

HEC MONTRÉAL
École affiliée à l'Université de Montréal

**Reconnaissance idéologique et consentement dans l'usine sociale :
Étude critique sur la prosommation**

par
Justin Maalouf

Thèse présentée en vue de l'obtention du grade de Ph. D. en administration
(option Management)

Novembre 2019

© Justin Maalouf, 2019

HEC MONTRÉAL
École affiliée à l'Université de Montréal

Cette thèse intitulée :

**Reconnaissance idéologique et consentement dans l'usine sociale :
Étude critique sur la prosommation**

Présentée par :

Justin Maalouf

a été évaluée par un jury composé des personnes suivantes :

Richard Déry
HEC Montréal
Président(e)-rapporteur(se)

Yves-Marie Abraham
HEC Montréal
Directeur de recherche

Mehran Ebrahimi
ESG UQAM
Membre du jury

Marie-Pierre Boucher
UQO
Examinatrice externe

Marlei Pozzebon
HEC Montréal
Représentante du directeur de HEC Montréal

Résumé

Au cours des dernières années, la question de la prosomption a pris une importance considérable dans les sciences managériales, comme en témoigne l'augmentation spectaculaire de travaux publiés sur le sujet. Précisément, ce terme (de l'anglais "*prosumption*") vise à désigner les activités brisant les frontières entre la production et la consommation (ainsi qu'entre le travail et la vie personnelle et sociale), causant de ce fait l'estompement des séparations spatiales et temporelles typiques de la modernité (Ritzer; 2014b). Les conséquences économiques, organisationnelles et sociétales de ces activités sont énormes, puisqu'elles impliquent que le processus de création de valeur cesse d'être seulement l'apanage des entreprises et des travailleurs formels, et que bien souvent, ce sont les consommateurs eux-mêmes qui deviennent le principal vecteur de création de valeur. Face à la prolifération de ce genre de pratiques, nous nous sommes posé la question suivante : *pourquoi les prosommateurs déploient-ils autant d'efforts dans la réalisation d'activités pour lesquelles ils ne sont aucunement rémunérés?* Les raisons nous incitant à nous intéresser à cette question sont au nombre de deux. Tout d'abord, il existe dans les études sur le sujet une tendance à ne présenter la prosomption que sous un jour positif, alors que cette activité est souvent empreinte de relations de pouvoir et d'exploitation. En second lieu, la quasi-totalité des études sur le sujet présente trop souvent la prosomption comme un acte strictement spontané, et néglige donc toutes les mesures qui sont mises en place par les entreprises afin d'encourager et d'encadrer cette pratique extrêmement lucrative (Siuda et Troszynski, 2016). Au niveau théorique, nous nous sommes tournés vers trois théories néo-marxistes afin de proposer une analyse de la prosomption et de formuler une hypothèse permettant de répondre à notre question de recherche. Ces trois théories sont le marxisme autonomiste, la théorie des processus du travail, ainsi que la théorie de la reconnaissance honnethienne. Sur cette base, nous avons émis l'hypothèse que c'est grâce à des formes de reconnaissance que l'on peut qualifier d'idéologique que les entreprises parviennent à maximiser l'effort des prosommateurs et à leur retirer toute velléité de contester l'accaparement de la valeur qu'ils créent. Pour tester cette hypothèse, une ethnographie s'échelonnant sur plusieurs mois a été réalisée auprès d'une communauté de moddeurs (les moddeurs sont des joueurs qui modifient gratuitement et

volontairement un jeu vidéo) se regroupant autour des jeux vidéo de la série *Total War : Warhammer*. Les résultats de cette enquête empirique ont effectivement permis de valider notre hypothèse, tout en démontrant l'importance qu'a le potentiel désaliénant de cette activité pour les moddeurs néophytes.

Mots clés : Prosommation, marxisme autonomiste, théorie des processus du travail, reconnaissance idéologique, consentement, commun, mods, jeux vidéo.

Méthodes de recherche : Recherche qualitative, ethnographie, netnographie.

Abstract

In the last years, managerial sciences has accorded a significant amount of attention to the question of prosumption. Precisely, the term prosumption is a neologism which defines the activities that breaks the previously strict demarcation between consumption and production (Ritzer; 2014b). The economic, organisational and societal consequences of these activities are enormous cause they imply that the creation of value is now no longer the monopoly of enterprises and their employees, since it's often the consumers that are the principal creator of value. The questions that this thesis wish to answer is the following: *Why do prosumers spend so much time and energy in order to realise these activities for which they are not remunerated?* Two reasons make this question worth investigating. First of all, the analyses of prosumption that are made in managerial sciences are almost always partials, since they tend to only consider the positive aspects of this phenomenon and to neglect the relations of power and exploitation that are almost always present. Secondly, research on prosumption tend to focus principally on the bottom-up activities undertaken by prosumers and to give too little attention to the actions companies undertake to incite prosumers to "work" (Siuda et Troszynski, 2016). At the theoretical level, we've used three Neo-Marxist theories in order to analyze prosumption critically and to formulate an hypothesis which can answer our research question. These three theories are Autonomist Marxism, Labour Process Theory and Honneth theory of recognition. The hypothesis we proposed is that it's by using forms of ideological recognition that companies manage to maximise the effort of prosumers and to make them consent to the expropriation of the value they create. In order to test this hypothesis, an ethnography was conducted on a modders community (modders are players that modify voluntarily a video game). The results of this empirical inquiry permitted to validate our hypothesis and to expose that for neophyte modders, the "dealienating" potential of this activity is particularly important.

Keywords : Prosumption, Autonomist Marxism, labour process theory, ideological recognition, consent, common, mods, video games.

Research methods : Qualitative research, ethnography, netnography.

Table des matières

Résumé	iii
Abstract	v
Table des matières	vii
Liste des tableaux et des figures	x
Liste des abréviations	xi
Introduction	1
Partie I : Revue de la littérature	13
Chapitre 1 : La découverte récente d'un ancien phénomène	13
1.1 Qu'est-ce que la prosomation?	15
1.2 Les tribus ou communautés de prosommateurs.....	31
1.3 Facteurs permettant d'expliquer l'essor récent de la prosomation	44
1.4 Comment les sciences managériales envisagent-elles la prosomation?.....	50
1.5 Avantages et inconvénients de la prosomation ?.....	63
1.6 Pour une analyse marxiste de la prosomation	74
Partie II: Cadre théorique	82
Chapitre 2: La théorie autonomiste	82
2.1 Subsumption formelle, subsumption réelle et biocapitalisme.....	83
2.2 Inversion copernicienne et composition de classe.....	89
2.3 Multitude	101
2.4 Travail immatériel	109
2.5 Immanence	117
2.6 Le commun.....	120
2.7 Usine sociale et labeur gratuit	128
2.8 La valeur.....	137
2.9 Le devenir rente du profit	160
2.10 Biopolitique	171
2.11 Biopouvoir.....	178
2.12 L'entrepreneur politique	184
2.13 La prosomation, une voie vers l'émancipation ?.....	193

