leur libre diffusion de manière à pouvoir les vendre, on les exclut du champ de la gratuité pour qu'ils puissent avoir un prix. Voilà pourquoi les défenseurs de la propriété immatérielle disent craindre que les œuvres n'aient plus de valeur si on les diffuse gratuitement. Mais ce faisant, ils confondent valeur monétaire et valeur humaine (Paillard, 2013).

Selon Charbonneau, le droit d'auteur est « un faux effet de rareté » imposé par la loi : « en tant qu'être humain, ce qui est rare, ça a de la valeur. Est-ce que c'est parce que c'est gratuit que ça n'a pas de valeur? » (Olivier Charbonneau, février 2016). Certains de nos participants avaient ainsi l'impression que les individus sont moins portés à écouter leur musique lorsqu'ils s'aperçoivent que l'album est gratuit. Les frais entraînés par l'application du droit d'auteur traditionnel, contribuant à créer le prix d'un album, feraient en ce sens croire que l'enregistrement de la chanson est passé par plusieurs procédés professionnels coûteux avant d'être disponible.

Charbonneau aborde même l'article 80 sur le régime de copie privée. Cette clause stipule que ne constitue pas une violation du droit d'auteur « le fait de reproduire pour usage privé l'intégralité ou toute partie importante de cet enregistrement sonore, de cette œuvre ou de cette prestation sur un support audio » (Gouvernement du Canada, 2016). Charbonneau éclaircit cet article :

Échanger de la musique au Canada, c'est permis. C'est le régime de copie privée. Il est complètement brisé du point de vue des sociétés de gestion collective et des redevances sur les médias vierges... ça je ne le nie pas, mais c'est légal. C'est pas éthique parce que ça n'aide pas les artistes à vivre pis je pense que faire vivre des artistes, c'est bien. Faire vivre, l'industrie, c'est moins mauvais, surtout si c'est une industrie locale de gens qui trippent pis qui sont passionnés et professionnels. (Olivier Charbonneau, février 2016)

Par ailleurs, cette crainte que le produit musical gratuit soit de moindre qualité peut également échauder les promoteurs de spectacle et les critiques, comme d'Orion nous l'a exprimé en entrevue :

Très peu de plateformes critiques de disques vont s'intéresser à des œuvres qui sont gratuites. Je te dirais même qu'il y a des festivals de musique [qui, lorsqu'] ils reçoivent des dossiers et qu'[ils] savent que c'est un album MP3 gratuit, ne prendront même pas les dix minutes pour écouter ça. C'est de facto mis de côté. (Érick d'Orion, janvier 2016)

Au sein de cette problématique de connotation péjorative de la gratuité, on retrouve un problème générationnel, tel que l'indique Domlebo : « il y a une génération qui n'a jamais payé pour posséder ou même écouter leur *tourne*. C'est une prise de conscience à leur faire faire. » (Domlebo, février 2016) Joëlle Bissonnette, chercheuse doctorante en musique, traite de cette prise de conscience mentionnée par Domlebo :

En effet, internet véhicule une culture de la gratuité qui, couplée à la facilité sans précédent de se procurer, d'échanger et de reproduire des fichiers musicaux de façon quasi-instantanée, font perdre aux yeux des consommateurs la valeur associée aux actes que sont la diffusion et la reproduction de la musique. (Bissonnette, 2009)

La *valeur* de la diffusion et de la reproduction a été relevée par Beauregard lors de son entretien :

L'aspect de tout ça qui continue de me mettre mal à l'aise pis de me frustrer, c'est de savoir que la musique est jamais gratuite, c'est juste qui fait de l'argent. [...] On sort des albums, des livres, on fait des films... les gens les téléchargent gratuitement sur internet, tout est possible gratuitement sur internet si tu cherches un peu. (Guillaume Beauregard, janvier 2016)

Pour ce participant, la gratuité musicale n'existe pas réellement sur internet, elle est une illusion qui fait oublier le fait que la musique coûte cher à produire et à distribuer. Beauregard a également mentionné le fait que les redevances retournent malheureusement aux câblodistributeurs (les solutions associées seront traitées dans notre section 4.4). Même s'il dit être enclin à favoriser l'accessibilité musicale, Beauregard s'inquiète quant à la portion monétaire des droits versée aux artistes et aux divers profits associés à la diffusion de musique gratuite : « si je donnais ma musique pis que j'avais la certitude qu'elle est effectivement donnée, ça serait une chose, mais elle l'est pas. Elle l'est pas, il y a du monde qui font de l'argent avec le fait que les artistes proposent leur musique gratuitement sur internet. » (Guillaume Beauregard, janvier 2016) Le chanteur ressent un malaise face à cette expression de gratuité et juge que la rétribution n'est pas équitable. Beauregard exprime ainsi sa vision par rapport à la gratuité : « on se dit que la culture c'est gratuit sur internet, mais la réalité c'est que ça coûte cher une connexion internet puis si on la paye aussi chère c'est parce qu'elle nous permet de *downloader* autant de contenu *fac* je trouve qu'il est là le problème. » (Guillaume Beauregard, janvier 2016) Précisons que Beauregard ne traite pas d'une dévalorisation de la musique, mais souhaite illustrer la réalité économique de la production et de la diffusion des œuvres musicales.

Quant à Rheault, auteur-compositeur en musique électronique, il parle quant à lui plutôt du geste de téléchargement : « Par le téléchargement gratuit, on dévalorise ça (la musique) beaucoup dans nos gestes quotidiens » (Dominique Rheault, décembre 2015). Il traite également de désengagement des individus qui utilisent la musique comme ils le souhaitent, sans conscience de leurs actions :

On l'utilise comme ça, comme on veut, il n'y a pas nécessairement de dévalorisation, mais il y a une dévalorisation dans le geste. [Dans] la manière qu'on conçoit la musique, les films, la création du visuel, sonore et vidéo, dans tout ça, on considère [la musique] même pas comme un café qu'on paie. C'est extrême. On est rendus là. On ne conçoit pas l'art comme un bien matériel comme tous les autres. (Dominique Rheault, novembre 2015)

Rheault croit plutôt qu'il y a une prise de conscience et une sensibilisation à mener auprès de la population. Tel que nous avons pu le souligner, de nombreux participants semblaient convaincus que seule une petite partie de la population est réellement consciente des enjeux économiques des artistes et souhaite contribuer davantage. Ainsi, d'une manière générale, le public ne serait pas conscient de l'impact de son pouvoir d'achat sur l'industrie de la musique et sur les créateurs. En conclusion, plusieurs participants interrogés nous ont fait part de leurs inquiétudes quant à la question de la gratuité, plusieurs aspects de cette notion posant des difficultés qui semblent difficiles à résoudre (coûts de production et de diffusion, répartition des profits, perte de valeur, perte de qualité, etc.).

#### 4.2.3 L'omniprésence de la musique enregistrée dans la vie quotidienne

Enfin, bien que nos participants l'aient évoqué sans trop s'étendre, la dévalorisation de la musique s'accompagne du fait que la musique se retrouve partout, en tout temps, et ce pratiquement toujours gratuitement. TomA ne blâme cependant pas internet pour cet environnement musical quasi-permanent :

C'est comme rentrer dans un magasin, tu rentres et il y a de la musique, on s'est habitués, on s'est habitués à de la musique tout le temps... À un fond musical qui fait qu'on n'écoute plus vraiment. C'est facile de tomber dans un bar où il y a des gens qui jouent [...] pis y'a plein de gens qui n'en n'ont rien à faire de ce qui se passe sur scène. (TomA, mars 2016)

Bien qu'il ne blâme pas internet pour cette dévalorisation de la gratuité, TomA, poursuivant son argumentaire, croit plutôt qu'il s'agit d'une question d'habitude de consommation musicale. Il croit qu'il s'agit plutôt de notre « utilisation quasiment permanente de la musique » (TomA, mars 2016). Il considère qu'internet est arrivé trop vite : « je pense que le grand public n'a pas eu le temps de digérer tout ce qui s'est passé aussi avec tout ça [internet]. On a mis un petit peu d'accélérateur sur tout ça, mais on se souviendra des années 2010 comme quelque chose d'assez nouveau. » (TomA, mars 2016) Toutefois, malgré l'omniprésence musicale que l'on connaît aujourd'hui, TomA reste positif face aux avancées numériques : « ce que j'aime des nouvelles possibilités numériques aujourd'hui c'est qu'on peut aussi ramener la musique à des armes numériques dans d'autres places que les autres places auxquelles elles ont été assignées en permanence. » (TomA, mars 2016) Il croit ainsi qu'il devrait exister des salles de diffusion de musique différentes, autres que la salle de concert : « il faut proposer d'autres formats de concerts à d'autres moments, des choses qui mélangent les arts » (TomA, mars 2016). TomA pense que les gens sont prêts à déboursier de l'argent pour des biens physiques, mais moins pour le numérique : « je pense à la diffusion de la musique et le grand public n'a pas l'air d'accord pour acheter du numérique, que ça ne marche pas tant que ça » (TomA, mars 2016). TomA croit que l'évolution des supports techniques est imprévisible et peut toujours nous surprendre.

Il aborde également la question du CD : « c'est pas internet qui a tué le CD, c'est le prix des CD et la rétribution des artistes, c'est ce que la maison de disques se mettait finalement dans la poche. » (TomA, mars 2016) TomA nous confie que le débat sur le piratage en ligne est un mensonge à son avis : « ceux qui râlent contre internet et le piratage et la musique sur internet, [c'est] à mon avis, un mensonge, une déformation de la réalité » (TomA, mars 2016). Il considère plutôt que le principal problème dans la notion de musique libre est la peur et la méfiance face à son fonctionnement : « le

gros cas avec la musique libre c'est la peur. En informatique, en logiciel, j'ai entendu les mêmes choses, les gens ont peur. » (TomA, mars 2016)

Ainsi, en conclusion, notre section 4.2 nous a permis de regrouper les impressions des participants à notre étude sur la valeur symbolique de la musique dans les années 2010. L'accessibilité et la gratuité de la musique offerte en ligne demeure des concepts se chevauchant et qui portent parfois à confusion auprès des usagers. Le nombre très élevé de musiques téléchargeables transforme la valeur symbolique de la musique comme bien culturel. Les participants ont également abordé le phénomène des plateformes de téléchargement et d'écoute en ligne qui ont considérablement transformé la façon de distribuer et de diffuser les œuvres musicales.

#### 4.3 Les notions de don et de contre-don

Nous constatons, à la lumière des entretiens avec nos participants, que ces derniers ont développé différentes conceptions des notions de don et de contre-don. En lien avec cette section, il sera question du don volontaire de la musique enregistrée. À cet égard, nous étudierons la posture de certains participants qui ont choisi de donner leur musique sans les protéger avec une licence libre. Les notions de don et de contre-don ont également été abordées par les participants à travers des réflexions sur les modes d'échanges et de relations entraînées par l'usage des technologies numériques. Nos répondants ont également traité de la question des dons de fonds publics et des subventions comme d'une problématique importante dans le débat des licences libres et du droit d'auteur. En dernier lieu, nous aborderons la question du don comme facteur de socialisation et comme stratégie de visibilité au sein du public afin de se faire connaître et reconnaître.

#### 4.3.1 Fonds publics et dette

Deux de nos participants ont abordé le mécanisme des subventions publiques comme étant une forme de don. Ils ont souligné qu'il était du devoir des artistes de donner en échange à leur tour à la collectivité une partie de leur production générée par ces subventions : « selon moi, on devrait 100 % financer et subventionner la création et l'enregistrement d'œuvres musicales d'artistes qui disent "moi je le mets en licence *Creative Commons* et je choisis la licence la plus généreuse envers la collectivité" » (Guillaume Déziel, décembre 2015). Déziel indique que les contribuables devraient, selon lui, financer davantage la création et l'enregistrement d'œuvres musicales pour les artistes qui souhaitent utiliser les licences *Creative Commons* (Guillaume Déziel, décembre 2015).

