

Digital labor

Description

Ce terme, qui n'a pas encore d'équivalent en français, désigne une forme nouvelle de travail, née de l'économie numérique, que constituent tous les modes de participation des internautes – blog, post, commentaire, vidéo, photo, « like », inscription ou recherche en ligne, etc. – sur les plates-formes numériques (...). Pour les théoriciens du *digital labor*, ces pratiques qui, de diverses manières, entretiennent le fonctionnement des réseaux sociaux et autres services internet sont assimilables à un travail et elles pourraient être valorisées comme tel. Cependant la thèse du *digital labor* ne fait pas consensus. Cette notion reste un domaine de recherche universitaire, ouvert par les travaux de Trebor Scholtz, (*Digital Labor : The Internet as Playground and Factory*, 2012) et Christian Fuchs (*Digital Labour and Karl Marx*, 2014).

En France, deux publications récentes reflètent l'attention portée à cette désignation des activités des internautes comme un travail inhérent au modèle économique des géants de l'internet : *Qu'est-ce que le Digital Labor*, édité par l'INA en juin 2015, compte rendu d'un débat organisé autour d'Antonio Casilli, maître de conférences à Télécom ParisTech, et de Dominique Cardon, sociologue à l'Orange Labs, ainsi que le rapport du Conseil national du numérique (CNNum), « Travail, Emploi, Numérique, les nouvelles trajectoires », remis en janvier 2016 à Myriam El Khomri, ministre du travail.

Fondée sur la collaboration, l'échange des connaissances et le bénévolat, la philosophie originelle de l'internet, promue par la communauté du logiciel libre ou celle des wikipédiens, s'éloigne tandis que se développe la marchandisation des usages numériques. Indéniable, ce phénomène se renforce à mesure que les appareils et les objets connectés se propagent. À l'approche économique du *digital labor*, théorique et subversive, s'oppose une vision sociologique, empirique et humaniste, de la contribution effective des internautes aux plates-formes internet.

Selon Antonio Casilli, le *digital labor* se définit par « la mise au travail de nos « liaisons numériques » ». À l'encontre des recherches consacrées aux usages « positifs » sur le web – la participation, le partage, le don –, au début des années 2010, les théoriciens du *digital labor* ont orienté leurs travaux, « sur les phénomènes de captation de la valeur par le capitalisme des plates-formes numériques, sur les dynamiques de récupération marchande des flux de générosité par les entreprises du web, qui ont prospéré durant ces dernières années en comptant sur la libéralité des utilisateurs et sur leur envie de participation ». À l'envie et au désir de contribution que pourraient manifester les internautes, ils opposent « une relation de travail non rémunérée ». Le *digital labor* est à la fois un travail « invisible » et « immatériel », un travail « des publics » et « des consommateurs ». Sa principale caractéristique est d'être « implicite », qu'il s'agisse des contenus générés par les internautes ou des données fournies par leurs diverses activités en ligne.

Du simple « clic » sur un lien d'un « j'aime », d'une requête dans un moteur de recherche aux collaborations plus actives telles qu'un post, une recommandation, un commentaire ou le partage d'une vidéo, jusqu'au système des reCAPTCHAs mis en place pour Google Books afin de pallier les défaillances de la reconnaissance automatique de caractères pour numériser des livres (les tests CAPTCHA servent à distinguer un utilisateur humain d'un robot en lui demandant de déchiffrer des mots déformés), il s'agit là de reconnaître la mutation des activités des internautes et des consommateurs en un travail « *qui aide les machines* », réalisé au profit des plates-formes numériques. Ainsi les tenants du *digital labor* invitent-ils « *à ne plus considérer la production de valeur comme un acte volontaire et spécialisé* ».

De récentes polémiques illustrent le problème posé par « *la monétisation des contenus générés par les internautes* », comme le rappelle Antonio Casilli en évoquant la question de la rémunération des blogueurs sur un site de presse ou encore la revente, par une plate-forme de partage, de photos mises en ligne sous licence Creative par des photographes amateurs. Et il ajoute : « *Quel type de pression salariale s'exerce dans les secteurs les plus divers (journalisme, industries culturelles, transports, etc.) par la création d'une armée de réserve de « travailleurs qui s'ignorent », convaincus d'être plutôt des consommateurs, voire des bénéficiaires de services gratuits en ligne ?* » Les utilisateurs ont en général peu conscience de la somme d'informations qu'ils fournissent aux plates-formes et ignorent même qu'ils le font dans le cadre d'un véritable contrat en acceptant, bien souvent sans les lire, les conditions générales d'utilisation des services.