Chapitre 3 : Théorie des processus de travail et consentement	197
3.1 La fabrication du consentement	201
3.2 Pour une étude des politiques de prosomation.....	213
Chapitre 4 : La reconnaissance idéologique	217
4.1 Honneth et la théorie critique	218
4.2 La reconnaissance	221
4.3 Honneth et le pouvoir.....	229
4.4 La reconnaissance idéologique au cœur des politiques de prosomation?	235
Chapitre 5 : Méthodologie et design de recherche	236
5.1 Question de recherche, hypothèse principale et posture épistémologique.....	236
5.2 Etude de cas sur l'industrie des jeux vidéo	238
5.3 Netnographie d'une communauté de moddeurs.....	245
5.4 Choix de la communauté étudiée	248
5.5 Collecte des données	253
5.6 Éthique	259
5.7 Traitement des données.....	260
Chapitre 6 : L'industrie des jeux vidéo	262
6.1 Qu'est-ce qu'un jeu vidéo?	262
6.2 Historique des jeux vidéo	265
6.3 Analyse économique	282
6.4 Impacts cognitifs	302
6.5 Conclusion.....	307
Partie V: Présentation des résultats et discussion	308
Chapitre 7- Comment devient-on moddeur	308
7.1 Reproduire fidèlement l'univers Warhammer.....	309
7.2 Corriger et améliorer le jeu	313
7.3 Importer des éléments provenant d'un autre univers ou de son imagination.....	314
7.4 Se désaliéner ?.....	318
Chapitre 8 : L'importance de la reconnaissance chez les moddeurs	328
8.1 Reconnaissance liée à l'estime	329
8.2 Reconnaissance idéologique	343

8.3 Limites de la reconnaissance idéologique?	357
8.4 Conclusion	364
Conclusion	366
Bibliographie	377
Annexe I- Grille d'observation	i
Annexe II- Guide d'entrevue	iii

Liste des tableaux et des figures

Tableau 1 : Caractéristiques des moddeurs interviewés.....	256
Figure 1 : Exemple de la page Steam Workshop d'un mod.....	335

Liste des abréviations

CA = Creative Assembly

CLUF = Contrat de licence de l'utilisateur final

CMS = Études critiques en management

DLC = Contenu téléchargeable

GDL = Goods dominant logic

GW = Games Workshop

IP = Propriété intellectuelle

LPT = Théorie des processus du travail

MMORPG = Jeux de rôle en ligne massivement multijoueur

SDL = Service dominant logic

TW: W = Total war: Warhammer

Remerciements

L'écriture d'une thèse est une aventure passablement longue, ardue et en grande partie solitaire. Il m'aurait été toutefois impossible de mener cette aventure à terme sans l'aide et le support de plusieurs personnes. Tout d'abord, je tiens à remercier mon directeur de thèse, M. Yves-Marie Abraham. Vous m'avez toujours supporté à la fois dans la rédaction de cette thèse et dans les autres côtés de ma vie professionnelle, et je vous serai toujours reconnaissant. Toujours à HEC Montréal, je me dois également d'exprimer ma gratitude envers M. Gilles Cazabon et M. Sébastien Arcand. Vous m'avez tous deux donné la chance de faire mes premiers pas dans le merveilleux domaine de l'enseignement universitaire, et je ne serai pas où je suis présentement sans l'opportunité que vous m'avez offerte.

Hors du milieu académique, je me dois de souligner la contribution énorme de mes parents, puisque sans leur aide financière et leur support moral, il m'aurait été impossible de mener ce projet à terme.

En dernier lieu, je me dois également de remercier toutes les personnes qui ont accepté de participer à cette étude, puisque c'est grâce à leur gentillesse et à leur générosité que la réalisation de celle-ci a été possible.

Introduction

Capitalist economic rationality has no room for authentically free time which neither produces nor consumes commercial wealth ... Capital must not only find ways to absorb more and more goods and services through realisation but also somehow occupy the free time that the new technologies release (Harvey, 2014: 277-278).

Bien que pour un Occidental moderne, la distinction formelle entre les sphères de la production et de la consommation semble être un phénomène naturel, celle-ci est somme toute assez récente dans l'histoire de l'humanité, puisqu'elle n'est apparue qu'avec l'avènement du capitalisme comme système social dominant (Graeber, 2011). Le lien entre le capitalisme et une telle séparation découle du fait que celle-ci est pratiquement impossible sans l'existence d'un marché agissant comme médiateur entre les lieux de production et les lieux domestiques, ce qui explique pourquoi les sociétés pré-capitalistes, dans lesquelles le marché n'occupait qu'une place restreinte, étaient pratiquement toutes caractérisées par une indistinction de ces deux activités (Graeber, 2011). Toutefois, bien que cette différenciation soit somme toute une irrégularité de l'histoire humaine, elle est maintenant fortement ancrée dans l'imaginaire collectif des sociétés occidentales et occidentalisées contemporaines. Dans celles-ci, il est généralement admis que la production est une activité collective permettant de créer de la valeur, alors que la consommation est un acte habituellement individuel n'entraînant qu'une destruction de valeur (Vargo et Lusch, 2011). Considérant cela, il n'est donc pas surprenant que les différentes théories économiques et sociologiques aient généralement théorisé et étudié distinctement chacun de ces domaines¹. Puisque les systèmes économiques capitalistes se caractérisaient à l'origine par la primauté des activités de production ainsi que par le faible développement des systèmes de consommation, l'économie et la sociologie se concentrèrent presque exclusivement sur le processus de production. La sphère de la production suscitait un intérêt énorme, puisque les innovations technologiques et managériales qui survinrent dans son enceinte eurent pour effet de non seulement bouleverser entièrement les forces et relations de production, mais également l'ensemble

¹ Cette séparation et cette catégorisation cadraient d'ailleurs parfaitement avec ce qui a été nommé par Bauman l'esprit solide de la modernité, esprit qui était en vogue lors du capitalisme industriel. Rappelons que selon Bauman, la solidité fait référence à une aversion extrême envers l'ambiguïté, ce qui crée, dans les sociétés modernes, une propension à s'engager dans d'interminables tentatives de classification et de catégorisation des différents phénomènes sociaux. Mais loin de permettre une compréhension plus fine de l'environnement social, ces classifications et catégorisations aboutissent à une opacification des nombreux liens et similitudes existants entre les différents phénomènes sociaux et en la promotion d'une unicité qui n'est que fictive (Ritzer et Rey, 2016).

de la société (Campbell, 2005b; Slater, 1997). De son côté, l'étude de la sphère de la consommation semblait relativement inintéressante, car la faible quantité et variété de marchandises faisait en sorte que la grande majorité des activités de consommation capitaliste étaient laissées à une classe de petit bourgeois dont les conditions de vie étaient pratiquement indistinguables de celles des prolétaires (Ritzer, 2015a). Il fallut attendre le développement des activités de distribution à grande échelle, ainsi que l'apparition des supermarchés, vers le milieu du 20e siècle, avant de voir les sciences sociales tourner le regard vers les activités de consommation. Il s'ensuivit que l'étude de la consommation, qui jusqu'alors avait été en grande partie négligée, si ce n'est par Veblen², Sombart et une poignée d'économistes³, en vint à prendre beaucoup plus d'importance, voire à devenir dominante, comme en fait foi l'impact considérable qu'eurent Galbraith, Bell, Bourdieu et Baudrillard dans les milieux académiques et intellectuels au cours des décennies qui ont suivi la Seconde Guerre mondiale (Fisher, 2015a). L'importance accrue accordée aux activités de consommation au cours de cette période, et de la période présente, se constate également par le fait que dans les milieux politiques, économiques et administratifs que l'on pourrait qualifier de conservateurs, ce n'est plus la critique de la paresse des travailleurs qui est prépondérante, mais bien une critique portant sur la faible consommation des ménages (Gabriel et Lang, 1995).

