

# Enjeux sociaux et politiques d'Internet

*Prof. Boris Beaudé*

*Unil*

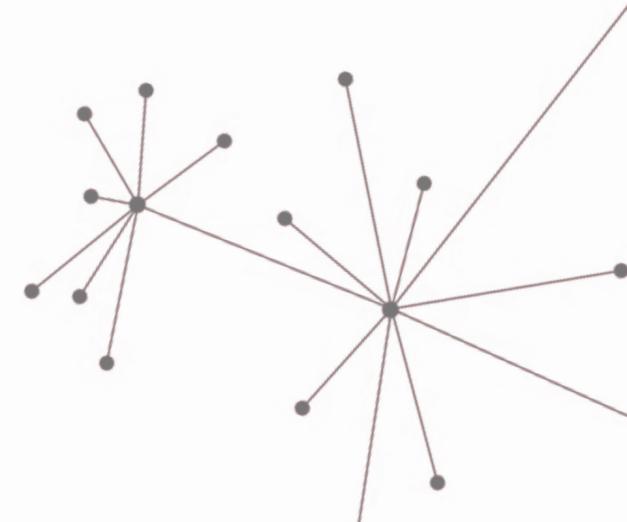
UNIL | Université de Lausanne



facebook

La gouvernance problématique d'Internet

*La gouvernance problématique d'Internet*  
*2. De la gratuité...*  
*...à la propriété*



## Problématique

Le **coût négligeable** de la **circulation** et de la **reproduction** de l'**information** ne signifie aucunement que le **cout initial** de sa production le soit aussi.



## Enjeu

Situer la **gratuité** dans l'**environnement** qui la rend possible et identifier les **coût indirects**, ainsi que les enjeux sociaux et politiques correspondants.

## Tension problématique 1

*Comment assurer conjointement la **circulation** de l'information et le **cout** de sa **production** ?*



## Tension problématique 2

*Comment financer la production par la **publicité** tout en respectant la **vie privée** ?*



# Enjeux sociaux et politiques d'Internet

« Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du **temps de cerveau humain disponible** ».

Patrick Le Lay, président-directeur général du groupe TF1,  
*in Les Associés d'EIM, Les dirigeants face au changement, Huitième Jour, 2004.*



# Enjeux sociaux et politiques d'Internet

« [...] Pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible : c'est-à-dire de le divertir, de le détendre pour le **préparer entre deux messages**. Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible ».

Patrick Le Lay, président-directeur général du groupe TF1,  
*in Les Associés d'EIM, Les dirigeants face au changement*, Huitième Jour, 2004.



# Enjeux sociaux et politiques d'Internet

« Je reconnais que cette formule était un peu caricaturale. [...] C'était une conversation et j'ai l'habitude de forcer le trait pour faire comprendre les concepts »

« La logique de TF1 est une logique de puissance. Nous vendons à nos clients une **audience de masse**, un nombre d'individus susceptibles de regarder un spot de publicité »

Patrick Le Lay, président-directeur général du groupe TF1,  
*in* Télérama, mercredi 8 septembre 2004



## Gratuités

1. Économie de l'[attention](#) / Économie de l'[intention](#)

Herbert Simon, économiste, 1971 / Sébastien Misoffe, Google France, 2018

2. « There is no such thing as a [free lunch](#) »

