
QU'EST-CE QUE LE DIGITAL LABOR ?

Cardon, D., & Casilli, A. (2015). Bry-sur-Marne: INA.

Léa Bazille-Létard, Ryma Benallaoua, Astrid Junique, Léo Pons



PRESENTATION DES AUTEURS

Universitaire français, **Antonio Casilli** est chercheur en sociologie au Centre Edgar Morin de l'EHESS et maître de conférences en humanités numériques à Télécom ParisTech. Il est également chroniqueur d'émissions diffusées sur France Culture (« La Grande Table » et « Place de la Toile »). Spécialiste des réseaux sociaux, il a étudié la violence communicationnelle et les cultures numériques. Ses recherches portent principalement sur les libertés fondamentales à l'ère du numérique.

Antonio Casilli est une des figures des cultures numériques et des usages du Web. Ses recherches ont porté sur les usages des TIC et l'impact des pratiques

de présentation de soi sur les structures sociales. Il s'est également intéressé au capital social, aux codes de communication et à la vie privée dans son ouvrage *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité ?*¹.

Sociologue et anthropologue, Dominique Cardon est chercheur attaché au laboratoire Orange Labs et au Laboratoire Techniques, Territoires et Sociétés (LTTS) de l'UPEM (Université Paris-Est-Marne-la-Vallée), où il enseigne également. Il s'intéresse notamment aux transformations contemporaines de l'espace public et plus particulièrement aux infrastructures de médiations offertes par les nouvelles technologies. Auteur des ouvrages *La démocratie d'internet – promesse et limites*² et

¹ Antonio Casilli, *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité ?*, Seuil, coll. « La couleur des idées », 2010.

² Dominique Cardon, *La démocratie Internet. Promesses et limites*, Seuil, coll. « La république des idées », 2010

Médiactivistes³, Dominique Cardon est considéré comme un expert des évolutions numériques, de l'usage d'Internet et des NTIC.

PRESENTATION DU CONTEXTE

Résultat d'un dialogue engagé en juin 2014, lors d'ateliers de recherche organisés par l'Institut National de l'Audiovisuel entre Dominique Cardon et Antonio Casilli, cet ouvrage s'intéresse aux enjeux du *Digital Labor*.

La plupart des ateliers de recherche abordent la problématique des « communs », c'est-à-dire le numérique comme espace public. C'est donc naturellement que le sujet du *Digital Labor* a fait son apparition. Si l'on considère que la création de contenus sur internet est source de production de valeur, alors cela pose la question de leur qualification : est-ce un travail, du bénévolat, des loisirs ? De fait, ces activités font débat : sont-elles un risque d'aliénation ou une valorisation pour les internautes ? Doit-on les encadrer légalement (rémunération, régulation, protection des données etc.) ? De même, vient la question de la qualification et du statut du contenu ; faut-il le collectiviser ou au contraire, le commercialiser ? Nous pouvons illustrer notre propos en prenant l'exemple de la création d'une playlist sur Deezer ; doit-on considérer cela comme un travail qui mériterait donc salaire ? De fait, devrait-on la commercialiser ? Ou doit-on, au contraire, considérer cela comme du volontariat qui devrait être accessible à tous ?

PRESENTATION DES CONCEPTS

QU'EST-CE QUE LE « DIGITAL LABOR » ?

C'est à l'aide d'exemples concrets et d'explications qu'Antonio Casilli livre sa définition du *Digital Labor* tout au long de ce dialogue. Selon lui, « *il s'agit de l'ensemble d'activités de consommation et en même temps de production de contenus des industries innovantes de la culture et de la communication* » (p. 26). Le *Digital Labor* est une activité cognitive des utilisateurs de plateformes numériques qui permet la collecte de données.

C'est une nouvelle forme de travail qui s'incarne dans ce qu'on appelle « l'économie collaborative ». Dans ce système, c'est le consommateur qui travaille en fournissant des données, on parle alors de « consom-acteur ». Autrement dit, **chaque action effectuée sur Internet produit de la valeur**. Par exemple, un internaute qui effectue une recherche Google rend service au moteur de recherche, car il l'informe de ses besoins, ses envies, ses questions à un instant T. Le moteur de recherche va ensuite pouvoir se servir de ces informations, et les revendre à des entreprises, via Google AdWords entre autres. Ces recherches permettent également à Google d'améliorer son moteur et ses résultats. Mais cette activité peut-elle être vraiment assimilée à un travail, même si elle produit indéniablement de la valeur ?