Pour les théoriciens du *digital labor*, la massification des usages numériques se traduit par l'émergence d'un travail « gratuit » qui correspondrait à une forme nouvelle d'aliénation. « *D'un faible niveau d'implication* » mais « *omniprésent* », ce travail des utilisateurs et des consommateurs, dont la qualification resterait à préciser, est incontestablement créateur de valeur. Le rapport du CNNum précise : « *Cette valeur est captée et reconnue par les entreprises, qui l'intègrent dans leur modèle d'affaires : la collecte de données des utilisateurs à des fins de marketing, de publicité ou de revente, la recherche des effets de réseaux ou encore la valorisation des contenus produits par les utilisateurs en sont autant d'exemples. C'est donc cette nouvelle forme de création de valeur, qui ne donne pas lieu à rémunération, qui semble nécessiter une réflexion sur la conjonction entre rémunération et travail tel qu'il est aujourd'hui reconnu.* »

Critique au regard de la notion d'aliénation, Dominique Cardon, quant à lui, adopte une autre démarche, se plaçant du côté des citoyens internautes. Selon le sociologue, l'approche économique qui aboutit au concept de *digital labor* correspond à une interprétation « extérieure » aux pratiques numériques – une analyse du web « *comme un système* » –, à partir de laquelle « *il est assez facile de constater que les internautes, à travers leurs échanges et leurs contributions, produisent gratuitement une valeur que monétisent les plates-formes* ». Mais ce postulat passe sous silence un élément essentiel à la compréhension des pratiques numériques, celui de la massification de l'internet qui est « *une véritable démocratisation culturelle et une ouverture vers l'expression en ligne des publics populaires* », grâce à la vidéo, la photographie, les mêmes et autres « *lolcats* ».

Contrairement aux médias traditionnels qui établissent une stricte distinction entre ceux qui émettent et ceux

qui reçoivent, l'internet a permis une « *démocratisation démographique* » des échanges, pour reprendre l'expression de Dominique Cardon, minorée ou déplorée par certains observateurs « *au prétexte qu'ils ne sont pas dotés des qualités attendues d'une coopération entre personnes compétentes et diplômées* ». Les nouvelles pratiques numériques redistribuent les rôles, superposent espace privé et espace public, brassent contenus commerciaux et informations d'intérêt général. Elles abattent toute forme traditionnelle de repères. « *Libéré du carcan des gatekeepers, l'espace public numérique défait les catégories traditionnelles et mélange indifféremment technique, consommation, expression, trivialité et dérision* », explique le sociologue. Aux défenseurs de l'esprit pionnier de l'internet qui voient le web dénaturé, devenu un lieu de satisfactions individualistes et mercantiles plutôt que le tremplin pour une émancipation sociale et collective, Dominique Cardon répond par cette provocation : « *Les marchands de l'internet ont sans doute plus fait pour la démocratisation démographique des usages que les communautés historiques.* »

Intermédiaire technique entre l'offre et la demande, l'activité économique des plates-formes consiste à agréger des contenus ou des données et à les mettre à disposition. Si les internautes produisent effectivement ces « biens », chacune de ces productions resterait « *sans valeur aucune* » si elles n'étaient pas transformées dans leur ensemble « *par un mécanisme d'agrégation, de calcul, de comparaison, de filtre, de classement ou de recommandation qui leur confère un sens (pour les internautes) et une valeur (pour les plates-formes)* », répond Dominique Cardon aux adeptes de la thèse du *digital labor*. Le service rendu par la plate-forme, qui consiste à agréger les interactions et à automatiser la révélation d'une « *intelligence collective* » des productions unitaires grâce aux algorithmes, est négligé ou minoré dans ces travaux, alors que c'est lui qui rend valorisable le travail gratuit des internautes ».

Transformer des pratiques sociales en pratiques économiques – « *économisation* » – en considérant que les internautes qui s'expriment en ligne se retrouveraient *de facto* pris dans un système marchand qui les rendrait « *calculateurs* », et donc conscients de la valeur d'échange de leur contribution, revient selon Dominique Cardon à faire abstraction des « *motivations intrinsèques* » des internautes telles que les définissent les économistes. Ainsi les pratiques des internautes sont-elles consubstantielles à leurs motifs d'agir. « *Ils trouvent en eux-mêmes la valeur qui les motive : le plaisir, l'excitation, le don, la passion, le souci du partage, le goût de l'échange, le sentiment de dette et de responsabilité qui naît d'un faire en commun...* » Ces pratiques leur apportent en retour reconnaissance, estime et réputation. « *La construction de systèmes de reconnaissance méritocratique des accomplissements des internautes aura sans doute constitué l'œuvre la plus subtile et la plus originale des pionniers.* »