Ainsi, si l'artiste fait appel aux subventions, il devrait en retour permettre le partage de son œuvre avec les membres de la collectivité qui l'ont financé en mobilisant les fonds communs. Selon Déziel, si l'artiste est généreux envers sa communauté, la société doit alors le soutenir le plus possible. En revanche, si l'artiste protège ses œuvres, il ne devrait pas pouvoir demander de subventions, toujours selon ce participant : « si t'es pour les autres, si t'es pour la générosité collective, puis que la collectivité est généreuse envers toi, sois pour générer envers la collectivité. Puis si t'es pour avoir tous les droits réservés, ben attends-toi pas à ce que la collectivité t'aide. » (Guillaume Déziel, décembre 2015)

Quant à Domlebo, il résume très simplement : « si c'est subventionné, ça devrait être offert au monde. Puis mon exemple c'est les films de l'ONF. Ça joue à la télévision, ça se trouve sur le web, c'est projeté à la Bibliothèque Nationale... si c'est financé, tu le présentes. » (Domlebo, février 2016) Ce dernier trouve en effet choquant qu'un artiste recevant des subventions gouvernementales décide de vendre son album :

Artiste X, appelons-la Marie-Josée. Elle a pris des subventions pour recherche et création pour la production du disque et même la pré-prod, pour la promotion... s'achète des affiches, elle paie pour jouer à la radio et tout ça. Là, le peuple l'a payé pour ça, elle met une étiquette et elle a le front de nous faire payer pour ça. (Domlebo, février 2016)

Selon lui, un artiste subventionné ne devrait pas toucher une partie des droits d'auteur. Ce principe de donner à un artiste pour recevoir sa production en échange serait une forme d'interprétation de la théorie de Mauss. Les institutions sociales donnent pour soutenir la pratique de l'artiste et ce dernier doit redonner en diffusant sa musique afin d'entretenir la relation entre lui et la société. Si l'un donne, l'autre doit redonner, sinon, apparaît la domination, comme l'indique Boilleau: « la principale différence réside dans le fait que cet échange est fondé sur la réciprocité, car aussitôt qu'on s'éloigne de la réciprocité, le don s'y transforme en rapport de domination au lieu d'évoluer vers un état de dette positif. » (Boilleau, 1995) À cet égard, le propos de Domlebo traiterait plutôt d'une rémunération juste envers les artistes afin qu'il n'y ait pas de dette ou de domination.

Ainsi, l'artiste se trouve obligé de rendre ce qui lui a été donné en adoptant le libre partage de sa propriété intellectuelle. De plus, en donnant sa musique, l'artiste développerait davantage son apport culturel à la société, en favorisant l'accessibilité de tous et en permettant à tous les citoyens et les créateurs de s'inspirer de ses travaux.

#### 4.3.2 Technologie numérique et le don

Le numérique a permis la création de plateformes web simplifiant le partage d'informations entre utilisateurs et encourageant, comme notre recherche l'indique, le don de la musique enregistrée aux consommateurs. La technologie numérique facilite l'accès à des milliers de données numériques, ce qui modifie nos activités quotidiennes.

Premièrement, « l'arrivée du numérique et d'internet ont grandement bouleversé les pratiques comme la manière de consommer, d'écouter ou de partager la musique, ou encore de la distribuer et de la promouvoir. » (Kadded, 2014) Selon l'auteur, le numérique a causé une crise, « mais on peut aussi dire que ce partage gratuit et volumineux a engendré de nouvelles pratiques chez les utilisateurs ». TomA discute d'ailleurs de cette possibilité qu'a créé le numérique, tel que cité plus tôt : « il y a cette notion de libre et cette nouvelle vision des droits par rapport à la musique et puis internet qui permet la diffusion de la musique et, donc de quelque chose de libre et c'est ça qui a fait [...] qu'on n'est plus sur un CD » (TomA, mars 2016).

Deuxièmement, le numérique a permis une nouvelle forme d'échange en ligne, appelée le *peer-to-peer*, tel que mentionné dans le chapitre deux, qui consiste en un procédé de partage et d'échange d'œuvres musicales en ligne entre utilisateurs connectés sur une même plateforme. L'exemple le plus connu de ces logiciels *peer-to-peer* est *Napster*, qui a mis fin à son programme, car celui-ci cumulait les amendes pour violation de droit d'auteur. Bien que peu de participants aient évoqué cette technique du partage, cinq d'entre eux sont inscrits sur des plateformes musicales en ligne telles que *Bandcamp* et *Soundcloud* et permettent le téléchargement libre de leurs œuvres musicales.

Dans la logique du concept de don, Charbonneau propose de créer une bibliothèque ou un serveur informatique financé par le gouvernement où l'on pourrait stocker toutes les œuvres musicales québécoises : « ce que j'aimerais c'est si tous les créateurs déposent toutes leurs œuvres à la bibliothèque nationale... un beau gros serveur [...] tout le monde met ça en haute qualité puis ça va me faire plaisir de payer » (Olivier Charbonneau, février 2016). Ce service serait offert à tous les citoyens et permettrait un échange libre et accessible à tous au patrimoine musical du Québec. Cette

proposition faite par Charbonneau sera discutée plus en détail dans la section 4.4 concernant les solutions pour le futur.

Une fois de plus, nous pouvons établir la logique du don et contre-don, mais également du point abordé par Aigrain dans son ouvrage, soit la notion du partage. Charbonneau adapte la solution d'Aigrain à la réalité contemporaine et technologique en proposant de partager la bibliothèque à toute la population québécoise. De plus, il propose de le faire via les technologies numériques, à l'instar de l'auteur, réduisant ainsi les coûts et permettant l'accessibilité. Aigrain cherche, dans ses travaux, à comprendre comment les nouvelles technologies et internet peuvent contribuer à l'enrichissement culturel en imaginant une nouvelle façon de créer. Dans un même ordre d'idée, Charbonneau croit que les artistes s'intéressent au numérique, car il permet une plus grande liberté d'exploitation et de diffusion de leur œuvre : « le numérique tout ce que ça offre, c'est la possibilité d'exploiter plus de contenus pour plus de communautés, de façon différente » (Olivier Charbonneau, février 2016).

#### 4.3.3 Contribution volontaire de la musique enregistrée

Beauregard et le participant 3 sont les seuls à avoir évoqué un cet aspect particulier du don : le mécénat volontaire de la part des usagers. Lorsque les membres du groupe *Les Vulgaires Machins* ont décidé de mettre leur album sous le sigle *Pay What You Want*, ils y percevaient une forme de démocratisation de la musique, permettant à chacun de participer selon ses moyens et ses valeurs. Beauregard nous explique : « Tu sais, de se dire que [...] le monde paie en fonction de leur moyen [...], on aime mieux savoir que quelqu'un qui n'a pas une *cenne se downloade* l'album légalement sur notre site, pis [que] quelqu'un qui a de l'argent pis qui a le goût d'encourager le *band* peut le faire aussi » (Guillaume Beauregard, janvier 2016). Beauregard souligne ainsi que certains des admirateurs du groupe font preuve d'une certaine reconnaissance de la valeur

symbolique de leur musique. Ces derniers interpellent ainsi régulièrement les membres du groupe soit par courriel, par les médias sociaux ou en personne pour savoir où et comment offrir de l'argent afin que *Les Vulgaires Machins* en bénéficient le plus possible. De plus, ces admirateurs, de même que le groupe lui-même, semblent apprécier le fait que cette méthode permette d'être distribuée directement aux artistes sans passer par un distributeur.

Le participant 3, quant à lui, en tant que conseiller juridique en faveur de l'application de la loi sur le droit d'auteur, déplore un recul de la reconnaissance de la valeur de la culture, tant du point de vue du gouvernement qu'auprès du grand public. Selon lui, nous serions désormais revenus à une époque où seuls des individus chérissant la musique et la culture paient des sommes élevées afin d'encourager la relève musicale. De plus, le participant 3 ne croit pas à la viabilité financière du modèle de la culture du libre. Travaillant dans le domaine du droit d'auteur en musique, le participant 3 pense en effet que le modèle économique des licences libres ou du *copyleft* n'est pas avantageux pour les artistes :

On dirait là qu'avec l'ère numérique aujourd'hui, on revient au temps des mécènes [...] C'est parce que le roi, la reine ou un duc ou je ne sais pas quoi, quelqu'un qui était riche, prenait un artiste sous sa protection. Le Molière de ce monde, les Shakespeare ont tous bénéficié d'une protection royale et monétaire [...] L'industrie culturelle a toujours été financée par l'État, et là, le gouvernement conservateur [Stephen Harper] est arrivé en coupant tout. (Participant 3, janvier 2016)

Selon le participant 3, le défi à relever dans le débat sur le droit d'auteur porterait plutôt sur une sensibilisation du grand public : « vous n'avez aucun inconvénient à ce que le technicien en informatique soit payé, que l'électricien qui s'occupe de toute la machine informatique soit payé, mais quand vient le temps de payer le droit d'auteur, mon Dieu, catastrophe, c'est une taxe. » (Participant 3, janvier 2016) Cela relève selon lui d'un défi de taille : « faire reconnaître quelque chose d'intangible dans la tête des gens ».

Beauregard croit toutefois que les individus sont aujourd'hui plus sensibilisés à la valeur symbolique de la musique qu'il y a quelques années, et qu'ils souhaitent encourager financièrement les artistes : « À travers les années, on se rend compte qu'il y a plein de monde qui veulent encourager le développement d'un groupe ou le garder vivant, pour dire qu'ils ont fait leur part puis que les artistes vivent de leur musique. » (Guillaume Beauregard, janvier 2016)

En somme, plusieurs participants n'adhérant pas nécessairement à la même philosophie s'entendent pour dire que la sensibilisation est le plus grand défi auquel les artistes font face. Des actions doivent aussi être prises par les gouvernements et les grandes instances afin qu'une majorité de la population soit touchée par cette cause, qui relève d'une redevance économique applicable uniquement aux artistes.

#### 4.3.4 Le don comme facteur de socialisation

Lors de nos entretiens, nous avons constaté la création d'un réseau entre musiciens, et entre les musiciens et leur public via la culture du libre. Le réseau ainsi créé est un processus de socialisation où le public et les musiciens peuvent se rencontrer, par exemple aux concerts, et échanger à l'aide des réseaux sociaux et des plateformes numériques de musique en ligne. L'un de nos participants a ainsi mentionné l'existence d'une expérience de socialisation au travers du *copyleft* et la rétroaction de son réseau sur sa musique : « ça dépend c'est quoi ton but [...] tu veux pas toujours nécessairement faire de l'argent [...] au début quand j'ai commencé à faire de la composition, j'[ai mis mes œuvres] là-dessus parce que ça me fait plaisir et que j'aimerais ça avoir du *feedback* » (Dominique Rheault, décembre 2015). Ainsi, Rheault mentionne qu'à ses débuts en tant qu'auteur-compositeur, il souhaitait utiliser le *copyleft* pour se perfectionner dans son art et recueillir des commentaires des musiciens de son réseau sur *Soundcloud*.

Nos participants ont également abordé la notion de partage de la musique enregistrée à travers les plateformes numériques. Aigrain aborde la notion de *sharing* comme étant la base d'internet. Ce partage permet une accessibilité et une émancipation du savoir grâce à une construction immense d'une base de données où tous peuvent contribuer en donnant des fichiers informatiques : « sharing is an act of making something available to others, just like – in a minor way – recommending a work to someone or – in a more involved way – re-using one in a creative process. » (Aigrain, 2012, p.32) Le partage est également une caractéristique primordiale de toutes les licences libres, de la plus restrictive à la moins restrictive. Selon Aigrain, le partage (qui n'est pas la même chose que le don) est essentiel à l'activité culturelle et est une caractéristique indissociable de l'univers numérique (2012).