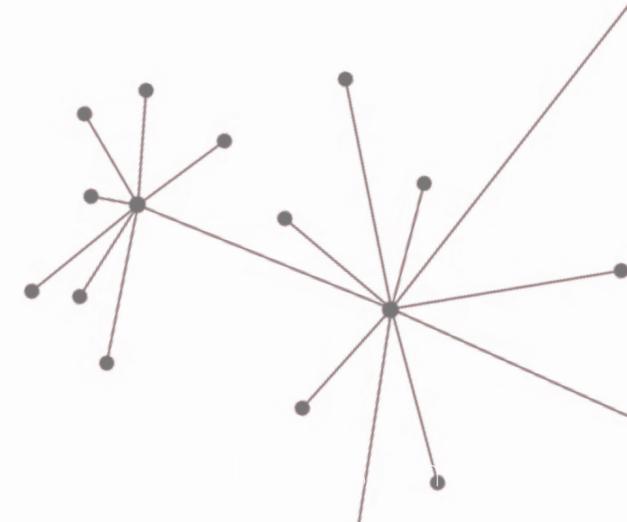
Robert A. Heinlein, TANSTAAFL, 1966 / Milton Friedman, 1975

3. « Si c'est [gratuit](#), vous n'êtes pas le [client](#), vous êtes le [produit](#) »

blue\_beetle (Andrew Lewis), 2010 sur [MetaFilter](#), puis Tim O'Reilly, un mois plus tard sur Twitter

4. [Clients](#) et [utilisateurs](#) (Google, Facebook,...)

5. [Clickbait](#) (entre l'attachement et la découverte)



# Enjeux sociaux et politiques d'Internet



2014 (Open Access)



2014



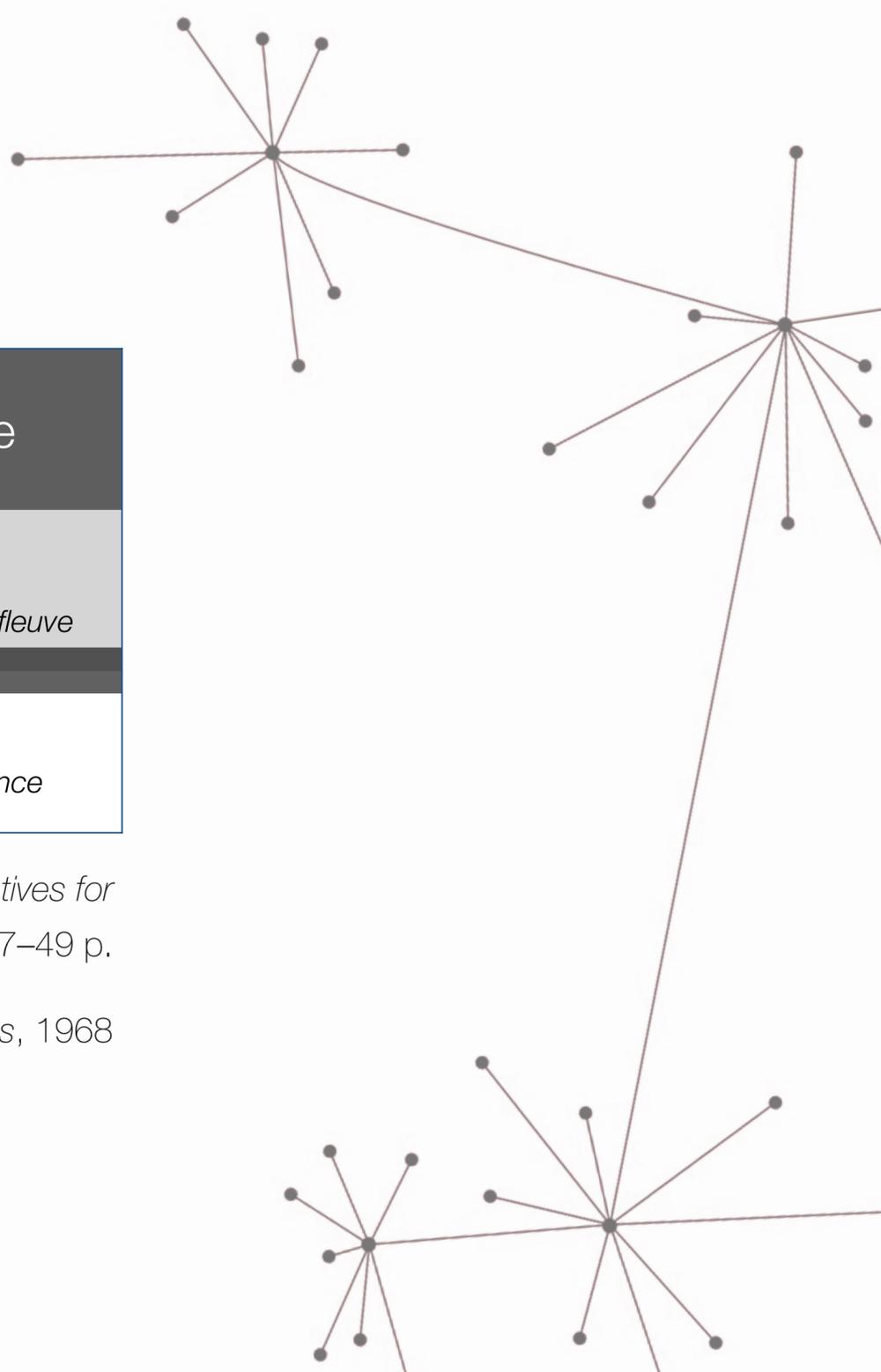
# Enjeux sociaux et politiques d'Internet