Sur l'internet comme sur les médias traditionnels, la gratuité des services a un prix, calculé en termes d'audience – la durée, le nombre d'individus, leur CSP – revendue aux annonceurs. Renforcée et encouragée par la popularité des outils numériques, la participation des internautes, implicite ou explicite, involontaire ou volontaire, est à la base de l'économie des plates-formes du web. Relève-t-elle pour autant de « *l'exploitation* » des consommateurs-travailleurs, tels que les définit la sociologue Marie-Anne Dujarier (*Le travail du consommateur*, 2008) au profit des détenteurs des plates-formes numériques qui en tireraient seuls la richesse ? C'est la question posée par le débat ouvert autour du *digital labor*. « *Si c'est gratuit, c'est que vous êtes le produit* » devrait plutôt se dire « *Si c'est gratuit, c'est que vous y travaillez* » écrit Antonio

Casilli. En outre, explique-t-il, la réflexion pourrait être étendue aux plates-formes qui ont recours à des humains pour effectuer un micro-travail à la tâche (*Hits pour Human intelligence tasks*) peu qualifié, destiné à aider les machines à apprendre, comme Amazon Mechanical Turk ([voir La REM n°34-35, p.84](#)) – « *centre d'élevage pour algorithmes* » –, en passant par les entreprises d'économie collaborative telles qu'Uber et Airbnb, dont « *le cœur de métier est l'exploitation algorithmique des données de mobilité et de consommation de leurs utilisateurs* ».

Afin de mieux comprendre ce qui se joue dans le débat sur le *digital labor*, où sont mêlées des réalités aussi différentes que les nouvelles usines « à clics » ou l'offre de services en ligne qui, en contrepartie des « traces » laissées à disposition, permettent aux internautes d'échanger des photos entre amis, de rechercher ou de publier en ligne, il faut sans doute opter pour une vision plus large de la nouvelle économie numérique, qui s'appuie sur l'émergence d'un « capitalisme cognitif ». Antérieure à la théorie du *digital labor*, cette conception de la transformation du capitalisme est résumée dans le rapport du CNNum comme « *un système d'accumulation dans lequel la valeur productive du travail intellectuel et immatériel devient dominante. Ce nouveau caractère central des connaissances et de l'intelligence collective pose la question de la rétribution de cette production de connaissance, qui est par nature collective et commune et qui fait l'objet d'appropriation exclusive par des acteurs économiques* ».

Sans aucun doute, la réflexion menée autour du *digital labor* a le mérite d'ouvrir un champ d'investigation, infiniment plus large, sur la nécessaire redéfinition de la notion de travail et sur les conditions d'emploi qui, quel que soit le secteur d'activités, sont bouleversées par les technologies numériques. « *Utiliser une plate-forme, est-ce un travail qui doit être reconnu comme tel ?* », les théoriciens du *digital labor* cherchent à répondre à cette question. Mais il y en a d'autres, recensées par le Conseil national du numérique (CNNum) dans son rapport intitulé « Travail, Emploi, Numérique, les nouvelles trajectoires » :

- *Quelle place et quel statut pour le travail humain dans la société de demain ?*
- *Le numérique favorise-t-il une automatisation émancipatrice des travailleurs ?*
- *Le salariat est-il dépassé ?*
- *Le numérique renforce-t-il la segmentation du marché du travail ?*
- *Toute entreprise a-t-elle vocation à être « ubérisée » ?* ([voir La REM n°34-35, p.84](#)).
- *Faut-il décorrélérer revenu et travail ?*
- *Quel dialogue social à l'heure du numérique ?*
- *Faut-il décorrélérer protection (droits) et travail (statuts d'emploi) ?*

A toutes ces interrogations, il n'existe pour l'heure qu'une seule réponse évidente : « *Agir est nécessaire* », confirme le CNNum.

Sources :

- Qu'est-ce que le *Digital Labor*, Dominique Cardon & Antonio A. Casilli, Etudes et controverses, Ina Editions, juin 2015.

-
- Travail, Emploi, Numérique, les nouvelles trajectoires, rapport remis à la Ministre du Travail, de l'Emploi, de la Formation professionnelle et du Dialogue social, Conseil national du numérique, janvier 2016.

date créée

9 avril 2016

Auteur

francoise