Pour certains de nos participants, la musique est avant tout une expérience et un prétexte pour rassembler des gens autour d'un événement. Abdelhak Qribi, chercheur en psychologie, étudie la construction sociale à travers les théories des auteurs Berger et Luckmann dans un article intitulé « Socialisation et identité. L'apport de Berger et Luckmann à travers "la construction sociale de la réalité" » (2010). Or, la socialisation réfère à la construction identitaire d'un individu : « la formation de l'identité, selon la théorie de George Hebert Mead (1934), est étroitement liée au processus de socialisation qui la nourrit, l'étoffe et l'oriente. » (Qribi, 2010). De plus, Berger et Luckmann (1966) définissent la structure sociale comme « un élément essentiel de la réalité de la vie quotidienne » et croient que « la socialisation est, à la fois, immersion dans un monde vécu et connaissance forgée de ce monde » (Qribi, 2010). Nous dégageons de ces définitions que la socialisation est une construction identitaire influencée par les relations interpersonnelles et les habitudes culturelles quotidiennes des individus, qui dans notre cas, s'intéressent à la pratique de la diffusion musicale (Qribi, 2010).

Dominique Rheault considère que les licences libres génèrent une expérience de socialisation qui crée des réseaux entre les usagers de ces types de licences, particulièrement :

L'œuvre est comme un médiateur entre les gens et [...] tu facilites cette relation-là par l'œuvre musicale. Tu la facilites quand tu utilises le *copyleft*. [...] Ce qui est intéressant, c'est l'échange qui est facilité par la musique, aller faire des liens. Si tu veux [...] faire l'expérience du *copyleft*, c'est d'y aller avec ça, ça serait plus le *fun* à mon avis. » (Dominique Rheault, décembre 2015)

L'expérience musicale serait donc plus engageante socialement, car les individus peuvent commenter instantanément sur les plateformes musicales et sur les réseaux sociaux : « je pense que si tu veux vivre l'expérience [du *copyleft*] le plus possible, [...] c'est l'expérience de la socialisation » (Dominique Rheault, décembre 2015). Le partage et l'échange sont favorisés sur les plateformes d'écoute en ligne et les admirateurs ressentent ainsi une forme de proximité avec le musicien : « les *download* je ne les vois pas souvent sur *Soundcloud*, je vois plus les *like*. Là je me rends compte "Ah ok, c'est mon ami" ou "ah ok, telle personne" et là après je vais voir son profil. » (Dominique Rheault, décembre 2015) Ce participant croit donc qu'avec le *copyleft* il existe une plus grande forme d'échange et de partage permettant de nouvelles connexions entre utilisateurs, ainsi que créateurs, ce qui peut grandement influencer le travail et la création artistiques. Le musicien explique qu'il y a possibilité d'expérimenter pleinement l'échange et le partage via les réseaux sociaux et, possiblement, créer avec d'autres musiciens. De plus, Rheault affirme qu'avec le *copyleft*, il peut développer des stratégies afin d'attirer son public, voir ce que son public aime et tenter de le comprendre. Pour ce participant, le don se transpose par l'échange avec les autres musiciens et admirateurs sur les plateformes numériques. Rheault, bien qu'il ne parle pas du don explicitement, exprime son enthousiasme face

à la découverte de nouveaux talents grâce au réseautage et aux nouvelles façons de créer grâce à la culture du libre.

#### 4.3.5 Le don comme stratégie de visibilité auprès du public

La plupart de nos participants ont choisi de partager leur musique gratuitement pour obtenir de la visibilité et atteindre un plus large public. Certains l'ont choisi comme démarche artistique, d'autres comme stratégie de marketing ou encore en réponse à leur refus de faire affaire avec une maison de disque.

Tout artiste, à ses débuts, souhaite généralement être connu et reconnu. Comme nous l'avons vu avec Beauregard, la rentabilité financière de la musique enregistrée dépend du succès d'un groupe ou d'un artiste : « On a une réalité particulière quand même, les auteurs-compositeurs, les groupes, parce qu'on n'est pas payé au temps qu'on met, c'est vraiment la popularité qui détermine si t'as des revenus ou pas » (Guillaume Beauregard, janvier 2016).

Charbonneau explique : « Donc, tu échanges ton œuvre protégée contre de la notoriété [...] en comptabilité, ils appellent ça du *good will*. Puis vraiment ça rentre dans les états financiers d'une compagnie [...] c'est vraiment quelque chose que tu peux mesurer. » (Olivier Charbonneau, février 2016) Le participant 3 affirme qu'il n'y a qu'une seule raison pour laquelle l'on devrait accepter, en tant qu'artiste, de donner librement : la promotion et la mise en réseau. Il soutient en effet que le don de la musique enregistrée peut favoriser la vente de billets de spectacle et contribuer à la promotion des artistes.

D'autre part, le participant 3 affirme qu'aux débuts d'internet, « c'était le *Far-West* » en matière de droit d'auteur : « pourquoi pensez-vous que le droit d'auteur ne répondait

pas à leur besoin? Moi je dis parce que c'était le *Far-West* et là, ce l'est plus. Au début, il y avait une grande incertitude où les gens disaient que les sociétés de gestion collective [...] ne s'adaptait pas assez vite et ne génèrent pas de revenus.» (Participant 3, janvier 2016) À cette époque, selon le participant, les sociétés de gestion musicales arrivaient difficilement à s'adapter à l'instantanéité du monde numérique. Cette situation aurait nui à la production de revenus découlant du droit d'auteur traditionnel (Participant 3, janvier 2016). Selon lui, les artistes auraient alors aspiré à devenir leurs propres distributeurs et producteurs, afin de se réapproprier la gestion de leurs droits. Ce dernier croit néanmoins qu'aujourd'hui les sociétés de gestion ont su s'adapter au web et que les mesures récemment mises en place pour la protection de la propriété intellectuelle assurent davantage la rémunération des artistes.

Contrairement à ce que nous présupposions lors de la préparation de nos entretiens, les artistes ont très peu souligné leur intérêt pour la dimension « activiste » ou marginale de l'usage du *copyleft* ou des licences libres. La visibilité et la notoriété apparaissent souvent comme les premières motivations dans le choix d'une licence libre ou du *copyleft*. C'est également ce que le participant 3 et le bibliothécaire Olivier Charbonneau concluent de leurs propres expériences. Pour Charbonneau, le droit d'auteur est avant tout un outil :

J'ai tendance à voir le droit d'auteur comme un outil. C'est un marteau. C'est peut-être pour ça que je suis pour, mais je fais pas plus de représentation sur la place publique pour ça parce que c'est ton libre arbitre puis c'est ton choix. Il faut que tu comprennes les ramifications de ton choix pis c'est ça qui est difficile! C'est de voir si cet outil-là marche dans ton cheminement professionnel d'artiste dans ta carrière. (Février 2016)

Selon le participant 3, ce choix est fait afin que l'artiste soit connu du public et reconnu de ses pairs. Il affirme sans équivoque que « vous le faites pour une et une seule raison; vous le faites pour la notoriété, vous le faites pour que vous soyez découverts. C'est

pour vous aider à vous faire découvrir » (Participant 3, décembre 2015). Il ajoute également une seconde raison : « ou vous le faites pour vendre des billets de spectacle, peut-être. Bien que ça c'est un modèle qui n'est pas durable... Parce que c'est bien beau faire des spectacles là... Mais à moment donné il y a un coût à ça » (Participant 3, décembre 2015).

Or, toujours selon le participant 3, les artistes ne connaissent pas bien les conditions des licences libres et cette méconnaissance peut avoir un impact sur leur carrière : « je veux juste que vous soyez conscients qu'elle va être gratuite pour toute son existence, c'est-à-dire que vous ne pourrez pas la rattraper. Une fois que le génie est sorti de la bouteille, c'est fini. » (Participant 3, janvier 2016) Il croit ainsi que les artistes ne s'informent pas assez et ne saisissent pas bien toutes les technicités entourant le *copyleft* et les licences libres. Pour le conseiller juridique, le droit d'auteur et le *copyleft* sont « deux mondes distincts qui ne sont pas nécessairement compatibles ». Il peut cependant exister une stratégie derrière le choix d'une licence libre, comme l'indique le participant 3 :

Il [le groupe] donnait gratuitement leurs œuvres. Il sortait un album, il donnait ses œuvres et il était capable de voir l'endroit géographique où il y avait le plus de téléchargement de l'œuvre. Donc, en concentrant une région où il y avait eu un intérêt évident pour l'œuvre, il pouvait planifier sa tournée et il s'assurait d'avoir un certain nombre de ventes. (Participant 3, janvier 2016)

Le participant 3 nous confie également que « c'est juste un choix de vie qui, à un moment donné, n'est pas suffisant pour faire carrière » (Participant 3, janvier 2016). Il est intéressant de présenter l'opinion du participant 3 puisqu'il a été le participant le plus nuancé quant aux bienfaits des licences libres dans le choix des artistes. Il consent toutefois que les licences libres ou le *copyleft* peuvent être une stratégie de marketing efficace afin d'obtenir plus de visibilité.

Rheault nous explique quant à lui que la différence entre la notoriété offerte par le droit d'auteur et par les licences libres se trouve dans la gestion de la diffusion de l'œuvre.

À ce sujet, il nous indique :

C'est vrai que dans le fond, le monde peut l'écouter pareil... la seule différence c'est qu'ils peuvent la télécharger. L'affaire, c'est que dans ce monde-là, j'ai eu des statistiques, donc beaucoup de *download*. Puis au total, j'ai été capable de voir les *download* [...] J'ai une mention dans mes paramètres qui dit que tu peux utiliser [l'œuvre], mais tu dois spécifier que tu l'as emprunté à quelqu'un. Je me dis *cool*, le monde va l'utiliser et tu es mentionné. (Dominique Rheault, décembre 2015)

Interrogé sur la visibilité offerte par les licences libres, Rheault n'offre pas de réponse précise, mais réfère plutôt à l'aspect de communauté d'artistes sur le web et à la reconnaissance par les pairs. De plus, Rheault mentionne que la licence qu'il a utilisée doit citer l'auteur lorsqu'il y a un partage de son œuvre. Il peut ainsi connaître le nombre de téléchargements et de partages de toutes ses œuvres mises en ligne sur son compte *Soundcloud*. Cependant, il met en garde sur le choix de la licence :

Ça ouvrirait la porte à ça par contre de le mettre en *download*. Comme de fait, ça a marché. Après c'est de savoir qu'est-ce qu'ils font, comment ils l'utilisent... Il y a toujours le risque qu'à un moment donné je me retrouve en Grèce pour une publicité de yogourt pis qu'il y ait un artiste qui ait pris ma *tune* pis que je me dise *tabarnac* j'aurais pu avoir du *cash* pour ça. *Fac* c'est sûr que ça fait partie de la *game*. » (Dominique Rheault, décembre 2015)

Ridjanovic mentionne également que le don permet une visibilité plus grande. Il va dans le sens du participant 3 et indique que d'offrir sa musique gratuitement est une « bonne façon de commencer » :

Je pense que c'est une excellente façon de commencer du moins, c'est une excellente façon de poursuivre ainsi. [...] C'est comme la façon la plus facile de se faire connaître; c'est tellement à portée de main de faire soi-même sa musique, l'enregistrer, trouver une façon par la bande de le faire et le distribuer

gratuitement, simplement pour se faire connaître et avoir des personnes qui ont de la facilité à faire du bouche-à-oreille. (Ogden Ridjanovic, février 2016)

Ridjanovic croit donc que les licences libres ou le *copyleft* peuvent être une façon de se faire connaître et de créer son réseau. Ainsi, de l'avis de nos participants, en offrant sa musique à ses admirateurs et aux utilisateurs du web, l'artiste donne ses œuvres en espérant recevoir de la crédibilité et de la notoriété, et ce afin de générer des ventes d'albums ultérieures ou bien des achats de billets pour ses futurs spectacles. La licence libre peut aussi lui permettre de devenir membre d'une communauté dans laquelle il pourra être connu et reconnu, par le public et par ses pairs.