Toutefois, à la lumière des événements des dernières décennies, force est d'admettre que les sciences sociales et économiques se doivent de revenir sur cette distinction conceptuelle, car celle-ci s'avère insuffisante, si ce n'est nuisible, pour la compréhension et la théorisation des activités économiques contemporaines. Ce constat se base sur l'importance économique que prennent les activités de consommation dans l'économie actuelle. Le terme consommation (de l'anglais "*prosumption*") est un néologisme proposé par Toffler (1980) permettant de désigner les activités brisant les frontières entre la production et la consommation (ainsi qu'entre le travail et la vie personnelle et sociale),

² Notons que bien que Veblen soit principalement connu pour son livre la *Théorie de la classe loisir*, qui est une étude sur la consommation, ce livre est en quelque sorte une anomalie dans son parcours intellectuel, car la majeure partie de son œuvre porte sur le processus de production.

³La théorisation des comportements des consommateurs par ces économistes était toutefois somme toute déficiente, car ceux-ci se cantonnaient à utiliser un cadre d'analyse ahistorique stipulant que ces comportements étaient les mêmes pour tous et en tout temps (Campbell, 2005b).

causant de ce fait, l'estompement des séparations spatiales et temporelles typiques de la modernité (Ritzer; 2014b). On peut citer comme exemple les stations service libre service ainsi que les guichets bancaires automatiques, puisque les consommateurs qui les utilisent doivent y assumer des fonctions qui étaient réalisées, il n'y a pas si longtemps, par des employés rémunérés. Mais il existe également des formes de prosommation beaucoup plus récentes et "abstraites", comme le démontre le cas des réseaux sociaux, dont le modèle économique est entièrement dépendant des activités de leurs utilisateurs (Ritzer et Jurgenson, 2010). Contrairement à ce que certaines définitions trop superficielles du phénomène clament, la prosommation consiste en un mouvement bidirectionnel, car elle n'implique pas simplement que la consommation est une forme de travail, mais également que la production est une forme de consommation (Fontenelle, 2015). D'ailleurs, on peut même aller jusqu'à se demander, à l'instar de Ritzer (2015a), si la dichotomie entre production et consommation introduite par les sciences économiques et sociales n'est pas intrinsèquement erronée et problématique, considérant que toute forme de production implique nécessairement une forme de consommation (puisque, comme Marx l'avait mentionné, toute production demande une consommation de matières premières et de travail), et qu'inversement, toute forme de consommation implique également une forme de production (étant donné que toute consommation demande la réalisation de certaines actions par le consommateur, aussi minimes soient-elles). Si l'on suit jusqu'au bout la logique de cet auteur, la production et la consommation auraient donc dû être historiquement traitées comme des cas marginaux de prosommation, ou pour reprendre un langage wébérien, comme des idéaux types; c'est-à-dire des caricatures raisonnées qui facilitent l'analyse et la catégorisation d'une situation ou d'un phénomène (Ritzer, 2015a). Cependant, Ritzer affirme que les développements des dernières décennies ont même rendu nuisible l'utilisation de ces concepts comme des idéaux types, et qu'ils doivent maintenant être considérés comme des concepts zombies, soit des concepts qui bien qu'ayant déjà eu une certaine utilité analytique à une époque antérieure, ne font qu'obscurcir un ou des processus plus importants de l'époque actuelle. Afin de s'extirper de cette aporie, il propose plutôt de conceptualiser les activités économiques contemporaines selon un continuum allant de la prosommation-comme-production ("*prosumption as production*") jusqu'à la prosommation-comme-consommation

("prosumption-as-consumption"), qui représentent respectivement les cas les plus "purs" de production et de consommation⁴ (Ritzer, 2015a; 2015d; Ritzer et Rey, 2016).

Que l'on accepte ou pas l'argumentaire de Ritzer⁵, force est d'admettre que sans être un phénomène nouveau dans le capitalisme moderne (comme le démontrent les exemples des stations-service libre-service et des "fast-foods"), la prosommation prend indubitablement une importance accrue dans l'économie contemporaine (Ritzer 2014a; 2015a; 2015c). Pour s'en convaincre, on n'a qu'à se référer au fait qu'un nombre sans cesse croissant de chercheurs et d'auteurs, provenant d'écoles de pensée disparates, soulignent que l'identification et la création de processus permettant la création de valeur par les clients est devenu un prérequis essentiel pour la survie à long terme de toute entreprise (Arvidsson, 2006; Chesborough, 2006; Cova et Cova, 2012; Dujarier, 2008; Dusi, 2017; Hardt et Negri, 2009; Hanlon, 2016; Howe, 2009; Norman et Ramirez, 1993; Prahalad et Ramaswamy, 2004; Ritzer et al., 2012; Sanders et Stappers, 2008; Tapscott et Williams, 2006; Terranova, 2004; Vargo et Lusch, 2004; von Hippel, 2005; Williams et Tapscott, 2006; Willmott, 2010; Zizek, 2009). Comme l'explique Lopdrup-Hjorth, dans l'économie contemporaine :

the sentiment of the street [formule qu'il utilise afin de désigner les activités des prosommateurs] has moved from being something of questionable value to becoming a highly valued asset, not merely in the sense of something to which positive connotations are being ascribed, but more importantly as a source of economic value, as a source that is indispensable for the creation of value, and as something to which managers must therefore attend (Lopdrup-Hjorth, 2013: 12).

L'importance de la prosommation est devenue telle, que, selon Ritzer (2014b), nous sommes maintenant dans une société de prosommateurs ("prosumer society"), dans la mesure où la prosommation occupe une place de plus en plus importante autant économiquement, socialement et même politiquement (pour certains elle est en effet perçue comme une alternative politique au monde d'ultra-consommation dans lequel baigne l'individu contemporain (Cova et al., 2013)). Lorsque l'on considère que les études

⁴ Dans la perspective d'une étude sur la prosommation, les cas qui sont les plus intéressants sont bien sûr ceux qui se retrouvent au centre de ce continuum, c'est-à-dire les activités dans lesquelles les concepts de productions et de consommations sont tellement imbriqués, qu'il devient impossible de les séparer clairement.

⁵ Pour une critique, voir Dusi (2017).

sur le sujet démontrent qu'entre 58 et 83 % de la population des pays les plus économiquement avancés s'engagent régulièrement dans ce type d'activités (Arvidsson, 2008), on ne peut que difficilement contredire Ritzer sur ce point. Cette tendance semble d'ailleurs vouée à s'amplifier. Dans les économies avancées, un milliard de personnes ont entre deux à six heures de temps libre par jour (ce qui se traduit par un total de deux à six milliards d'heures de temps libre par jour), et ces heures de temps libres peuvent être aisément converties en heures de "travail" gratuit par les nouvelles plateformes numériques (Scholz, 2017)⁶.

L'amplification de la prosommation a bien sûr des impacts énormes au niveau économique et organisationnel, puisqu'elle représente pour les entreprises de toutes nouvelles façons de réaliser des profits. On peut citer l'exemple de Facebook, qui en plus d'être un phénomène culturel d'une très grande importance, est une entreprise extrêmement rentable, dont le modèle d'affaires dépend presque intégralement de la prosommation. Pour l'année 2014, le profit de cette entreprise frôle les 5 milliards de dollars américains, ses revenus dépassent les 12 milliards de dollars américains et sa capitalisation boursière dépasse les 200 milliards de dollars américains, et ce, même si elle emploie moins de 5 000 travailleurs rémunérés⁷ (Fuchs, 2015). À titre de comparaison, notons que cette capitalisation boursière est supérieure à celle de Wal-Mart, qui de son côté emploie plus de 2,2 millions de travailleurs rémunérés (Mumby, 2016). On peut également se référer à l'exemple des marques (dont la capitalisation dépend, comme il le sera démontré, en grande partie de la prosommation) puisque l'importance de celles-ci pour la création de valeur est maintenant un fait bien établi par la littérature (Duguleană et Duguleană, 2014). Les marques sont d'ailleurs devenues tellement rentables, que certaines des entreprises les plus profitables n'effectuent pratiquement plus aucune activité de production à proprement parler, et se concentrent exclusivement sur le développement de leurs images de marque

⁶ Toutefois, malgré l'importance accrue que prend le prosommateur dans la société contemporaine, il ne faut pas faire l'erreur de l'imposer comme une figure totalitaire écrasant toutes les autres facettes de la consommation. Comme le soulignent Cova et al. (2010), la volonté et la capacité de s'impliquer activement dans le processus de co-crédation n'est pas universelle, et la figure du consommateur passif, bien que perdant indubitablement en importance, reste encore pertinente afin de comprendre certains aspects de la consommation.