³ Cardon, Dominique, et Fabien Granjon. *Médiactivistes*. Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.), 2010

On dit souvent que **les activités des internautes génèrent de la valeur**, en témoigne la célèbre expression « *si c'est gratuit, vous êtes le produit* ».

On peut également citer l'exemple du reCAPTCHA de Google, permettant de vérifier si l'utilisateur est humain. Or, ce service contribue à la numérisation de textes au service Google Books. Le même type de logique est également en place quand il s'agit de reconnaître des numéros de rue pour améliorer Google Street View. Les raisonnements sont similaires à la plateforme Mechanical Turk d'Amazon, la rémunération en moins. « *Le Digital Labor est un travail éminemment cognitif qui se manifeste à travers une activité informelle, capturée et appropriée dans un contexte marchand en s'appuyant sur des tâches médiatisées par des dispositifs numériques* » (p.31). Certains, comme Antonio Casilli, posent la question suivante : « **s'il y a un travail, même infime, effectué par l'utilisateur, doit-il y avoir rémunération ?** »

CONCEPT DU « MICRO-TRAVAIL » ; LA PRECARISATION DU TRAVAIL

On parle de micro-travail pour définir l'effritement du travail numérique. Ce dernier est souvent effectué par des milliers de « travailleurs » surtout dans les pays pauvres, pour quelques centimes. **Beaucoup d'entreprises ont des besoins d'externalisations pour certaines tâches numériques** qu'elles ne peuvent ni automatiser, ni réaliser elles même par faute de moyens et de temps. Il existe plusieurs sites qui permettent de mettre en relation les entreprises qui cherchent à externaliser certaines tâches, et des « travailleurs » prêts à les effectuer, comme Mechanical Turk d'Amazon, ou Foule Factory (français).

On parle donc de monétisation des contenus numériques produits volontairement ou non par les internautes. Ces services permettent de faire distribuer par un logiciel des tâches simples et répétitives à une foule de contributeurs humains, pour accomplir ce que les intelligences artificielles ont encore bien du mal à réaliser, comme reconnaître des visages, trier ou étiqueter des images, ranger des chansons dans des playlists, extraire des données d'images... **Le Mechanical Turk d'Amazon est l'emblème de la fragmentation, de la parcellisation et de l'atomisation du travail.**

Par exemple, un chef d'entreprise avait besoin de compiler dans un tableau Excel les contacts de deux cent juniors entreprises. Il aurait pu aller sur Internet et trouver un par un les contacts de ces entreprises afin de les répertorier dans un fichier Excel. Mais il a préféré faire appel à la foule, car cela lui permet de maîtriser ses coûts, et lui donne une réactivité immédiate. Le travail va être effectué très rapidement, grâce aux nombreux contributeurs. Chaque tâche consistait à aller sur le site web d'une entreprise, de trouver ses informations de contacts, et de les insérer sur Foule Factory. Il existe également des sites comme l'Américain Fiverr.com, ou le français 5euros.com, qui proposent à des utilisateurs de **mettre en vente leurs services pour de faibles sommes** (création de logos, écriture d'articles, voix off...). Ces services sont de plus ou moins bonne qualité

selon le vendeur. Il existe un système d'évaluations pour sélectionner le meilleur *freelance*. L'accumulation de la vente de ces micro-services et l'optimisation du temps de réalisation, permet à certains d'obtenir un petit revenu complémentaire à la fin du mois.

RESEAUX SOCIAUX

C'est sur les réseaux sociaux que le travail digital est le plus implicite, le plus invisible. Les utilisateurs ne sont pas conscients qu'un simple clic sur Facebook, additionné à des millions d'autres, contribue à créer de la valeur. Il y a une imbrication entre le travail et le loisir (on parle de *weisure* en anglais, qui est la contraction entre « *work* » et « *leisure* »). Il existe une sorte d'échange tacite, un troc, entre les deux parties (Facebook, et l'internaute). Mais les internautes ne sont pas conscients des termes de cet échange. En 2015, Facebook annonçait dans ses résultats générer environ 2,76 dollars de chiffre d'affaires en moyenne par an et par utilisateur, dont la quasi-totalité provient de la publicité, avec de fortes disparités puisque ce chiffre est de 9,3 dollars pour les utilisateurs américains et canadiens, et de 3,36 dollars pour les Européens.