#### 4.4 Discussions sur les suggestions des participants

Tant notre revue de littérature que nos résultats empiriques ont mis en exergue la précarité actuelle des artistes du secteur de la musique au Québec. Ainsi, le développement de la culture du libre semble s'être fait en parallèle avec une détérioration des conditions des créateurs. Cette section regroupe toutes les interventions traitant des solutions futures pour un meilleur avenir et soutien des artistes québécois. Les participants ont, entre autres, évoqué des propositions visant l'augmentation des redevances faites aux artistes. Au cours des entretiens, plusieurs interventions ont traité de la pertinence de la propriété intellectuelle et de la transformation du milieu musical. Nous avons conclu tous nos entretiens de la même façon, c'est-à-dire en posant une question quant à l'avenir de la propriété intellectuelle. Nous avons ainsi interrogé nos participants sur ce qui allait constituer, selon eux, les défis pour l'avenir de la propriété intellectuelle au cours des prochaines années.

Le premier défi porte sur la question de la rémunération des créateurs. La solution la plus communément proposée par nos participants pour répondre à cette problématique fut celle de la création d'une redevance applicable aux câblodistributeurs. Le second

défi touche l'avenir de la propriété intellectuelle, son adaptation aux nouvelles technologies et aux modifications du comportement des consommateurs. À ce sujet, les participants proposent de repenser le fonctionnement du droit d'auteur afin d'adapter sa durée d'application à la société actuelle.

#### 4.4.1 Les câblodistributeurs

Sur neuf participants, six d'entre eux ont abordé la question de la redevance des câblodistributeurs sur la diffusion de la musique pour les sociétés de droit d'auteur. Charbonneau a soulevé des points intéressants concernant les divergences d'opinions qui occupent le débat sur la redevance. Celui-ci affirme avoir été en premier lieu contre cette idée de redevance sur les services internet : « j'étais contre au début, pour une excessivement simple raison : c'est que si tu fais ça, tu risques de tuer le marché de la culture, le marché de la musique... là je parle d'acheter des CD. » (Olivier Charbonneau, février 2016). Toutefois, Charbonneau apporte deux nuances à ce propos. En premier lieu, il affirme d'emblée que « ça ne devient plus économiquement viable de produire et de vendre des CD dans un magasin. Tout le monde s'en va puiser partout à qui mieux mieux. » (Olivier Charbonneau, février 2016) En second lieu, Charbonneau considère que le gouvernement n'a pas évalué toutes les composantes essentielles devant être prises en compte avant de mettre en place une redevance sur la câblodistribution :

Le problème avec ça, c'est que moi ça va me faire plaisir de donner le double, mais le de la redevance juste pour bonne conscience pis aider mes artistes québécois [...], mais sauf que je vais les chercher où mes œuvres ? [...] Moi ce que j'aimerais c'est si tous les créateurs déposent toutes leurs œuvres à la bibliothèque nationale puis ça va me faire plaisir de payer si je sais que le dernier album de Jean Leloup est là. [...] (Olivier Charbonneau, février 2016)

Ainsi, Charbonneau estime qu'il y a plusieurs étapes avant d'administrer une redevance sur les câblodistributeurs. Il souligne qu'« il faut payer le corpus, mesurer l'utilisation et redistribuer l'argent de façon équitable. » (Olivier Charbonneau, février 2016) Selon Charbonneau, le gouvernement et les instances qui ont proposé cette solution de redevance considèrent uniquement l'étape de l'administration d'une redevance, sans penser aux autres aspects.

De plus, l'idée que tous les individus paient la même somme, peu importe leur revenu familial, gêne Charbonneau. En tant que bibliothécaire, il lui semblerait plus adapté que le financement soit calculé par rapport à « la valeur projetée des maisons des gens » (Olivier Charbonneau, février 2016) tout comme le font les bibliothèques municipales. Ainsi, les foyers mieux nantis déboursaient un peu plus que ceux qui ont moins de revenus. De plus, il rappelle qu'une redevance est une négociation entre les artistes et les industries, ce qui peut possiblement complexifier la problématique. Dans notre entretien, Charbonneau a ainsi proposé que la Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BAAnQ) soit l'administratrice d'un serveur informatique où tous les artistes musicaux québécois pourraient y stocker leurs œuvres. Ce serveur serait disponible à tous les usagers résidant au Québec et permettrait à tous de découvrir de nouveaux talents musicaux.

Même si a priori nous n'avions pas prévu discuter du rôle des câblodistributeurs avec les participants interrogés, tous les participants ont évoqué cette question. Plusieurs de nos participants ont indiqué qu'il leur paraissait injuste que les câblodistributeurs diffusent le contenu qu'ils ont créé sans payer de redevance. Ces artistes se considèrent comme des producteurs de contenu et soulignent que, sans contenu, les compagnies de câblodistribution n'auraient rien à offrir à leurs usagers. Beaugard indique à ce sujet : « pour moi c'est ça le cheval de bataille, c'est de faire en sorte que les fournisseurs de contenu soient rémunérés autant que les fournisseurs d'accès... parce qu'une

connexion internet ça sert à rien si t'as pas quelque chose à *downloader* à quelque part » (Guillaume Beaugard, janvier 2016). La plupart des participants ont évoqué la création d'une redevance auprès des câblodistributeurs comme solution en faveur des artistes. Néanmoins, ces derniers avaient des difficultés à en déterminer le fonctionnement et avouaient que la redevance serait particulièrement complexe à mettre en place.

Malgré une certaine méconnaissance du sujet, les participants ont soulevé deux questions importantes à cet égard : la méthode de calcul de redevances et l'application des règles permettant la collecte de cette taxe. Ils n'ont cependant pas élaboré plus avant par manque d'informations. La plupart s'accordent toutefois sur la difficulté à être rémunérés par les producteurs puisque les artistes touchent une faible partie des redevances des ventes d'albums. Tel que cité plus tôt, le participant 3 constate quant à lui l'existence d'une problématique de conscientisation du public face au travail des artistes. Ce participant, utilisant l'exemple du technicien qu'on doit payer pour brancher l'internet, croit qu'une campagne de sensibilisation auprès de la population serait nécessaire pour la mise en place d'une redevance permettant de mieux financer les artistes musicaux. Il craint en effet une réaction vive de la part du public, qui ne paie actuellement pas de frais supplémentaires pour l'écoute de la musique en ligne.

Les câblodistributeurs ne sont pas les seuls à profiter du talent musical des artistes. Les plateformes d'écoute illimitée comme *Spotify*, *Google Play Music* et *Stingray* utilisent elles aussi la musique afin d'alimenter leur contenu. Ces chaînes proposent une liste d'œuvres musicales selon l'humeur ou l'envie du moment de l'utilisateur, de façon illimitée. Bien que *Spotify* ait révélé verser 70% de son chiffre d'affaires aux détenteurs de droits d'auteur (Arnulf, 2013), cela ne représente pas des sommes monétaires particulièrement importantes. Tel qu'évoqué plus tôt, pour 1 000 écoutes *Spotify*, un artiste reçoit 10,2 cents. Certes, le pourcentage accordé aux détenteurs de droits paraît

grand, mais la portion des sommes ultimement versées aux artistes ne reste finalement très basse.

Nous avons observé, avec les travaux de Dauphin et de plusieurs autres chercheurs, l'existence d'une méconnaissance et d'une absence d'information sur la propriété intellectuelle dans l'ensemble de la population. La mise en place d'une campagne efficace justifiant l'adoption d'une loi sur les redevances aux artistes pourrait prendre plusieurs années. Celle-ci devrait parvenir à changer la perception des gens et à attribuer une valeur aux œuvres culturelles. Bien que le Québec soit un lieu prospère en matière de création, la propriété intellectuelle reste peu comprise et valorisée. Quantité de mythes et de préjugés entourent le statut de l'artiste, comme l'a évoqué TomA en indiquant que les artistes sont perçus comme vivant « aux crochets de la société » (TomA, mars 2016). Cette idée de loi imposant une redevance, qui fut évoquée il y a quelques années, n'a toujours pas pu être formulée selon des conditions permettant de redonner équitablement aux artistes. De plus, cette redevance n'a pas été délimitée ni détaillée, ce qui laisse présumer un long délai avant le dépôt, l'adoption et l'application de la loi.

#### 4.4.2 La durée écourtée du droit d'auteur

Un autre enjeu soulevé par Guillaume Déziel pour permettre une amélioration des conditions des artistes concernait le délai d'application du droit d'auteur, pour lequel il s'est montré catégorique : « je suis d'accord avec le droit exclusif d'exploiter son œuvre, mais je serais vraiment pour l'assouplissement du droit d'auteur parce que la durée du droit d'auteur [...] est hyper longue et elle contraint les autres créateurs. » (Guillaume Déziel, décembre 2015) Déziel explique ainsi qu'au moment de sa création, au début du 18<sup>e</sup> siècle, le droit d'auteur avait une durée de 14 ans. Si l'auteur était encore en vie à la fin de ce délai, il avait alors l'option de le renouveler. Cela dit,

l'ex-gérant souligne que ce type de droit d'auteur était cohérent avec l'époque (Guillaume Déziel, décembre 2015), puisqu'il durait approximativement jusqu'à la mort de l'auteur. Selon lui, les œuvres artistiques demeurent trop longtemps privées avant d'appartenir au domaine public, ce qui ne permet pas à d'autres artistes de les utiliser librement. Selon lui, cette notion de partage, dans un esprit de reproductibilité et d'accessibilité accrues par les technologies numériques, est nécessaire au développement culturel selon Déziel.

Il souligne par ailleurs que le droit d'auteur « sert beaucoup plus l'industrie que le créateur en général » (Guillaume Déziel, décembre 2015). La faible portion monétaire attribuée aux artistes est ainsi dénoncée. Déziel ne croit toutefois pas aux discours réprimant les consommateurs de musique, selon lesquels l'on devrait acheter la musique et ne pas la télécharger. Selon lui, ce discours est dépassé et faussé par les compagnies musicales, telles que *iTunes*. Déziel indique plutôt que le système ne soutient pas les artistes autant qu'il le devrait, ce qui pose problème. C'est aussi pour cette raison qu'il affirme que le droit d'auteur protège le créateur, certes, mais est plus profitable économiquement pour les industries.

TomA croit quant à lui que le droit d'auteur n'est pas désuet, mais, tout comme Déziel, il affirme qu'il n'est pas adapté à la réalité contemporaine. Selon ce participant, les créateurs auront toujours besoin du droit d'auteur, mais les licences libres gagnent en popularité actuellement, car les grandes compagnies dégradent le droit d'auteur (TomA, mars 2016). Dominique Rheault est du même avis que TomA; il croit en effet que le libre va s'imposer de plus en plus si le droit d'auteur ne se régule pas. Toutefois, Déziel et TomA croient tous deux que les artistes choisissant le libre ne le font généralement pas en toute connaissance de cause, par manque d'information à ce sujet.

Déziel propose de limiter le délai d'application du droit d'auteur à sept ans, afin que l'œuvre puisse appartenir au domaine public plus rapidement. Pour lui, diversité et accessibilité riment avec culture en santé :

De plus en plus on retarde le moment où les œuvres tombent dans le domaine public. Et pour avoir une culture en santé, faut s'assurer de pouvoir être capable de créer sur une base existante parce que de toute façon, personne ne crée de l'insufflation de Dieu, tout le monde s'inspire de quelque chose, quelque part. (Guillaume Déziel, décembre 2015)

C'est ainsi qu'il propose cette alternative à la durée du droit d'auteur : « si en dedans de sept ans t'es pas capable de tirer profit de ton œuvre en la commercialisant ou en la mettant en marché d'une manière ou d'une autre, si t'es pas capable de le faire en dedans de sept ans, tu seras jamais capable de le faire. » (Guillaume Déziel, décembre 2015) Selon lui, l'œuvre devrait appartenir au domaine public avant que l'artiste ne meure afin de permettre une plus grande accessibilité au public. Déziel croit aussi que la propriété intellectuelle est une question d'éducation, et il souhaiterait que les différents modes de propriété intellectuelle soient abordés dans le cadre de la formation artistique :

À l'école en musique, en littérature, personne te parle de *Creative Commons*. Tu vas avoir un cours sur le droit d'auteur puis personne te parle de ça. [...] C'est juste une question d'éducation, je pense que tout le monde devrait être éduqué suffisamment pour prendre les bonnes décisions en pleine connaissance de cause. (Guillaume Déziel, décembre 2015)

Par ailleurs, au sujet de la méconnaissance générale et du manque d'informations des individus sur le droit d'auteur et les licences libres, Déziel ajoute :

Le concept de propriété intellectuelle ça a été développé par des avocats puis la manière de fonctionner d'un avocat c'est de protéger son métier. [...] La publication publique du savoir, la publication du savoir légal et juridique va un

peu à l'encontre du métier d'avocat qui est d'exploiter le savoir juridique.  
(Guillaume Déziel, décembre 2015)

Ainsi, Déziel indique que l'initiative devrait venir du ministère de l'Éducation et que la question des licences libres devrait être abordée dans tous les programmes collégiaux de création et d'art.