## Bien rivaux, bien communs

Biens	Excluabilité forte	Excluabilité faible
Rivalité forte	Bien privé <i>pain, voiture, ordinateur, DVD</i>	Bien commun <i>nappe phréatique, pâturages, fleuve</i>
	← Tragédie des communs	
Rivalité faible	Biens de club <i>club de sport, chaine TV, Instagram, VOD</i>	Bien public pur <i>air, mer, défense, connaissance</i>

d'après Vincent Ostrom et Elinor Ostrom, « Public Goods and Public choices », dans *Alternatives for Delivering Public Services: Toward Improved Performance*, Boulder, 1977, 7-49 p.

en réaction à Garrett Hardin, *The Tragedy of the Commons*, 1968



# Enjeux sociaux et politiques d'Internet

## Propriétés

1. Production, reproduction, déplacement et transmission
2. Rivalité / DRM (Digital Rights Management)
3. « Plateformes » et *crowdsourcing*
4. Economies d'échelles, coût marginal et effet de réseaux
5. Digital Labor
6. Propriété et accès
7. Copyright, Copyleft et Creative commons



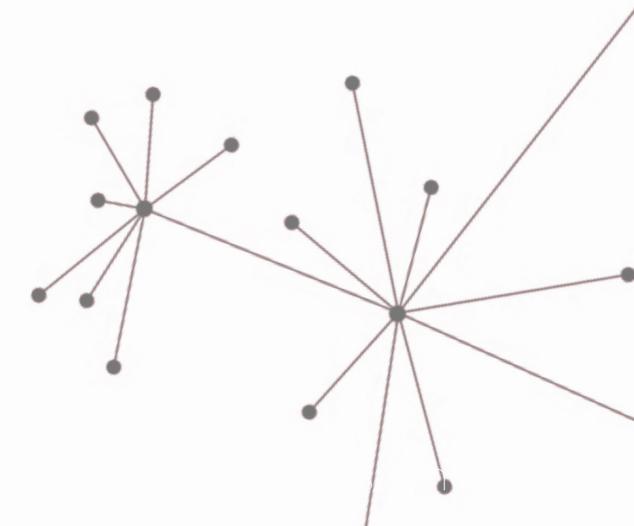
# Enjeux sociaux et politiques d'Internet



2015

The image shows a podcast player interface. At the top left, the date 'LE 13/11/2019' is displayed. The main title 'Digital Labor : tout clic mérite-t-il salaire ?' is centered in a large white font. Below the title is a blue button with a play icon and the text 'ÉCOUTER (58 MIN)', followed by a grey circular button with a right-pointing arrow. At the bottom, it says 'À retrouver dans l'émission LA MÉTHODE SCIENTIFIQUE par Nicolas Martin'.