⁷ D'ailleurs, comme le notent Beverungen et al. (2015) les tâches de la grande majorité de ces 5000 employés salariés consistent soit à encourager le travail des consommateurs, ou bien à le transformer de manière à le rendre plus facilement marchandisable.

(Arvidsson, 2005; 2013). Ces deux exemples sont loin de décrire l'ampleur du phénomène, car à l'heure actuelle, des entreprises aussi diverses et aussi importantes que BMW, Procter & Gamble, Nokia, LEGO, Nike, IBM, Samsung, Starbucks, IKEA, SAP, Le Crédit Agricole, Dell, Ducati, Philips Electronics, Unilever et Harley Davidson, ont toutes recours de façon extensive à la prosomation afin de créer de la valeur de plusieurs manières distinctes (Lopdrup-Hjorth, 2013; Ramasawamy et Ozcan, 2014). En tenant compte de l'importance que prennent ces activités au sein des entreprises, certains auteurs (Shirky, 2009; 2010; Verdier et Colin, 2002) en viennent même jusqu'à affirmer que le modèle classique de Coase doit maintenant être amendé. Rappelons que selon Coase, les activités économiques dans une société capitaliste peuvent être coordonnées de deux façons distinctes, soit par le marché soit par la hiérarchie (donc par l'entreprise). Dans le premier modèle, la coordination se réalise grâce à ce que Smith a défini comme étant la main invisible du marché, c'est-à-dire que la coordination entre les différents acteurs économiques s'effectue par l'entremise des prix qui émergent spontanément de la rencontre entre l'offre et la demande de marchandises. (Coase, 1937). Toutefois, contrairement à ce que les économistes classiques affirmaient, ce mécanisme est loin d'être parfait. Le recours au marché va souvent demander un important effort de la part des différents acteurs, notamment en ce qui concerne la recherche d'information, ce qui sera nommé par Coase (1937) coûts de transactions. La présence de ces coûts de transaction permet, selon cet auteur, d'expliquer l'existence du modèle hiérarchique, puisque parfois, surtout dans les environnements instables, leur importance par rapport aux coûts de production est telle, qu'il devient préférable d'organiser la coordination des activités économiques de manière hiérarchique, c'est-à-dire par le mécanisme de l'autorité (Coase, 1937). En effet, à travers l'imposition de règles et de standards, il devient beaucoup plus facile de prévoir les agissements des différents acteurs, ce qui a pour effet de diminuer les coûts de transaction. Contrairement à ce qui est souvent présumé, dans les sociétés capitalistes c'est principalement la coordination hiérarchique qui prime, et non pas la coordination par le marché, comme Simon (1991) l'a démontré. Toutefois, si l'on se fie à certains des chantres les plus convaincus des vertus de la prosomation (Shirky, 2009; 2010; Verdier et Colin, 2002), bien que le modèle hiérarchique soit prédominant depuis plusieurs décennies, le XXI^e siècle risque d'être

marqué par l'hégémonie d'une nouvelle forme de coordination des activités, soit celle réalisée par les consommateurs. Pour les entreprises, les avantages majeurs de cette forme de coordination sont de pouvoir disposer gratuitement des capacités physiques et intellectuelles des consommateurs, ainsi que d'éliminer presque entièrement les coûts de transaction encourus par l'entreprise, puisque ce sont les consommateurs eux-mêmes qui se chargeront de la coordination du travail. Selon les plus optimistes, cela ne consisterait en rien de moins qu'un point d'inflexion historique aussi important que le passage du bateau à voile au bateau à vapeur, puisque les entreprises qui n'adoptent pas de telles pratiques de co-création se retrouveront rapidement dépassées par celles qui le font (Ramaswamy et Ozcan, 2014; Rayna et Striukova, 2016).

Dans le champ universitaire, la prosomation a pour conséquence que l'étude des organisations ne peut plus simplement se limiter aux relations entre les deux acteurs centraux que sont les travailleurs et les dirigeants, mais doit également englober les relations qui sont entretenues avec les consommateurs, rendant les distinctions entre les différentes disciplines des sciences organisationnelles beaucoup plus confuses (Gabriel et al., 2015). Le présent texte a justement pour objectif général d'étudier de façon approfondie ce phénomène, plus spécifiquement en ce qui concerne sa réalisation sur l'Internet. Cette tâche nous semble être d'une importance considérable, car comme certains auteurs l'ont mentionné (Antonio, 2015; Denegri-Knott et Zwick, 2012; Ritzer, 2014a), malgré qu'il soit devenu indéniable que le modèle d'affaire d'une frange importante du monde corporatif est dépendant de l'externalisation de certaines fonctions organisationnelles vers les consommateurs, les sciences organisationnelles ainsi que la sociologie semblent encore relativement peu avancées quant à la théorisation et la conceptualisation du phénomène. Le choix de se limiter à la prosomation sur Internet s'explique quant à lui par l'impact révolutionnaire qu'a eu cette technologie dans la définition de ce concept. Ritzer soulignant que: "*While prosumption is ubiquitous in contemporary capitalism (as it has been at all times and in all economic systems), it is its crucial importance and its centrality on the Internet, as well as its connection to the material world, that is serving to elevate it from obscurity to arguably a defining economic*

concept of our age" (Ritzer, 2015a: 415). La décision d'étudier spécifiquement les activités de prosommation numérique s'explique également par le fait que celles-ci ont davantage tendance à se situer au milieu du continuum ayant été présenté précédemment, contrairement aux activités de prosommation matérielle, qui elles se rapprochent généralement de l'une ou l'autre des extrémités (Ritzer, 2015a). Plus précisément, ce texte proposera de théoriser le contrôle qui est effectué par les entreprises auprès des prosommateurs et visera à répondre à la question suivante: "Pourquoi les prosommateurs travaillent-ils aussi fort qu'ils le font et pourquoi consentent-ils à leur propre exploitation?". Les raisons nous incitant à nous intéresser à cette question sont au nombre de deux. Tout d'abord, il existe dans les études sur le sujet une tendance à ne présenter la prosommation que sous un jour positif, alors que cette activité est souvent empreinte de relations de pouvoir et d'exploitation (Cova et al., 2013). En second lieu, la quasi-totalité des études sur le sujet présente trop souvent la prosommation comme un acte strictement spontané, et néglige donc toutes les mesures qui sont mises en place par les entreprises afin d'encourager et d'encadrer cette pratique extrêmement lucrative. Siuda et Troszynski expliquent à ce sujet que :

Researchers from cultural studies and the sociology of culture have focused primarily on the bottom-up activities undertaken by prosumers, and have perceived prosumption from this bottom-up perspective. Obviously, such a perception is natural – prosumers working for free are the essence of prosumption. The way to find out about the developing influence of prosumption is to 'speak' to those who are prosuming. However, if one views prosumption through the theory of prosumer capitalism, it has to be admitted that producers' activities are also important. It is key for prosumption to be stimulated by producers themselves. Thus, prosumption must be viewed as a specific marketing approach dependent upon engaging consumers in the production process. An orientation towards prosumption means stimulating and using consumers' activities and involvement in order to gain access to many people willing to work for free for a brand. Thus, addressing prosumption requires an interrogation into producers' prosumption orientation – in other words, the activities they undertake to stimulate consumers to work (Siuda et Troszynski, 2016: 2).