## CONCLUSION

Cette recherche visait à étudier les motivations poussant les artistes québécois à choisir le *copyleft* ou les licences libres comme mode de propriété intellectuelle de leurs œuvres musicales. Nous nous sommes intéressés à travers les propos de ces artistes aux relations et entre le droit d'auteur et l'art, la société, le rôle de l'artiste dans la collectivité et la relation avec la loi sur la propriété intellectuelle.

En cherchant à dresser un portrait des artistes québécois utilisant les licences libres ou le *copyleft*, nous voulions comprendre comment la loi sur le droit d'auteur peut affecter directement le cheminement de leur carrière. Les artistes utilisant ces modes de propriété intellectuelle étant très peu nombreux, nous souhaitions comprendre l'évolution et les influences de cette culture du libre.

Le recensement des écrits s'est étalé sur une période d'un an. Notre recherche de terrain et nos entretiens ont ensuite duré quatre mois. Nous connaissions déjà plusieurs artistes et spécialistes des licences libres au Québec, ce qui a facilité la prise de contacts. Nous avons constitué un échantillon de nature qualitative composé de neuf participants. Étant donné qu'il existe peu d'artistes québécois qui diffusent en licences libres ou en *copyleft*, la recherche fut plus ardue que prévu. Ce mémoire a donc un caractère exploratoire et ses résultats ne sauraient être généralisés. Nos entretiens ont toutefois révélé des éléments récurrents qui évoquent certaines réalités propres au milieu musical au Québec.

Afin de définir le cadre théorique de notre recherche, nous avons mobilisé la théorie du don et contre-don de Marcel Mauss. Des auteurs contemporains comme Caillé,

Rifkin et Godbout nous ont permis de mieux comprendre cette théorie. Rifkin traite de la dématérialisation du produit culturel et l'accroissement des échanges dématérialisés, particulièrement dans le monde numérique. Caillé et Godbout reprennent les grandes lignes de Mauss et l'adaptent aux situations contemporaines. Ils réfutent également quelques passages de Mauss et développent plus longuement la théorie du contre-don. Philippe Aigrain figure également parmi les auteurs étudiés au cours de cette recherche, notamment pour sa théorie sur le partage et la contribution dans la sphère web. Ses écrits traitent du partage, de la propriété intellectuelle à l'ère numérique et de l'échange des œuvres culturelles en ligne. En dernier lieu, nous n'aurions pas pu passer sous le silence Lawrence Lessig, l'un des fondateurs de *Creative Commons* et pionnier de la culture des licences libres aux États-Unis. Son nom fut également mentionné à quelques reprises lors de nos entretiens avec les participants. Comme il existe peu de spécialistes des licences libres et du droit d'auteur à l'ère numérique, nous avons mobilisé une variété d'auteurs traitant du partage de la musique, de la culture numérique et de l'industrie culturelle. Ces écrits étaient tirés de différents ouvrages et revues scientifiques. Nous avons ainsi repéré des informations dans plusieurs revues scientifiques afin de construire notre analyse.

Notre sujet de recherche étant un phénomène relativement nouveau, la plupart des écrits que nous avons recensés proviennent d'auteurs américains et français. Peu de chercheurs québécois ont publié sur la question. Notre champ de recherche restait donc à défricher sur le terrain. Internet et les nouvelles technologies ont été ciblés lors de cette recherche puisque la croissance des licences libres et du *copyleft* sont liés à leur développement. De plus, les licences libres sont nées du principe de logiciels libres mis au point dans le domaine informatique. Il va de soi que nous devons traiter de l'ère numérique et du perfectionnement des technologies. Cela nous permet d'ailleurs de constater l'évolution des supports médiatiques dans le milieu musical.

Nous avons remarqué, lors de nos rencontres avec les participants, que certains artistes utilisaient les termes licences libres ou *copyleft*, jusqu'à parfois, mélanger les concepts. Plusieurs d'entre eux utilisaient le terme *copyleft* sur leur site web ou leur page *Facebook*, alors qu'ils utilisaient plutôt les licences libres ou même le droit d'auteur traditionnel. Certains de ces artistes pensaient également que la méthode *Pay What You Want* est une licence libre, ce qui n'est pas le cas. Cette confusion quant à la nature et à la définition des licences libres et du *copyleft* dans la communauté musicale a complexifié notre analyse. Il était important de discerner la conception des artistes à ce sujet vis-à-vis des mesures légales formellement en vigueur.

Afin de diversifier les points de vue sur le *copyleft* et les licences libres, nous avons rencontré des personnes occupant des fonctions variées dans l'industrie musicale. Nous avons choisi de rencontrer des personnes possédant une certaine crédibilité dans le milieu et ayant une bonne connaissance des licences libres et du *copyleft*. Nous avons également rencontré un chercheur en droit d'auteur et en licences libres dans le domaine littéraire. Bien que ses commentaires se soient avérés pertinents et utiles à notre analyse, il était parfois moins évident pour ce participant de transposer les modes de propriété intellectuelle associés aux livres à ceux associés à la pratique musicale.

Durant la recherche de terrain, nous nous sommes aperçus que les artistes québécois utilisent plus souvent les licences libres que le *copyleft*. Ainsi, nous avons choisi d'adapter nos processus d'entretien et d'analyse pour cibler davantage les licences libres. Nous avons également adapté notre cadre théorique en conséquence. Les rencontres avec des spécialistes de la question furent particulièrement révélatrices, nous permettant de dégager de nouvelles pistes de réflexion à ce sujet. Neuf participants, tous des hommes, ont ainsi accepté de participer à des entretiens individuels d'environ une heure. Des thèmes similaires furent abordés : le statut de

l'artiste, l'avenir de la propriété intellectuelle et les solutions à apporter pour le bien-être des artistes.

Face à leur choix peu commun d'adopter des licences libres, nous étions portés à croire que ces artistes seraient impliqués dans le domaine de la culture du libre et agiraient à titre de défenseurs de la culture. Nous pensions également qu'ils agiraient en tant que militants dans le débat entourant le droit d'auteur et les lois le régissant. Nous avons été étonnés de découvrir que la plupart des artistes interrogés ont indiqué qu'il n'existait selon eux pas d'obligation de défendre des prises de positions politiques ou sociales dans la culture libre. En outre, plusieurs de nos participants ont évoqué la difficulté de vivre de leur art tout en étant activiste. Il fût intéressant de constater que, quoique les artistes croient à la liberté d'engagement politique ou social, ils estiment qu'il n'est pas nécessaire pour un artiste d'être impliqué envers une cause ou un parti politique.

Les principales motivations de nos participants dans le choix de recourir à une licence libre se sont révélées être liées à une dimension économique. La plupart des participants avaient en effet choisi les licences libres pour rendre leur travail plus accessible au grand public, espérant ainsi être connu et entendu par le plus grand nombre de personnes possibles. Lors de nos entretiens, les artistes ont illustré la dure réalité de travailler avec les maisons de disques, qui leur imposent le plus souvent des contraintes d'ordre esthétique et financier. Les artistes ont régulièrement exprimé la difficulté de pallier entre l'engagement politique et la réalité commerciale. Certains d'entre eux utilisant les licences libres pour se promouvoir ont obtenu des contrats pour la réalisation de musique destinée à des campagnes publicitaires ou à l'usage d'entreprises. Dans notre cheminement, nos hypothèses de départ supposaient que les participants n'avaient pas d'ambitions mercantiles quant à la distribution de leur musique enregistrée. Nous supposions qu'ils s'intéressaient à la pratique du don en la

concrétisant par la distribution gratuite de leurs albums ou de leur *single*. En fait, nous pensions que ces artistes, fervents du libre, donneraient sans compter pour le bénéfice culturel général et l'évolution de la pratique musicale. Leur discours fut néanmoins majoritairement contraire à cette idée. Bien que certains se soient montrés favorables à une idée de développement d'une plateforme québécoise distribuant gratuitement l'ensemble de la production musicale au bénéfice du public et du développement culturel, tous ont évoqué le besoin de proposer des solutions permettant de rétribuer leur travail et de redonner à la musique sa valeur symbolique initiale. Dans un contexte de généralisation du phénomène de la gratuité et d'omniprésence de la musique, les artistes se questionnent en effet sur l'avenir de la propriété intellectuelle et de la diversité culturelle.

Nous sommes conscients des limites de notre recherche, qui permet d'identifier plusieurs enjeux liés à l'application des licences libres et du *copyleft*. Au cours de nos entretiens, nous avons accumulé une grande quantité d'informations riches qui pourraient faire objet de plusieurs recherches. De plus, les contraintes de temps liées à cette étude ont exigé que l'on en limite leur analyse. Par exemple, nous n'avons pas pu traiter ici de la dimension juridique des licences libres et du *copyleft*, faute de temps et d'expertise en la matière.

Notre sujet étant assez récent, nous avons eu la chance, pendant notre étude, d'assister à différents débats médiatiques sur la rentabilité de la musique grâce aux plateformes musicales en ligne. Les nouvelles applications en continu tel que *Deezer*, *Spotify* et *Google Play Music* laissent présager l'apparition de nouveaux défis dans la définition et l'application du droit d'auteur. Bien que ces compagnies versent des redevances aux artistes, les montants qui leurs sont offerts sont souvent dérisoires. De plus, tel que le mentionne Rifkin au sujet de la navigation web, un algorithme se charge d'enregistrer vos préférences et celles d'autres utilisateurs, afin de vous créer une liste adaptée à vos

goûts. Il n'est ainsi pas rare de réentendre les mêmes artistes de manière répétitive, puisque ces chaînes musicales les classent par marque de popularité, ce qui marginalise parfois les artistes aux démarches alternatives. Plusieurs participants de nos entretiens ont critiqué ce système de diffusion.

La tendance actuelle des internautes est d'utiliser des chaînes et des plateformes d'écoute en ligne qui permettent l'accès à une bibliothèque sonore immense dont la fréquence d'accès est pratiquement sans limite. Dans ce contexte, le problème des redevances économiques pour les artistes est capital. Si ce phénomène perdure, l'accès à de la musique offerte gratuitement de manière illimitée pourrait se généraliser. Se pose alors la question de la rémunération des artistes pour leur travail. Plusieurs solutions ont été proposées par les participants à nos entretiens, les principales étant une distribution plus généreuse de subventions, mais aussi et surtout la mise en place d'une loi sur les redevances des câblodistributeurs. Les répondants ont également insisté sur le besoin impératif de réexaminer les lois régissant le droit d'auteur et son application dans le contexte des technologies numériques actuelles. Enfin, nos participants ont également souligné le besoin de promouvoir une meilleure éducation auprès du public et des artistes quant aux problématiques entourant la propriété intellectuelle. D'une part, enseigner les balises de la formation artistique aux étudiants afin que ceux-ci puissent comprendre les enjeux liés à la diffusion de leur travail. D'autre part, étendre cette connaissance dans le cadre de l'espace public, pour que la population puisse être sensibilisée à la valeur des biens artistiques dématérialisés.