THESE DES AUTEURS

ANTONIO CASILLI, « DIGITAL LABOR : TRAVAIL, TECHNOLOGIES ET CONFLICTUALITES »

Antonio Casilli met en avant le fait qu'il faut s'écarter de la notion « habituelle » de travail. **Chaque action effectuée sur les réseaux sociaux, les objets connectés ou les applications produit de la valeur.** Casilli a souvent été épinglé et critiqué dans sa grille de lecture marxiste. D'après lui, le *Digital Labor* est un développement logique du capitalisme cognitif. La contribution de Casilli s'articule en trois principaux points : le travail, la technologie et leurs conflictualités. Selon l'auteur, **l'économisation des pratiques numériques serait source d'une aliénation des utilisateurs.** En véritable défenseur de la cause des internautes, Antonio Casilli propose de rémunérer les activités numériques, non pas à l'unité car cela se montrerait inutile, mais sous forme de « *revenu universel* ». Les usages de la « *parole problématique* » d'internet (les trolls, les fakes, les vandales de Wikipedia, les anonymes...) sont des sujets de choix pour Casilli car ils introduisent des éléments de parasitage dans les conversations, des blocages... (trouble de participation).

Antonio Casilli fournit une distinction manichéenne entre « l'Internet d'aujourd'hui » et celui « des pionniers » auquel il s'identifie. La marchandisation d'Internet a contribué à sa fragilisation, notamment le modèle des pionniers. Très critique, Antonio Casilli s'intéresse aux externalités négatives causées par le *Digital Labor*. Pour lui, le travail numérique que nous accomplissons en ligne prête à confusion.

Mais il n'y a pas que des opérateurs qui travaillent pour Google. Nous travaillons tous pour lui, explique-t-il en évoquant *Recaptcha*, ce service gratuit qui permet de distinguer un

homme d'un robot logiciel pour valider une authentification ou un commentaire. En utilisant cet outil, nous contribuons tous à améliorer la numérisation accomplie par Google Books ou par Street View via l'identification des numéros ou des mots pour les services de Google. Avec ReCaptcha, nous réalisons des tâches assimilables au travail. Cependant, contrairement à nous les opérateurs de Google chargés de numériser des livres sont rémunérés. Doit-on, peut-on, pour autant parler d'exploitation ? Chaque *like* que nous déposons sur Facebook mesure notre participation comme notre performance. Tous les *likes* et contributions que nous laissons sur les réseaux sociaux permettent de déterminer des préférences, des goûts personnels qui sont ensuite revendus par ces réseaux sociaux à des sociétés de marketing et des grands groupes. Ces derniers peuvent ensuite nous envoyer de la publicité très personnalisée. Si par exemple sur Facebook un utilisateur *like* systématiquement des photos de chiens ou les statuts d'amis parlant de chiens, Facebook devine que l'utilisateur aime les chiens, et revend donc son profil à des grandes marques comme Frolic, qui vont lui envoyer de la publicité ciblée. Facebook fait donc un profit énorme car il ne paye rien pour collecter les goûts de l'utilisateur et les revendre très chers. Le problème est que ce travail est un travail de « faible intensité » qui, pour cela, peine à être reconnu comme tel.

*« On ne sait jamais si on s'amuse ou si on produit de la valeur pour quelqu'un. Quand je like quelque chose, est-ce que je fais un signal amical à quelqu'un ou est-ce que je produis de la valeur pour la plateforme que j'utilise ? »*⁴. Le temps des luttes syndicales passées cherchant à imposer la journée de trois fois huit heures (huit heures de travail, huit heures de repos et huit heures pour s'amuser) est terminé. Désormais on relève ses e-mails avant de prendre son café. On ne sait plus départager l'activité travaillée du temps de vie.

DOMINIQUE CARDON, « INTERNET PAR GROS TEMPS »

Dominique Cardon ne se place pas en opposition à Antonio Casilli, mais propose une thèse plus nuancée. Il propose un discours moins dogmatique et plus **proche des usagers**. Selon lui, il convient de débattre d'Internet en développant un discours moins généraliste et peu affirmatif. On connaît mal la diversité des usages. Le débat sur le *Digital Labor* permet la compréhension des **nouvelles formes de fabrication de la valeur**. La difficulté en théorisant ce nouveau capitalisme est de réduire la diversité de comportements et de s'éloigner ainsi de la réalité des pratiques numériques.