Par la mobilisation de la notion de consentement, cette thèse sera justement en mesure de découvrir et de décrire certaines des moyens utilisés par les entreprises afin de stimuler cette activité extrêmement lucrative, tout en s'assurant que les actions accomplies par les prosommateurs restent à l'intérieur de limites qu'elles jugent acceptables.

La structure précise que prendra ce travail est la suivante. Le premier chapitre consistera en une revue de la littérature, autant sociologique que managériale, portant sur la prosomation. Revue de littérature qui permettra de définir clairement le terme, d'expliquer les raisons de son apparition, ainsi que d'explorer les problématiques qui lui sont associées. Ce chapitre permettra également d'aborder les deux théories managériales portant sur ce sujet ayant le plus d'influence, ainsi que de souligner leurs limites. Nous le concluons en faisant valoir les raisons qui rendent nécessaire de compléter les études existantes par une analyse néo-marxiste de la prosomation. Les trois chapitres suivants permettront justement de présenter les trois théories néo-marxistes qui serviront de cadre conceptuel à ce travail, soit le marxisme autonomiste, la théorie des processus du travail ("*labour process theory*") (LPT) et la théorie de la reconnaissance honnethienne. La première de ces théories est celle qui est présentée le plus longuement, puisque c'est elle qui offre, selon nous, le plus de concepts permettant l'étude et la compréhension de la prosomation. Toutefois, malgré toutes ses qualités, la théorie autonomiste souffre de lacunes majeures en ce qui concerne la question du pouvoir et du contrôle (Böhm et Land, 2012). Afin de pallier ces lacunes, nous nous tournerons vers la LPT, qui est probablement la théorie néo-marxiste qui s'est la plus attardée aux questions du pouvoir et du contrôle dans les organisations. Selon nous, cette théorie n'est cependant pas entièrement capable d'expliquer adéquatement comment s'exerce le pouvoir au sein des activités de prosomation numérique, et nous proposons donc de l'amender en tenant compte des apports de Honneth, qui est le représentant le plus illustre de la troisième génération de philosophes issus de l'école de Francfort (Anderson, 2000). Par la suite, ce texte se poursuivra avec la présentation de la méthodologie sur laquelle nous avons pris appui pour tenter de valider l'hypothèse qui sera mise de l'avant, ainsi que la présentation des résultats que les différents types de collectes de données effectués nous ont permis d'obtenir. Enfin, nous discuterons de ces résultats et en souligneront les apports ainsi que les limites.

Du fait de son cadre théorique néo-marxiste, cette étude s'inscrit dans la perspective des études critiques en management ("*critical management studies*" (CMS)). Les CMS est un champ multidisciplinaire⁸ et hétéroclite, qui cherche à remettre en question la vision chrématistique du management en proposant une conception sociologique, historique, dialectique, démystificatrice, émancipatrice et actionnaliste de l'organisation (Chanlat, 2013). Cette remise en question se base sur un scepticisme quant au postulat affirmant que la poursuite du profit permet de satisfaire de façon optimale les intérêts de la société (postulat qui est présent, de façon plus ou moins explicite, dans un grand nombre de théories managériales) (Alvesson et Willmott, 2003). En effet, selon les CMS, cette recherche du profit se fait trop souvent au détriment de buts étant d'une importance supérieure pour l'homme, tels l'écologie, l'éthique et le développement humain (Adler, 2002). Ainsi, lorsqu'utilisé par les tenants des CSM, le terme critique: "ne renvoie pas au scepticisme scientifique inhérent à toute démarche de recherche. La critique n'est pas ici synonyme de doute scientifique. Elle met en cause de façon radicale le capitalisme contemporain et ses dérives" (Golsorkhi et al., 2009 : 9). Il est possible d'identifier trois préoccupations majeures dans les travaux se regroupant dans ce sous-champ théorique (Fleming et Mandarin, 2009; Golsorkhi et al., 2009 ; Hancock et Tyler, 2012). La première préoccupation des CMS correspond à son anti-performativité⁹, c'est-à-dire ses incessantes tentatives de déconstruction de la raison instrumentale se trouvant au centre du management et des organisations traditionnelles (Fournier et Grey, 2000; Scherer, 2009; Spicer et al., 2009). Plus précisément, cela signifie que les CMS cherchent à critiquer la littérature managériale conventionnelle, car elles considèrent que celle-ci impose l'idée de l'inévitabilité et de la bienfaisance du capitalisme (le capitalisme étant bien souvent présenté comme étant bénéfique à la fois pour les travailleurs et le patronat). Pour les CMS, le management n'est pas simplement un outil neutre permettant d'optimiser la production et de l'organiser de la meilleure façon possible, mais fait partie d'un projet politique autoritaire cherchant à favoriser l'accumulation de richesse par une classe, grâce à la modification des relations sociales entre les travailleurs (et la

⁸Par cela, nous voulons dire qu'il n'y a pas de paradigme dominant au sein des CMS, pour reprendre la terminologie de Kuhn.

⁹ Lorsqu'utilisé par les tenants des CMS, la performativité fait généralement référence à la subordination de la vérité et des connaissances au principe de l'efficacité organisationnelle (Fournier et Grey, 2000).

légitimation subséquente de ces pratiques) ainsi que l'expropriation de leurs savoirs. À la différence des approches managériales dites conventionnelles, qui cherchent à imposer une vision consensuelle des organisations en négligeant une bonne part des contradictions et tensions qui sont au cœur de l'entreprise, le management critique met au contraire l'emphase sur l'importance de ces contradictions et de ces oppositions, et propose que bien qu'il soit possible de les amoindrir, il n'est aucunement possible de les éliminer complètement dans le cadre du capitalisme (Golsorkhi et al., 2009). Les CMS sont donc engagées dans un continuel travail de déconstruction et de dénaturalisation des organisations et du management, puisqu'elles tentent de démontrer que les impératifs catégoriques qui sont évoqués pour justifier certaines décisions organisationnelles sont en faits socialement construits, et que la littérature managériale sert à grande partie à dissimuler l'existence d'alternatives à ces impératifs (Fournier et Grey, 2000). Il va sans dire qu'une telle approche aboutit inévitablement à une critique des organisations, car celles-ci sont considérées comme étant structurées par la partie dominante du couple dirigeant-travailleur. Bien que la critique soit souvent perçue, surtout dans les sciences organisationnelles, comme un simple exercice puéril visant à se lamenter sur les insuffisances et les injustices du système, celle-ci a également un aspect productif. En effet, comme l'a fait remarquer Adorno, les penseurs pessimistes et critiques ont rendu de plus grands services à la cause de l'émancipation humaine, que ceux affichant un optimisme débridé (Eagleton, 2011). Ce qui nous amène à la deuxième préoccupation des CMS, qui est de proposer des améliorations (dans sa version réformiste) ou des alternatives (dans sa version radicale) aux systèmes managériaux et économiques actuels: améliorations/alternatives devant idéalement permettre de mener à une certaine émancipation des travailleurs. Ainsi, loin de se résumer à un seul jeu académique permettant que l'avancement de carrières dans le milieu universitaire, les CSM ont pour ambition de mener des recherches permettant d'améliorer concrètement le sort des dominés (bien que l'on se doit de mentionner que ces efforts ont abouti sur des résultats plutôt maigres jusqu'à ce jour (Golsorkhi et al., 2009; Spicer et al., 2016)). Cette préoccupation fait dire à Spicer et al. (2009) que les CMS ne doivent pas se cantonner à une attitude purement anti-performative, mais doivent également développer une performativité critique, c'est-à-dire un engagement actif et subversif permettant