Au cours des deux ans durant lesquels nous avons travaillé sur notre recherche, nous avons constaté une diffusion croissante d'émissions de radio, de documentaires et de productions académiques à propos de la musique à l'ère numérique. Nous avons même eu la chance de regarder en direct sur la plateforme *Youtube* le *Forum de discussion sur le droit d'auteur à l'ère numérique* qui eut lieu en mai 2016. Lors de ce forum,

plusieurs spécialistes et chercheurs québécois se sont penchés sur les grands questionnements de la propriété intellectuelle, de la musique et du web. Cet événement regroupait une trentaine de conférenciers associés à des organismes musicaux ou des chercheurs ayant étudié la propriété intellectuelle. Le forum présentait une dizaine de tables rondes et des discussions sur l'évolution du droit d'auteur, de la rémunération des créateurs, des impacts du numérique sur la culture et les défis d'adaptation du droit d'auteur. Il s'agissait également d'un débat entre ceux qui souhaitent préserver le droit d'auteur et ceux qui veulent changer la façon de penser la culture. En somme, la question de la propriété intellectuelle est aujourd'hui régulièrement discutée, débattue et étudiée afin de permettre le développement de meilleures conditions économiques pour les artistes.

Nous espérons que notre recherche permettra de mieux comprendre comment les musiciens qui ont choisi les licences libres et le *copyleft* s'adaptent au monde numérique et aux transformations du milieu musical. Étant passionnés par la musique, nous voulions mieux comprendre cette problématique qui touche un grand nombre d'individus. Notre curiosité et notre fascination à ce sujet nous ont permis de réaliser ce travail lequel, nous l'espérons inspirera d'autres chercheurs à poursuivre leurs réflexions menant à des solutions justes et équitables quant à l'application de la loi sur la propriété intellectuelle afin de rémunérer convenablement les compositeurs.

## ANNEXES

### ANNEXE 1. GRILLE D'ENTRETIEN SEMI-DIRIGÉ

#### PRÉSENTATION DE L'INTERVIEWER

Bonjour, je m'appelle Caroline Champoux et j'étudie en communication, profil études médiatiques. Ma question de recherche porte sur le choix des artistes québécois à utiliser le *copyleft* ou les licences libres comme mode de propriété intellectuelle de leurs œuvres musicales.

J'ai voulu vous rencontrer, car vous avez décidé d'adopter le *copyleft* comme mode de propriété intellectuelle pour la diffusion de certaines de vos œuvres. Comment ce choix est-il arrivé? Comment en avez-vous entendu parler?

Questions principales	Questions complémentaires	Questions de clarification
<p>Quelle est la proportion de votre répertoire qui fait l'objet d'un copyleft versus d'un copyright?</p> <p>Pourquoi avoir choisi ce mode de propriété intellectuelle?</p> <p>Pourquoi le copyright ne répond pas à vos attentes dans la protection de vos œuvres?</p>	<p>S'il y a des œuvres aussi en copyright, clarifier ce qui distingue les œuvres copyleft et copyright</p> <p>Comment le <i>copyleft</i> pourrait se développer davantage?</p> <p>Quelle est, selon vous, l'importance d'une propriété intellectuelle sur les œuvres?</p> <p>Selon vous, est-ce que c'est applicable dans tous les domaines de l'art?</p> <p>Pourquoi le droit d'auteur ne permet pas une visibilité aussi grande que le copyleft?</p>	<p>Pouvez-vous m'en dire davantage ?</p> <p>Pouvez-vous me donner des exemples ?</p>

Volet – Don		
<p>Comment le don peut faire évoluer la musique et la culture?</p> <p>Pourquoi donner?</p> <p>Les licences libres sont-elles la voie de l'avenir en matière de propriété intellectuelle?</p> <p>Que pensez-vous de la gratuité des œuvres musicales?</p> <p>Est-ce que le droit d'auteur bloque la création? Est-ce que le droit d'auteur est désuet?</p>	<p>Pensez-vous que le don peut être bénéfique à court et à long terme? Expliquez.</p> <p>Que pensez-vous que cette gratuité pourrait apporter à la sphère musicale?</p> <p>Plusieurs sites et grandes compagnies ont utilisé avec des licences libres, croyez-vous qu'avec l'évolution grandissante d'internet, elles seraient nécessaires dans le débat?</p> <p>Est-ce qu'il y a une dévalorisation de la musique ? Est-ce que la musique a encore de la valeur?</p>	<p>Pouvez-vous m'en dire un peu plus ?</p> <p>Pouvez-vous m'en dire davantage ?</p> <p>Pouvez-vous me donner des exemples ?</p>
Rôle de l'artiste		
<p>Comment définissez-vous votre rôle en tant qu'artiste? Activiste? Défenseur? Chercheur?</p> <p>Pensez-vous que les artistes choisissant le <i>copyleft</i> doivent être des acteurs importants dans le débat? Expliquez. (Est-ce qu'un artiste choisissant le <i>copyleft</i> doit être engagé socialement ou doit être un défenseur de la propriété intellectuelle)</p> <p>Trouvez-vous que le <i>copyleft</i> exprime une certaine forme de marginalité? (Est-ce qu'on pourrait associer automatiquement/directement <i>copyleft</i> avec marginalité?)</p>	<p>Parlez-moi un peu plus de votre vision de l'artiste.</p> <p>Comment définissez-vous le rôle d'un artiste?</p> <p>Quel message envoyez-vous en choisissant le <i>copyleft</i>? Pourquoi ne pas avoir pris le droit d'auteur comme la plupart des artistes?</p> <p>Est-ce que le rôle de l'artiste utilisant le <i>copyleft</i> est différent de celui qui utilise le droit d'auteur?</p> <p>Est-ce que le rôle d'un artiste change avec les années et l'expérience ?</p>	

<p>Quel est votre rôle en tant qu'artiste en 2016?</p>		
<p><b>Clôture</b></p>		
<p>Quels seront les prochains enjeux (défis) sur les lois de la propriété intellectuelle?</p> <p>Quels conseils donneriez-vous à un artiste québécois voulant utiliser le <i>copyleft</i> pour ces œuvres musicales?</p>	<p>Quel avenir réservons-nous aux lois sur la propriété intellectuelle pour les générations futures?</p>	

## ANNEXE 2. PRÉSENTATION DES PARTICIPANTS

Dominique Rheault est étudiant à la maîtrise en communications à l'UQAM. Il est également auteur-compositeur en plus d'être musicien pour le groupe *The Funk Keys*. Son groupe se spécialise en reprise musicale (*cover*) lors d'événements corporatifs. Ses œuvres en tant que compositeur ont été diffusées sur la plateforme *Soundcloud* où il permettait le libre téléchargement.

Guillaume Déziel œuvre dans le domaine de la musique en développement d'affaires et de communications depuis plusieurs années. Il fait plusieurs conférences portant sur l'édition et la diffusion musicales. Il tient également un blogue portant sur la musique à l'ère 2.0 où il y écrit plusieurs réflexions sur le milieu musical. Guillaume Déziel a été gérant de *Misteur Valaire*<sup>24</sup> à leurs débuts. Il est un des précurseurs en matière des licences libres au Québec en édition musicale.

Le troisième participant interrogé, appelé participant 3 dans la présente recherche, travaille pour une société de gestion collective. Il a souhaité répondre à l'entrevue sous couvert de l'anonymat dû à ses fonctions administratives. Son travail consiste à percevoir des revenus sur les droits d'auteur pour les auteurs, compositeurs et éditeurs au Canada. Son travail quotidien consiste à étudier les différentes formes de redevances pour les compositeurs de musique au Canada.

Érick d'Orion est un artiste se spécialisant en audio et en nouveaux médias. Il a organisé plusieurs événements sur l'art audio et il est également fondateur d'un organisme en production et diffusion d'art audio appelé *Tartare*. L'artiste expérimental est un des précurseurs du *netlabel* « No Type + Panospria » qui offre de la musique gratuite sur son site web.

---

<sup>24</sup> C'est par l'entremise de vidéos humoristiques diffusés sur les réseaux sociaux que le groupe *Valaire* a présenté son nouveau nom. La nouvelle est apparue au mois d'avril 2016 et coïncide avec la venue d'un nouvel album à la fin de l'été 2016. Valaire, « Valaire », 2016, site web, « <http://valaire.mu/fr> ».

Domlebo est un artiste pop qui se démarque par son univers loufoque. Domlebo a fait appel à une campagne de sociofinancement pour ses albums. Il utilise les licences libres *Creative Commons* dans la diffusion de ces trois albums. Il est aussi connu en tant qu'ancien batteur de la formation *Les Cowboys Fringants*.

Guillaume Beaugard est le chanteur du groupe *Les Vulgaires Machins*, groupe punk/rock québécois. Il y a deux ans, il s'est lancé dans une expérience solo en sortant un album pop-folk. Le dernier album des *Vulgaires Machins* a été distribué gratuitement en ligne par la méthode *Pay What You Want*, sans toutefois utiliser une des licences libres *Creative Commons*.

Ogden Ridjanovic est rappeur et fait partie du collectif *Alaclair Ensemble* qui rassemble plusieurs artistes québécois majoritairement rappeurs. Ogden Ridjanovic participe à plusieurs émissions radiophoniques et est souvent appelé à écrire pour certaines tribunes médiatiques. Il a également mis sur pied les soirées *Punch Club* qui sont des soirées d'improvisation sans règlement, avec les meilleurs joueurs d'improvisation au Québec. Précisons qu'*Alaclair Ensemble* est reconnu pour sa distribution gratuite de ses albums et fait partie des premiers acteurs dans le paysage québécois à avoir utilisé le libre dans la diffusion des œuvres musicales.

Olivier Charbonneau est bibliothécaire à l'Université Concordia et est candidat au doctorat en droit. Ses publications se centrent sur la propriété intellectuelle, les bibliothèques et la culture du libre. Olivier Charbonneau tient un blogue où il expose différents articles, points de vue et quelques travaux.

Notre dernier participant TomA, de son vrai nom Thomas Floquet, s'est intéressé à la question du libre en informatique, c'est-à-dire aux logiciels libres. Celui-ci se spécialise en électro et participe à plusieurs événements tant au Québec qu'en France, son pays d'origine. De plus, TomA s'est beaucoup intéressé à la question des licences libres en musique et connaît bien les enjeux tant français que québécois.

## BIBLIOGRAPHIE

Adorno, Théodore W., *L'industrie culturelle*, dans « Communications », vol.3, 1964, pp.12-18.

Aigrain, Philippe, *Sharing : Culture and the Economy in the Internet Age*, Éditions Amsterdam University Press, Amsterdam, 2012, 243 pages.

Alaclair Ensemble, « Musique », 2014, site web, consulté le 3 avril 2016, « <http://alaclair.com/musique/> ».

Association québécoise des auteurs dramatiques (AQAD), « Le droit d'auteur c'est... », 2016, site web, consulté le 3 avril 2016, <http://www.aqad.qc.ca/auteurs/droits-d-auteur/le-droit-dauteur-cest->.

Arnulf, Sylvain, « *Spotify* lève le voile sur son modèle économique pour tenter de calmer la fronde des artistes », 2013, site web, consulté le 28 juin 2016, <http://www.usine-digitale.fr/article/spotify-leve-le-voile-sur-son-modele-economique-pour-tenter-de-calmer-la-fronde-des-artistes.N223667>.

Art Law Journal, « How Mickey Mouse Keeps Changing Copyright Law », 2014, site web, consulté le 14 mars 2016, <http://artlawjournal.com/mickey-mouse-keeps-changing-copyright-law/>.

Association Francophone des Utilisateurs de Logiciels Libres, « Licences libres », 2015, site web, consulté le 2 mai 2015, <https://aful.org/ressources/licences-libres>.

Barreau du Québec, « Mickey Mouse, droits d'auteur et retenue judiciaire », 2003, site web, consulté le 13 mars 2016, <http://www.barreau.qc.ca/pdf/journal/vol35/no4/justiceetsociete.html>.

Barthes, Roland, *La mort de l'auteur*, dans « Le bruissement de la langue », Édition Seuil, Paris, [1968] 1993, pp.61-67.

Benkler, Yochai, *Sharing Nicely : On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production*, « The Yale Law Journal », vol.114, 2004, pp.273-358.

Beuscart, Jean-Samuel, *Faire payer des droits sur la musique en ligne? La difficile construction d'un dispositif de perception (entretien)*, « Terrains & Travaux », vol.1, no.6, 2004, pp.81-100.

Biagini, Cédric, *L'emprise numérique : Comment Internet et les nouvelles technologies ont colonisé nos vies*, Édition L'Échappée, Montreuil, 2012, 448 pages.