2019, avec Antoinio Casilli et Benjamin Bayart



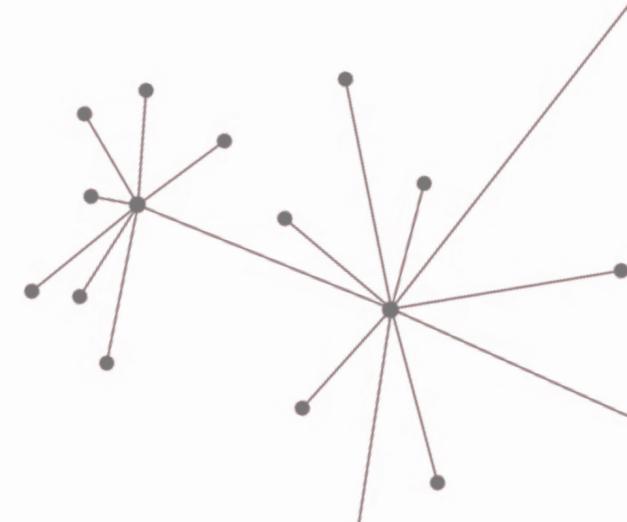
## Exemples

- Ex. : *long tail* et Spotify
- Ex. : presse, musique, cinéma (*coût initial* de la production)
- Ex. *droits voisins* et Google
- Ex. : Uber, *uberisation*, *désintermédiation* / *réintermédiation*



## Notions

*Économie de l'attention, dopamine, économie du partage, économies d'échelle, effets de réseau, bien rivaux, digital labor, DRM (Digital Rights Management), droits voisins, adblocker, long tail.*



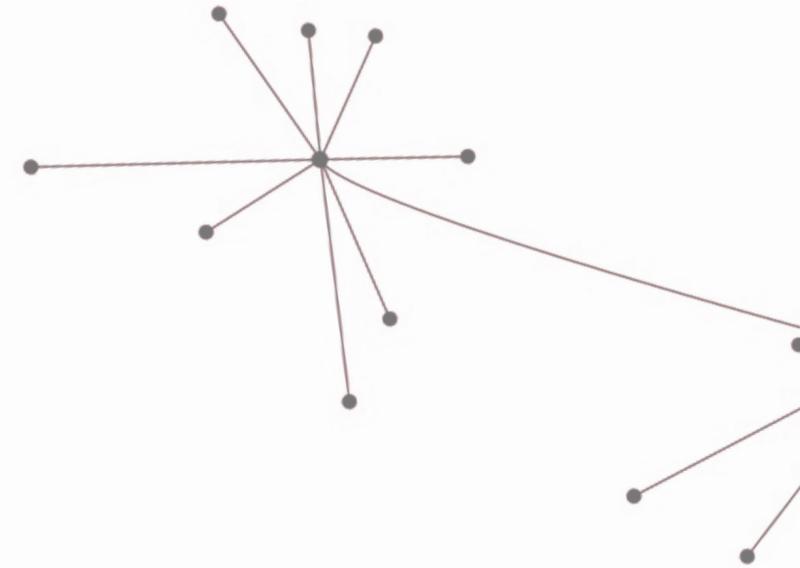
## Discussion

Comment sauver la presse d'investigation ?



## Transition

→ L'économie numérique a engendré les concentrations les plus importantes de l'histoire de l'économie.



# Enjeux sociaux et politiques d'Internet



Andrei Lacatusu, Social decay, Janvier 2018

**Boris Beau**

STSLab - Université de Lausanne

Courriel : [boris.beau@unil.ch](mailto:boris.beau@unil.ch)

Site : <http://www.beau.net/boris/>

*Les fins d'Internet*, Fyp, 2014

<http://www.beau.net/ie/>

*Internet, changer l'espace, changer la société*, Fyp, 2012

<http://www.beau.net/icecs/>