éventuellement de déboucher sur des changements sociaux progressistes. À l'instar de Tosel, les tenants des CSM croient donc que la critique doit embrasser : "la tâche positive de se faire source de propositions et d'expérimentations sous peine de déchoir au rang de savoir impuissant de notre impuissance" (Tosel, 2013. Cité dans Martin et Ouellet, 2014 : 44-45). Finalement, les CMS cherchent également à étudier et dénoncer les impacts négatifs du management non pas seulement dans les organisations et dans le travail formel, mais également dans toutes les sphères de la vie humaine. Effectivement, considérant l'importance accrue qu'a prise le travail dans la détermination subjective des individus, ainsi que la popularité des différents ouvrages visant à expliquer la vie sociale en se servant de concepts directement tirés du lexique managérial ou économique, les effets pernicioeux du management sont loin de simplement se limiter à la seule sphère du travail, mais tendent, au contraire, à se propager dans l'ensemble de la société. De par l'étude critique de la prosomation qu'elle se propose de faire, nous croyons que notre thèse permet de répondre à chacune de ces préoccupations historiques du CMS.

Partie I : Revue de la littérature

Chapitre 1 : La découverte récente d'un ancien phénomène

Le présent chapitre consistera en une revue de la littérature, principalement managériale et sociologique, portant sur la prosommation. Cette revue de la littérature permettra de donner une définition claire et précise à ce terme, d'aborder les différentes théories ayant été proposées afin d'expliquer et de comprendre cette forme d'activité, ainsi que d'exposer les principaux résultats des recherches ayant été menées sur le sujet. Les questions qui ont orienté cette revue de la littérature sont les suivantes: "*En quoi consiste la prosommation? Pourquoi ce phénomène est-il devenu si important au cours des dernières années? Quelles en sont les principales conséquences économiques, sociales et organisationnelles?*".

Avant d'effectuer cette présentation, on se doit de souligner qu'il n'existe pas de consensus au niveau sémantique au sein de la littérature, puisque cette forme d'activité a été nommée de multiples façons. Les noms les connus étant: auto-production (Dujarier, 2008), co-création et co-production de valeur (Prahalad et Ramaswamy, 2004), co-design (Sanders et Stappers, 2008), "*user-led innovation*" (von Hippel, 2005), innovation ouverte (Chesborough, 2006), "*crowdsourcing*" (Howe, 2009), prosommation (Toffler, 1980), consommateurs travaillants (Cova et White, 2009), "*free labour*" (Terranova, 2004), culture participative (Jenkins et al., 2016), "*service dominant logic*" (Vargo et Lusch, 2004), "*platforming*" (Bertilsson et Rennstam, 2018), "*user generated content*" (Livingstone, 2014) ou bien "*wikinomics*" (Tapscott et Williams, 2006). Bien qu'en règle générale ces différents termes peuvent être utilisés de manières indistinctes, considérant la définition relativement vague qui leur est donnée, il est important de noter qu'il existe tout de même un certain débat au sein des sciences managériales quant à la distinction entre ceux-ci. Ce débat porte spécifiquement sur la différence entre les termes de co-création et de co-production. En effet, bien que certains auteurs rejettent toute distinction entre ces deux termes et se contentent de souligner qu'ils réfèrent tous à des situations dans lesquelles les consommateurs collaborent avec les entreprises et/ou d'autres

consommateurs afin de produire une quelconque valeur (Denegri-Knott et Zwick, 2012; Humphreys et Grayson, 2008; Payne et al. ,2008), plusieurs autres auteurs affirment que ces deux termes, bien qu'ayant une liaison forte, ne décrivent pas tout à fait le même phénomène (Ertimur et Venkatesh, 2010; Grönroos, 2011; Marion, 2013; Vargo et Lusch, 2006b). Ces différents auteurs ne s'entendent toutefois pas sur la définition précise que prend respectivement chacun de ces termes. Obscurcissant davantage le portrait, Cova et al. (2013) affirment qu'il faut également faire une distinction entre ces deux termes et celui d'autoproduction, qui consiste en des activités que le consommateur développe, en relation plus ou moins étroite avec l'entreprise, afin de satisfaire ses besoins ou ceux de ses proches, et non ceux de l'entreprise. La sociologie de la consommation de son côté tend à faire peu de cas de ce débat sémantique, et utilise majoritairement le terme prosommation (Ritzer, 2014a; 2014b) ou bien le terme d'auto-production (Dujarier, 2008; 2014). Le présent texte ne cherchera pas à trancher cette question, et utilisera indistinctement ces différents termes afin de décrire les activités estompant la distinction entre la production et la consommation.

Le présent chapitre se composera de six sections. La première consistera en une revue de la littérature, principalement sociologique, rendant compte des différentes formes que peut prendre la prosommation. La deuxième section portera quant à elle sur les tribus de consommateurs, qui sont généralement données comme condition "*sine qua non*" pour la réalisation d'activité de prosommation. Par la suite, la troisième section offrira un bref récapitulatif des facteurs et raisons qui ont été avancés afin d'expliquer le développement fulgurant de ce phénomène depuis la fin des années 90. La section suivante permettra quant à elle de présenter les deux théories de la co-création ayant le plus d'impact dans les sciences managériales, soit la "*service dominant logic*" et l'innovation ouverte. La cinquième section traitera des avantages et inconvénients que les activités de prosommation engendrent (ou engendreront éventuellement), autant pour les consommateurs, les entreprises et la société, et recensera également les motivations qui poussent les individus à se livrer volontairement à ce type d'activité. Finalement, ce chapitre se conclura avec un exposé des lacunes des différentes théories managériales

portant sur la prosommation et les raisons qui nous conduisent à opter pour l'utilisation de différentes théories d'allégeance marxiste afin de conceptualiser cette forme de travail.

1.1 Qu'est-ce que la prosommation?

Les formes que peut prendre la prosommation sont diverses et variées. Selon Dujarier (2008; 2014), il est possible de regrouper ces différentes activités en trois catégories distinctes, en se basant sur la division sociale du travail et la socialisation que la tâche implique, ainsi que sur le sens ("*meaning*") qu'a l'activité pour la personne l'effectuant. Ces trois catégories sont: les cas où le consommateur produit lui-même ce qu'il consomme, les cas où le consommateur organise et contrôle le processus de travail et les cas où le consommateur produit de l'information, du contenu culturel et/ou des connaissances pour l'entreprise. Cette catégorisation est pratiquement la même que celle utilisée par Koeber (2011), qui consiste à distinguer les pratiques dans lesquelles le client agit comme un quasi-employé, celles où le client agit comme un quasi-superviseur et celles où le client agit comme un quasi-marketeur, à la différence majeure que cette dernière catégorie ne comprend pas les activités d'innovations effectuées par les consommateurs, contrairement à la catégorie correspondante dans la typologie de Dujarier. Considérant l'importance énorme de ces activités d'innovation par les clients pour les entreprises, cette omission nous conduit à opter pour la typologie de Dujarier. Avant de débiter la description détaillée de chacune de ces formes de prosommation, il est important de prendre en compte que celles-ci ne sont pas mutuellement exclusives, et qu'il est donc fort probable qu'une activité se retrouve à réaliser deux, voire trois, des types de prosommation.