Bibliothèque et Archives Canada, « Historique : Les premiers enregistrements sonores et l'invention du gramophone », 2010, site web, <http://www.collectionscanada.gc.ca/gramophone/028011-3004-f.html>.

Blanc, Louis, *De la propriété littéraire*, Éditions Edysseus, Paris, 2010, 51 pages.

Boilleau, Jean-Luc, *Conflit et lien social. La rivalité contre la domination*, La Découverte/MAUSS, Paris, [1995] 1998, 204 pages.

Boone, Christine Emily, *Mashups : History, Legality and Aesthetics*, thèse de doctorat en philosophie, The University of Texas, 2011, 181 pages.

Bortollo, Chiara, *Le trouble du patrimoine culturel*, dans « Terrain : revue d'ethnologie de l'Europe », 2011, 24 pages.

Boucher, Nicolas et Deslières, Étienne [réal.], « Arrière-scène.tv », Producteur : Denis Boucher en collaboration avec le Groupe Média TFO, 2014, <http://arriere-scene.tv/>.

Bourgault-Côté, Guillaume, « Un buffet qui laisse des miettes aux artistes », 2016, site web, <http://www.ledevoir.com/societe/actualites-en-societe/467117/un-buffet-qui-laisse-des-miettes-pour-les-artistes>.

Bourreau Marc et Labarthe-Piol, Benjamin, *Le peer-to-peer et la crise de l'industrie du disque*, Éditions Réseaux, vol.3, no.125, 2004, pp.17-54.

Boutin, Sandy et Laurence, Dominique, « Musique et économie numérique », 2015, communication, *La Sphère*, ICI Radio-Canada, 12 minutes.

Brown, Christopher S., *Copyleft, the Disguised Copyright : Why Legislative Copyright Reform Is Superior to Copyleft Licenses*, UMKC Law Review, vol. 78, no.3, Printemps 2010, p.750.

Brunet, Alain, « Misteur Valaire : modèle d'affaires », 2010, site web, consulté le 20 décembre 2015, <http://www.lapresse.ca/arts/musique/201009/18/01-4316970-misteur-valaire-modele-daffaires.php>.

Caillé, Alain, *L'anthropologie du don*, Éditions La Découverte, 2007, 279 pages.

Cartwright, Ryan, « Why I choose Copyleft for my Projects », 2008, site web, consulté le 12 novembre 2015, [http://www.freesoftwaremagazine.com/articles/why\\_i\\_choose\\_copyleft\\_for\\_my\\_projects](http://www.freesoftwaremagazine.com/articles/why_i_choose_copyleft_for_my_projects).

CBC/Radio-Canada, « Notre histoire », 2015, site web, consulté le 15 novembre 2015, <http://www.cbc.radio-canada.ca/fr/decouvrez/notre-histoire/>.

Clinique juridique des artistes de Montréal, « Accueil », 2011, site web, consulté le 20 avril 2016, <http://cjam.info/fr/>.

Copibec, « Droit moral et durée du droit d'auteur », 2012, site web, consulté le 23 août 2016, <http://www.copibec.qc.ca/Accueil/loi/moraletdurer.aspx>.

Côté, Émilie, « Chanter en anglais au Québec », 2015, site web, consulté le 6 juillet 2016, <http://www.lapresse.ca/arts/musique/201502/11/01-4843259-chanter-en-anglais-au-quebec.php>.

Creative Commons, « À propos des licences », 2014, site web, consulté le 1<sup>er</sup> septembre 2016, <http://creativecommons.org/licenses/>.

Dauphin, Florian, « Les logiciels libres : généalogie et « idéologies » d'un mouvement social », *Revista Logos*, communication, *Revista Logos*, Université de Melun, 2<sup>e</sup> semestre 2008.

Dantier, Bertrand, « Le don contre l'abandon », communication, *Québec/Copyleft*, Cégep de Chicoutimi, 27 mai 2011.

Denieuil, Pierre-Noël, *La culture, les cultures et le lien social : les échelles d'observation d'une notion*, « Revue des Sciences Sociales », no.39, 2008, pp.160-170.

Des Aulniers, Luce, *Notes de cours Hiver 2014 : Articulation des thèmes et des concepts*, Université du Québec à Montréal, 2014, 17 pages.

Downing, John, *Encyclopedia of Social Movement Media*, SAGE publications, Southern Illinois, 2011, 632 pages.

Dr.Dobbs : The world of software development, « The Return of Tiny Basic », 2006, site web, consulté le 23 janvier 2016, <http://www.drdobbs.com/web-development/the-return-of-tiny-basic/184406381>.

Dredge, Stuart, « MySpace – what went wrong : The site was a massive spaghetti-ball mess », 2015, site web, consulté le 28 mai 2017, <https://www.theguardian.com/technology/2015/mar/06/myspace-what-went-wrong-sean-percival-spotify>.

Dubois, Jacques, Durand, Pascal et Winkin, Yves, *Aspects du symbolisme dans la sociologie de Pierre Bourdieu*, « CONTEXTES », 2013, site web, consulté le 20 janvier 2017, <https://contextes.revues.org/5661>.

Dumont, Béatrice et Holmes, Peter, *Quelles alternatives au mouvement d'enclosures de la propriété intellectuelle*, « Réseaux », no.110, 2001, pp.74-91.

Dumouchel, Paul, Les grandes figures intellectuelles du monde moderne : de la Renaissance à la Révolution, « L'Angleterre et la conquête de la liberté », 2010, site web, <http://www.phi2080.uqam.ca/book/export/html/8>.

Duval, Guillaume, « L'âge de l'accès : La révolution de la nouvelle économie Jeremy Rifkin », *Alternatives Économiques*, 2001, site web, [http://www.alternatives-economiques.fr/l-age-de-l-acces--la-revolution-de-la-nouvelle-economie-jeremy-rifkin\\_fr\\_art\\_143\\_14950.html](http://www.alternatives-economiques.fr/l-age-de-l-acces--la-revolution-de-la-nouvelle-economie-jeremy-rifkin_fr_art_143_14950.html).

Entrialgo, Frédérique, « La notion d'auteur comme objet de l'art », 2004, site web, <http://www.articule.net/wp-content/uploads/2008/10/lamortdelauteurtheorie.pdf>.

Farchy, Joëlle, *Internet et le droit d'auteur : La culture Napster*, CNRS Communication, 2003, 211 pages.

Free Software Foundation, « About », 2015, site web, consulté le 14 janvier 2016 <http://www.fsf.org/about/>.

Free Software Magazine, « Articles », 2014, site web, consulté le 1er février 2016  
<http://www.freesoftwaremagazine.com/articles>.

Gangadharan, Seeta Pena, « Mail art : networking without technology », *New Media & Society*, SAGE Publications, Los Angeles, 2009, pp.279-297.

Ganguly, Nirmalya, « Copyleft : An Alternative to Copyright in Computer Software and Beyond », *Journal of Intellectual Property Rights*, vol.12, May 2007, pp.303-313.

Gaylor, Brett [réal.], « RiP! A Remix Manifesto », Production EyeSteelFilm, Office national du film du Canada, 2008, 86 minutes.

Gendron, Annie et Brunelle, Natacha, *Ateliers sur les entretiens de recherche qualitatifs*, Titulaire de la Chaire de recherche au Canada sur les trajectoires d'usage de drogues et les problématiques associées, 2009, 26 pages.

Geraud, David, « Le copyleft : un ver dans le verger des titulaires de droit », *Réseaux*, vol.6, no.110, 2001, pp.156-162.

Gill, Anne-Marie, *Les nouveaux supports dans le domaine de la musique : du SACD au DVD musical*, SODEC, Montréal, 2005, 80 pages.

Godbout, Jacques T., *Le don, la dette et l'identité*, Éditions La Découverte, Montréal, 2000, 190 pages.

Godbout, Jacques T., *Les « bonnes raisons » de donner*, « Anthropologies et Sociétés », no.1-2, vol.19, 1995, pp.45-56.

Godbout, Jacques et Caillé, Alain, *L'esprit du don*, La Découverte, Paris, [1992] 2007, 258 pages.

Godfroid, Tiphaine, *Préparer et conduire un entretien semi-directif*, communication, 10 mai 2012, 19 pages.

Golsorkhi et coll., *Mouvements sociaux, organisations et stratégies*, « Revue française de gestion », Lavoisier, no.217, vol.8, 2011, pp.79-91.

Gouvernement du Canada, « Loi sur le droit d'auteur », 2016, site web, consulté le 29 août 2016, <http://lois.justice.gc.ca/fra/lois/C-42/page-4.html>.

Haunss, Sebastian, *The politicisation of Intellectual Property : IP Conflicts and Social Change*, « The WIPO Journal », 2011, pp.129-139.

Harris, Dylan, « Why copyleft », 2015, site web, consulté le 26 mars 2016, <http://dylanharris.org/prose/gal/ycl.shtml>.

Heath, Steven A., *Contracts, Copyright, and Confusion: Revisiting the Enforceability of 'Shrinkwrap' licenses*, « Chicago-Kent Journal of Intellectual Property », 2005, 45 pages.

Hettinger, Edwin, *Justifying Intellectual Property*, « Philosophy & Public Affairs », Éditions Wiley, no.1, vol.18, 1989, pp.31-52.

Hyde, Lewis, *The Gift – Imagination and the Erotic Life of Property*, Vintage Books, New York, 2004, 464 pages.

Internet - notre rôle, « Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes », 2016, site web, consulté le 22 mars 2016, <http://crtc.gc.ca/fra/internet/role.htm>.

Itty Bitty Computers, « Itty Bitty Computers & TinyBasic », 2004, site web, consulté le 26 mars 2016, <http://www.ittybittycomputers.com/IttyBitty/TinyBasic/>.

Jeanneney, Jean-Noël, *La culture gratuite? Illusions et hypocrisies*, « Le Débat », Édition Gallimard, no.146, vol.4, 2007, pp. 158-170.

Jones, Ernest, *The Theory of Symbolism*, « Papers on Psycho-Analysis », Baillière-Tindal & Cox, Paris-Londres, 1916, 129 pages.

Journet, Nicolas, *Le don aujourd'hui*, 2011, site web, consulté le 19 avril 2016, [http://www.scienceshumaines.com/le-don-aujourd-hui\\_fr\\_22869.html](http://www.scienceshumaines.com/le-don-aujourd-hui_fr_22869.html).

Kadded, Mehdy, *Industrie musicale et révolution numérique : comment un secteur en crise s'adapte-t-il aux nouvelles pratiques culturelles?*, mémoire de maîtrise en études politiques, Institut d'Études Politiques d'Aix-en-Provence, 2014, 58 pages.

Khosrow-Pour, Medhi, *Encyclopedia of Information and Technology, Third Edition*, Éditions Hershey, Pennsylvania, 2014, 3801 pages.

Kumar, Arvind C., *Welcome to the 'Free' World : A Free Software Initiative*, Indian University Press, Bloomington, 2011, 96 pages.

Lalibre, « Quand la radio belge naissait à Laeken », 2005, site web, consulté le 4 juin 2016, <http://www.lalibre.be/culture/medias-tele/quand-la-radio-belge-naissait-a-laeken-51b8895be4b0de6db9abe3d8>.

Latrive, Florent, *De bon usage de la piraterie*, Exils éditeur, Paris, 2004, 196 pages.

Lecomte, Jacques, « Lev Vigotski (1896-1934). Pensée et langage », 1998, site web, consulté le 24 août 2016, [http://www.scienceshumaines.com/lev-vygotski-1896-1934-pensee-et-langage\\_fr\\_9754.html?](http://www.scienceshumaines.com/lev-vygotski-1896-1934-pensee-et-langage_fr_9754.html?)

Le Crosnier, Hervé, 2009, « Culture numérique, introduction générale », communication, *Centre d'enseignement multimédia universitaire*, Université de Caen-Basse-Normandie, 9 octobre 2009.