Dominique Cardon propose une analyse « par le bas » en partant de l'**analyse des comportements** puisque ce sont eux qui influent et définissent une part importante des concepts de réputation, de visibilité, de fabrication du commun et sont au cœur des enjeux des calculs. **Les internautes ne sont pas extérieurs à la question de**

⁴ Cité dans l'article « Digital Labor : comment répondre à l'exploitation croissante du moindre de nos comportements ? », paru dans www.internetactu.net du 12 novembre 2014

l'économisation des pratiques, ils en sont à l'origine. L'étude du *Digital Labor* implique donc une part descriptive indispensable des comportements divers des internautes. Cela évitant l'erreur selon l'auteur d'une généralisation excessive en reprenant les grands principes d'Internet. « *Il faut arrêter de croire que les usagers sont totalement aliénés dans des dispositifs qui les dépassent ou de vouloir les rendre totalement libres de toute détermination des environnements sociotechniques dans lesquels ils s'engagent* » (p. 100). C'est donc un domaine nouveau qui implique une étude novatrice et singulière.

Pour comprendre le *Digital Labor* il faut décortiquer sur un temps long la pratique des usagers. Ce basculement vers une recherche empirique est dû à la jeunesse du domaine étudié. Plus largement il s'agit de saisir le **lien entre le sens de l'activité humaine et le numérique**. L'auteur se lance dans un **éloge du capitalisme digital** (« *externalités positives, valeurs réseau, rente digitale* ») à l'ère d'Internet notamment concernant la démocratisation des usages. Selon lui, la forte croissance des pratiques numériques pousse les usagers à plus de raison ; c'est-à-dire qu'une sorte d'équilibre se crée entre les consommateurs et les producteurs de valeur. Cependant, il distingue **deux formes de travail**. L'une où l'internaute est conscient de son travail (« *mise au travail explicite et contractuelle* ») et l'autre où l'internaute travaille pour des géants de l'Internet sans même s'en rendre compte.

Enfin, concernant le libre accès à l'information Dominique Cardon expose un paradoxe : le « **paradoxe de la privacy** ». Bien que les internautes désirent garder leurs données personnelles et mieux se protéger de la surveillance étatique, leurs pratiques ne changent pour autant pas fondamentalement. La pratique l'emporte toujours. Ce même phénomène se produit avec la personnalisation des profils, c'est-à-dire montrer à l'internaute ce qu'il a envie de voir, quitte à occulter une partie de la réalité. Par exemple, on remarque que même si en théorie l'internaute décrit cela comme une restriction à l'information, en pratique il réclame cette personnalisation notamment concernant ses intérêts.

AVIS ET MIS EN PERSPECTIVE

La problématique du *Digital Labor* réside dans ces actions numériques quotidiennes, sans avoir conscience d'effectuer un travail.

Pour Antonio Casilli, la logique même du *Digital Labor* est de faire en sorte que l'utilisateur des plateformes du Web n'assimile pas son activité à un travail, par exemple en insistant sur le côté ludique de la tâche à accomplir. Ainsi, il n'y a pas de revendication salariale de la part des contributeurs. C'est une réalité qui se vérifie particulièrement sur les plateformes de socialisation comme Twitter ou Facebook. Beaucoup considèrent la publication ou le partage de contenus comme un jeu, sans nécessairement comprendre que la moindre de leurs actions améliore le logiciel du site.

Le *Digital Labor* a souvent été épinglé et critiqué dans sa grille de lecture marxiste. Mais la gratuité affichée par nombre de réseaux sociaux ou sites internet est en conséquence toute relative si ce n'est factice. Les données personnelles et le travail de faible intensité demandés à chaque utilisateur deviennent monnaies d'échange du vaste marché du numérique.

On en revient donc à la fameuse question « **s'il y a un travail, même infime, effectué par l'utilisateur, doit-il y avoir rémunération ?** »

Mais ne peut-on pas également se poser la question des avantages du *Digital Labor* ? Le micro-travail, par exemple, permet à certaines personnes (surtout dans les pays émergents) d'obtenir un complément de revenu à la fin du mois, grâce à l'automatisation de leurs tâches. Dans la plupart des cas, il ne faut cependant pas compter sur une quelconque protection sociale.

Le fait que nos actions, même infimes, permettent aux géants comme Google ou Facebook de générer des revenus, ne nous permettent-elles pas finalement d'accéder à ces services gratuitement ? **Combien de personnes accepteraient de payer un abonnement à Facebook ou Google en échange de la certitude que ces entreprises n'exploitent pas leurs données ?** C'est également une question qu'il convient de se poser.