Les cas où l'individu produit lui-même ce qu'il consomme est le type le plus ancien et le plus commun de "labeur gratuit". Par ce terme, on fait référence à des tâches ayant été suffisamment taylorisées et simplifiées, rendant ainsi possible leur réalisation par les consommateurs (Dujarier 2008). Les premières instances répandues de cette forme de prosommation appaurent à l'époque de la grande dépression, lorsque, du fait de la baisse

généralisée des revenus, des détaillants développèrent un modèle d'affaires basé sur la réduction du prix des marchandises, en contrepartie de la réalisation par les consommateurs de certaines tâches étant précédemment effectuées par un commis, soit principalement la sélection et le transport des marchandises (Palms, 2015). Cette stratégie commerciale eut pour effet de complètement révolutionner l'expérience de consommation, puisque jusqu'à cette époque les consommateurs indiquaient au commis les marchandises qu'ils voulaient, et ce dernier allait les chercher dans l'arrière-boutique et les apportait au comptoir. Bien que cette forme d'activité soit maintenant commune et considérée comme "normale", du Gay (2004) rappelle qu'il a fallu de nombreuses interventions s'étalant sur plusieurs années, de la part des détaillants, fabricants, marketeurs, publicistes et concepteurs d'infrastructures commerciales, avant que ces activités de libre-service soient considérées de façon positive ou même neutre de la part des consommateurs. Mais une fois accepté, cette forme de prosommation se révéla être extrêmement bénéfique pour les commerces de détail, car outre les avantages qu'ils en retiraient en termes de réduction de la masse salariale, il semblerait que cette pratique ait eu également pour effet d'accroître les ventes de ces magasins, comme en fait foi la remarque d'un expert du commerce de cette époque assurant que : "si on laisse la ménagère livrée à elle-même, elle se vend à elle-même en moyenne bien davantage que ce que le meilleur commis parvient à lui vendre derrière son comptoir les jours les plus fastes" (Zimmermann, 1955, cité dans Volle, 2010: 14). Trois autres exemples classiques de ce genre de labeur gratuit sont: le célèbre modèle IKEA, qui nécessite l'assemblage par le client des meubles achetés, les services de restauration rapide, qui demandent aux consommateurs de remplir eux-mêmes leurs verres et de nettoyer les tables qu'ils utilisent, ainsi que les guichets bancaires automatiques, grâce auxquels les clients réalisent des transactions qui demandaient auparavant la présence d'un commis de banque. Un autre exemple plus marginal, mais qui est largement relaté par la littérature est celui du jeu de guerre sur table Warhammer. Dans ce jeu, l'autoproduction de son armée par le consommateur est de mise, puisque celui-ci doit au minimum monter, et parfois même peindre toutes ses figurines avant de pouvoir jouer. (Carter et al., 2014; Cova et Dalli 2009; Cova et al., 2013; Ezan et Cova, 2008). Ce premier type de travail gratuit peut toutefois prendre des formes beaucoup plus abstraites, comme en font foi l'exemple des

files d'attente, qui externalisent vers les consommateurs le travail d'immobilisation du capital fixe¹⁰, permettant ainsi d'optimiser son temps d'utilisation (Dujarier 2008), ou bien celui du simple fait de jouer à certains jeux vidéo, puisque cela demande de la part du joueur une forme de co-crédation de la trame narrative¹¹ (Buchanan-Oliver et Seo, 2012; Ruggill et McAllister, 2011).

Bien que ce premier type de co-crédation ne soit pas récant, les nouvelles technologies en accentuent la portée, puisqu'elles permettent de rendre un nombre sans cesse croissant de tâches réalisables sans l'intervention d'un employé. Par exemple, grâce à la présence de bornes automatiques et de sites Web interactifs, il est maintenant possible pour les consommateurs de commander un billet de cinéma, d'avions ou d'autobus, sans jamais avoir à interagir avec un employé. Bien que certains saluent ces dispositifs qui permettent de conserver une forme d'anonymat et d'éviter des interactions décrites comme mécanisées, d'autres les percevront comme une aliénation sociale (du Gay, 2004; Dujarier, 2008). Cova et al. (2013) notent à ce sujet que bien que dans certains cas, ce type de prosommation peut mener à une augmentation des contacts et relations sociales entre les différents consommateurs, elle a généralement pour effet de renforcer l'individualisation des activités et des individus. D'ailleurs, selon Ritzer (2015d), il y a fort à parier que l'interaction humaine dans les situations commerciales (ce qu'il nomme l'hospitalité) ne devienne prochainement un luxe qui ne soit plus accessible qu'aux classes les plus aisées de la société. Effectivement, malgré l'importance déjà énorme qu'occupe cette forme de labeur gratuit dans la société actuelle, celle-ci risque de croître encore plus au cours des prochaines années, puisqu'avec l'avènement des imprimantes 3D à prix abordables¹², nombre de biens pourront être produits directement chez les consommateurs, en

¹⁰ Selon Dujarier (2008), il est approprié de parler de travail lorsque des consommateurs font la file afin de, par exemple, utiliser une borne automatique, puisque ce faisant, ils permettent de réduire le temps d'inactivité de cette borne. Tiffon (2009) de son côté va encore plus loin, et affirme que le simple fait d'attendre chez soi le prestataire d'un service correspond à une forme de travail qu'il nomme astreinte.

¹¹ Ruggill et McAllister expliquent à ce sujet que : *"Players must not only interpret the environments and experiences created by developers but also help create these things (or part of them at least), shaping game worlds and their meanings according to strategy, taste, style of play, and other broadly acquired cultural responses to all that games have to offer. In other words, players actively help create the narrative, thematic, and ideological structures that determine the artefactual and medium-focused experience"* (Ruggill, McAllister, 2011: 87).

¹² Le prix d'une imprimante 3D de bonne qualité est passé de 30 000\$ en 2002 à 1 500\$ en 2014, et risque de diminuer encore drastiquement d'ici quelques années. La pénétration massive de cette technologie au sein des familles occidentales ne serait, selon plusieurs futurologues, qu'une question de temps (Rifkin, 2014).

téléchargeant simplement le plan d'exécution. Ce qui revient à sous-traiter le processus de production des biens matériels aux consommateurs mêmes (Rayna et Striukova, 2016; Ritzer, 2015a; 2015d; Tapscott et Williams, 2006). Malgré son importance quantitative, cette forme de prosommation est peu intéressante au niveau conceptuel, car c'est celle qui s'écarte le moins de la dichotomie classique entre producteur et consommateur. Comme Dujarier l'explique :

[Dans cette forme de prosommation], *supplier and consumer are clearly identified and separate. The former holds capital and organizes the coproduction of the service by demanding the action of the latter, to the advantage of the supplier. This model (McDonald's restaurants, ATMs, self-scanning checkouts, self-check-in, etc.) increases and extends the added value captured by the holders of capital and places strong restraints on prosumers to ensure that they comply with the prescribed activity with varying degrees of satisfaction, according to the skills and resources at their disposal* (Dujarier, 2015: 468).