Leloup, Jean-Yves, « En quoi les pratiques électroniques ont-elles transformé la musique et la culture de la fin du 20<sup>e</sup> siècle? », 2011, site web, consulté le 5 mars 2017, [http://www.olats.org/livresetudes/basiques/musiqueelectronique/8\\_basiquesME.php#2](http://www.olats.org/livresetudes/basiques/musiqueelectronique/8_basiquesME.php#2).

Lemos, André et Rezende, Pedro A.D., *Le Brésil dans la société de l'information : gouvernement Lula, copyleft et logiciels libres*, « Hermès », no.42, vol.2, Paris, 2005, pp.198-205.

Lessig, Lawrence, *Free culture : The Nature and Future of creativity*, Penguin Books, New York, 2004, 342 pages.

Lessig, Lawrence, *The Future of Ideas: The Fate of the Commons in a Connected World*, First Vintage Book Edition, New York, [2001] 2002, 361 pages.

Lessig, Lawrence, *Remix : Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*, Penguin Press, New York, 2008, 329 pages.

Leterre Thierry, « L'Internet : espace public et enjeux de connaissance », *Cahiers Sens public*, vol.3, no.7-8, 2008, pp. 203-217.

Lévesque, François et Ménière, Yann, *Économie de la propriété intellectuelle*, Éditions La Découverte, Collections Repères, Paris, 2003, 124 pages.

L'histoire par l'image, « La radio conquiert l'oreille des Français », 2014, site web, consulté le 5 mars 2016, [http://www.histoire-image.org/site/etude\\_comp/etude\\_comp\\_detail.php?i=520](http://www.histoire-image.org/site/etude_comp/etude_comp_detail.php?i=520).

Libération, « Le "capitalisme artiste" ne fait pas le bonheur », 2013, site web, consulté le 14 janvier 2016, [http://www.liberation.fr/economie/2013/04/25/le-capitalisme-artiste-ne-fait-pas-le-bonheur\\_899049](http://www.liberation.fr/economie/2013/04/25/le-capitalisme-artiste-ne-fait-pas-le-bonheur_899049).

Licence Art Libre, « FAQ », 2007, site web, consulté le 5 mars 2016 <http://artlibre.org/faq/>.

Lipbgy, « Who Really Profits from your iTunes Downloads? », 2011, site web, consulté le 11 janvier 2015, <http://www.investinganswers.com/personal-finance/rich-famous/who-really-profits-your-itunes-downloads-3818>.

Marranci, Gabriele, *Le raï aujourd'hui : Entre métissage musical et world music moderne*, « Cahiers d'ethnomusicologie », vol.13, Paris, 2001, pp.139-149.

Martel, Stéphane, « Alaclair Ensemble », 2013, site web, consulté le 2 septembre 2016, <https://www.magazinesocan.ca/features/features-music-creators/alaclair-ensemble-gang-guys/>.

Mauss, Marcel, *Essai sur le don : Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques* In *Sociologie et Anthropologie*, Presses Universitaires de France, Collection Quadrige, Paris, 1968, 482 pages.

McHale, Kolby, *Copyright and Copyleft : Understanding Both Sides of Using Data, Information, What Should Be Free and What Shouldn't Be*, Creative Commons, 2001, 261 pages.

Mckenna, Alain, « C-32 : la "taxe du iPod" effectue un retour », 2010, site web, consulté le 12 juin 2016, <http://techno.lapresse.ca/nouvelles/201011/11/01-4341746-c-32-la-taxe-du-ipod-effectue-un-retour.php>.

Miège, Bernard, « Cyberculture par Pierre Levy, compte rendu », *Réseaux*, vol.16, no.88, 1998, pp.224-225.

Mimeche, Wassim, Fallery, Bernard et Rodhain, Florence, *Le don/contribution, une nouvelle culture des réseaux numériques dans le e-Recrutement*, Journée AIM, Paris, 2013, pp. 1-17.

Ministre de la Culture et des Communications, *Pour occuper l'espace numérique*, Bibliothèque et archives nationales du Québec, mars 2014, 20 pages.

Ministre de la Culture et de la Communication (Paris), *Les valeurs de la musique : valeurs sociale, esthétique et économique*, Observatoire des usages numériques culturels, décembre 2006, 43 pages.

Mlaiki, Alya, Hajer, Kefi et Michel, Kalika, « Facteurs psychosociaux et continuité d'utilisation des réseaux sociaux numériques : le cas Facebook », *Recherches en Sciences de Gestion*, vol.5, no.92, 2012, pp.83-111.

Moffatt, Mike, « There is an iPod tax after all », 2014, site web, consulté le 12 février 2014, <http://www.macleans.ca/economy/economicanalysis/there-is-an-ipod-tax-after-all/>.

Moreau, Antoine, *Le copyleft appliqué à la création hors logiciel. Une reformulation des données culturelles?*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Nice Sophia Antipolis, 2011, 789 pages.

Mucchielli, Alex, *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales*, France : Armand Colin, Paris, 1996, 280 pages.

Musée des sciences et de la technologie du Canada, « La collection : Phonographes à cylindres », site web, 2014, consulté le 8 février 2014, <http://www.sciencetech.technomuses.ca/francais/collection/son1.cfm>.

Negri, Toni et Vercellone, Carlo, « Le rapport capital/travail dans le capitalisme cognitif », *Multitudes*, vol.1, no.32, 2008, pp.39-50.

No Type + Panospria, « Démonos », site web, consulté le 23 mars 2016, <http://notype.com/drones/apropos.f/demos/>.

Office de la propriété intellectuelle, « Le guide du droit d'auteur », site web, 2016, consulté le 4 août 2016, [http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/fra/h\\_wr02281.html?Open&wt\\_src=cipo-cpyrght-main&wt\\_cxt=learn](http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/fra/h_wr02281.html?Open&wt_src=cipo-cpyrght-main&wt_cxt=learn).

Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle, « La protection internationale du droit d'auteur et des droits connexes », 2016, site web, consulté le 6 août 2016, [http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/fr/activities/pdf/international\\_protection.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/fr/activities/pdf/international_protection.pdf)

Paillard, Laurent, *La Gratuité intellectuelle : Pour une véritable révolution numérique*, Parangon, Lyon, 2013, 169 pages.

Paillé, Pierre et Mucchielli, Alex, *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Armand Colin, Paris, 2012, 424 pages.

Peillon, Luc, Peyret, Emmanuèle, Ballet, Virginie et Cailhol Amandine, « Ce que retient la nuit », *Libération*, 15 avril 2016, version électronique, [liberation.fr](http://liberation.fr).

Poupart, Jean, *Tradition de Chicago et interactionnisme : des méthodes qualitatives à la sociologie de la déviance*, « Recherches qualitatives – De l'usage des perspectives interactionnistes en recherche », no.1, vol.30, 2011, pp.178-199.

Projet GNU, « Le projet GNU », 2014, site web, consulté le 24 mai 2014, <https://www.gnu.org/gnu/gnu.html>.

Proulx, Serge et Goldenberg, Anne, *Internet et la culture de la gratuité*, « Revue du Mauss », Édition La Découverte, no.35, vol.1, 2010, pp.503-517.

Qribi, Abdelhak, *Socialisation et identité. L'apport de Berger et Luckmann à travers « La construction sociale de la réalité »*, « Bulletin de psychologie », no.506, vol.2, 2010, pp.133-139.

Radio-Canada, « Le téléchargement illégal au Canada sous la loupe d'une firme montréalaise », 2013, site web, consulté le 17 juin 2016, <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/societe/2013/05/12/001-telechargement-illegal-canipre.shtml>.

Raju, K.D, *Is the Future of Software Development in Open Source? Proprietary vs Open Source Software : A Cross Country Analysis*, in « Journal of Intellectual Property Rights », vol. 12, Mars 2007, pp.1-20.

Ray Johnson Estate, « Mail Art & Ephemera », 2015, site web, consulté le 30 mai 2015, <http://www.rayjohnsonestate.com/art/mail-art-and-ephemera/>.

Renaud, Philippe, *Un portrait de la chanson québécoise*, Conseil des arts et des lettres du Québec, communication, janvier 2013, 57 pages.

Rifkin, Jeremy, *The Age of Access*, Éditions Jeremy P. Tarcher/Putnam, New York, 2000, 314 pages.

Sagot-Duvauroux, Dominique, *La propriété intellectuelle, c'est le vol! Le débat sur le droit d'auteur au milieu du XIXE siècle*, « L'économie politique », no.22, [2002] 2004, pp.34-52.

Sansi, Roger, *Marcel Mauss et le don dans l'art contemporain*, « Revue du Mauss », vol.2, no.36, 2010, pp.427-436.

Schollmeier, Rüdiger, *A definition of Peer-to-Peer Networking for the Classification of Peer-to-Peer Architectures and Applications*, First International Conference on Peer-to-Peer Computing, communication, 2001, 2 pages.

Sciences humaines, « Le don aujourd'hui », 2011, site web, consulté le 22 août 2016, [http://www.scienceshumaines.com/le-don-aujourd-hui\\_fr\\_22869.html](http://www.scienceshumaines.com/le-don-aujourd-hui_fr_22869.html).

Sfez, Lucien, *Technique et idéologie : Un enjeu de pouvoir*, Éditions du Seuil, Paris, 2002, 337 pages.

Simioni, Olivier, *Un nouvel esprit pour le capitalisme : la société de l'information?*, « Revue européenne des sciences sociales », no.123, Vol.40, 2002, pp.75-90.

Smallwood, Karl, « Why Isn't Mickey Mouse Public Domain », 2012, site web, consulté le 16 février 2016, <http://mentalfloss.com/article/30946/why-isnt-mickey-mouse-public-domain>.

Smiers, Joost, *L'abolition des droits au profit des créateurs*, « Réseaux », no.110, 2001, pp.62-71.

Studer, Matthias, « Culture du don dans le logiciel libre », 2004, site web, consulté le 8 janvier 2014, <https://adullact.org/IMG/pdf/doc-191.pdf>.

The Catholic University of America, « Sonny Bono Copyright Term Extension Act of 1998 », 2013, site web, <http://counsel.cua.edu/fedlaw/ctea.cfm>.

Techterms.com, « P2P », 2014, site web, consulté le 24 janvier 2016, <http://www.techterms.com/definition/p2p>.

The New York Times, « Protecting Mickey Mouse at Art's Expense », 2003, site web, consulté le 16 février 2016, <http://www.nytimes.com/2003/01/18/opinion/protecting-mickey-mouse-at-art-s-expense.html>

Trochim, William, M.K., « Research Methods Knowledge Base », 2007, site web, consulté le 4 mars 2016, <http://www.socialresearchmethods.net/kb/sampron.php>.

Turk, Scott A., *The Most Important 21st Century Intellectual Property Issue*, « Chicago-Kent Journal of Intellectual Property », 2005, pp.153-155.

UNESCO, « L'ABC du droit d'auteur », 2010, site web, consulté le 14 avril 2016, [http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/diversity/pdf/WAPO/ABC\\_Copyright\\_fr.pdf](http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/diversity/pdf/WAPO/ABC_Copyright_fr.pdf).

UNESCO, « Qu'est-ce que le patrimoine culturel immatériel? », 2012, site web, consulté le 20 janvier 2016, <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=fr&pg=00002>.

Valaire, « Valaire », 2016, site web, consulté le 28 juillet 2016, « <http://valaire.mu/fr> ».

Vandendriessche, Peter, « Foucault et la fonction-auteur dans son "Qu'est-ce qu'un auteur?" », 2012, site web, consulté le 13 juin 2016, <http://www.opschool.be/groupedumercredi/questcequunauteur.html>.

Voirol, Olivier, *Retour sur l'industrie culturelle*, « Réseaux », vol. 166, no. 2, 2011, pp. 125-157.

Walter, John. W., « How to Draw a Bunny », Production Palm Pictures, Artisan Entertainment, 2002, 90 minutes.

Weissberg, Jean-Louis, *Respirations de la cyberculture*, « Le Télémaque », vol.2, no.22, 2002, pp.7-12.

Williams, Sam, en collaboration avec Richard Stallman et Christophe Masutti, *Richard Stallman et la révolution du logiciel libre*, Éditions Eyrolles, Paris, 2010, 335 pages.