Le deuxième type de travail gratuit consiste en l'externalisation auprès des consommateurs des activités d'organisation, de formation et de contrôle du travail. Activités qui incombait autrefois au management de niveau intermédiaire (Dujarier 2008). C'est entre autres par la pratique du "*customer empowerment*", la pratique du client roi, que cette forme de co-production est concrètement réalisée. En diffusant le message que le client est au centre de l'attention de l'organisation, celui-ci se montre souvent beaucoup plus critique envers ce qu'il reçoit, et n'hésitera pas à faire part de son mécontentement, devenant ainsi une sorte de contremaitre ("*foreman*") pour les agents en contact avec la clientèle. Ces critiques ont des effets disciplinaires sur les employés, puisqu'elles les incitent à s'auto-contrôler (Gabriel, 2005). Un exemple classique de cette forme de supervision par le client est la fiche d'évaluation du service, qui peut être remplie par les clients dans de nombreux restaurants et hôtels (Koeber, 2011). Comme le note Bolton (2015), cette forme de prosommation est extrêmement utile aux entreprises, car outre les gains en productivité et en réduction de coûts qu'elle implique, elle permet également d'obscurcir les relations de pouvoir au sein des organisations, dans la mesure où les employés vont en venir à blâmer les clients et non pas les managers pour l'augmentation de leur charge de travail. Cette pratique a toutefois des effets largement

négatifs pour les employés, car en dotant le client d'un tel pouvoir, les organisations qui utilisent cette forme de prosommation attisent les tendances narcissiques de celui-ci (Yagil, 2017). Ce qui se traduit par une impatience accrue, ainsi qu'une baisse d'empathie et une augmentation des comportements agressifs envers les employés. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont, encore une fois, permis une amplification considérable de cette forme de prosommation, tout en rendant également possible l'émergence de modèle d'affaires se basant en grande partie sur celle-ci. Prenons l'exemple de Uber, dont le fonctionnement dépend en bonne partie de l'évaluation des chauffeurs de la part de la clientèle (Sundararajan, 2016). Effectivement, considérant qu'un tel modèle d'affaires repose largement sur la confiance des utilisateurs (puisque nombre de personnes ne seraient que très peu enclines à entrer dans la voiture personnelle d'un complet inconnu), ainsi que de l'impossibilité pour l'entreprise de réaliser elle-même une évaluation de la qualité du travail réalisé, on comprend l'importance névralgique que prend le contrôle et l'évaluation du travail des chauffeurs par les consommateurs, puisque ce sont ces activités qui permettront la création et la compilation de l'indicateur de réputation des chauffeurs (Sundararajan, 2016). Le même constat s'applique pour la plateforme Airbnb, et en fait pour pratiquement toutes les plateformes de l'économie dite du partage, car l'existence même de ces plateformes serait pratiquement impossible sans la présence de ces indicateurs de confiance créés par les consommateurs (Botsman et Rogers, 2010; Slee, 2016).

Outre la pratique du "*customer empowerment*", les files d'attente, qui sont, comme nous l'avons vu précédemment, une façon d'externaliser vers les consommateurs l'immobilisation du capital fixe et le temps d'ajustement de la rencontre entre l'entreprise et les clients, sont également une façon de réaliser ce deuxième type de prosommation. En effet, la présence de nombreux clients en attente d'être servis a un effet disciplinaire sur les employés, car ceux-ci vont s'efforcer d'accélérer la cadence de travail afin de réduire le plus possible leur mécontentement (Dujarier, 2008; Tiffon, 2009). Par exemple, au cours de son ethnographie au sein d'un McDonald, Leidner a noté que: "*the presence of consumers on the scene was another major factor in intensifying workers efforts. When*

long lines of people were waiting to be served, few workers had to be told to work as swiftly as possible. The sea of expectant faces provided a great deal of pressure to keep moving" (Leidner, 1993:78. Cité dans Koeber, 2011: 223). De plus, les files d'attente ont également un effet disciplinaire sur les consommateurs (qui sont aussi des créateurs de valeur pour l'entreprise) dans la mesure où ceux-ci sont conscients et préoccupés de l'impact de leurs comportements sur les autres, ce qui les pousse à exercer une pression collective afin d'être le plus productif possible (Dujarier 2008). Par exemple, la plupart des usagers d'un guichet automatique se presseront d'effectuer leurs transactions bancaires si la file d'attente derrière eux atteint une certaine longueur. Notons toutefois que lorsque le client se retrouve dans une relation de forte dépendance technique¹³ envers l'employé chargé de le servir, son travail disciplinaire peut prendre une forme plus "positive" (Tiffon, 2009). Dans ces cas, c'est la reconnaissance ainsi que la gratitude octroyées à l'employé par le client qui serviront de facteurs de motivation et qui favoriseront l'accroissement de sa productivité.

Ce deuxième type de prosommation comprend également l'auto-résolution des situations contradictoires. Puisque l'automatisation des prestations de service entraîne la suppression des employés en chair et en os, il revient dorénavant aux consommateurs de trouver des solutions à des situations dont la résolution n'a pas été programmée ou lorsqu'un problème technique survient (Dujarier 2008). Finalement, ce type de prosommation comprend également les cas où le consommateur prend part à l'organisation et au contrôle du travail en assumant un rôle effectif de formation (Dujarier 2014). Prenons l'exemple de l'utilisation des bornes automatiques. L'utilisation de ces bornes nécessite certaines connaissances techniques ainsi que l'appropriation d'un langage particulier. Plusieurs personnes seront incapables de les utiliser lors de leurs premières tentatives et elles se tourneront, bien souvent, vers les autres utilisateurs afin de savoir comment procéder. Ce travail de formation du client par le client est également largement relaté par la littérature scientifique pour le cas du jeu de guerre sur table

¹³ La dépendance technique désigne une situation où le client a la perception qu'il existe, entre lui et l'employé, un important différentiel de compétences et de connaissances permettant la réalisation d'une tâche donnée.

Warhammer, dont il a été fait mention précédemment. En effet, la communauté de joueurs va être souvent essentielle pour la socialisation des nouveaux joueurs, ce qui comprend l'apprentissage : de l'histoire et de la trame narrative de cet univers fictif, des manières et comportements qu'il est recommandé d'adopter en tant que joueur, des techniques de peinture, ainsi que des différentes règles et stratégies qu'il est nécessaire de maîtriser afin de pouvoir y jouer convenablement (Cova et Dalli 2009; Cova et al., 2013; Carter et al., 2014; Ezan et Cova, 2008; Harrop et al., 2013). Fisher et Smith (2011) soulignent que ce travail de formation du client par le client tend à prendre de plus en plus d'importance grâce aux sites et forums de discussion en ligne, puisque les utilisateurs de ces sites répondent activement et chaleureusement aux demandes d'information et de formation de la part des autres utilisateurs. Ce qui représente, pour l'entreprise, un double avantage. En plus de pouvoir réduire ainsi les coûts de main-d'œuvre en lien avec ces tâches, elle bénéficie également du fait que les consommateurs qui se livrent à un tel travail de formation deviennent plus fidèles à la marque et/ou à l'entreprise, et développent une propension à consommer davantage (Goellner et al., 2017).

Enfin, le troisième et dernier type de prosommation fait référence aux situations dans lesquelles le consommateur travaille gratuitement et volontairement dans le but de fournir à une entreprise des informations, des connaissances et/ou du contenu culturel, qui lui seront par la suite vendus directement ou indirectement par la même entreprise. Encore une fois, ce troisième type de prosommation s'est étendu de façon exponentielle avec l'avènement du Web 2.0, car cette technologie permet à tous types d'utilisateurs (même ceux ayant peu de connaissances techniques) d'entrer en interaction avec les entreprises ainsi qu'avec les autres utilisateurs, créant ainsi des communautés ou publics collaborant de façon horizontale (Bruns, 2014; Coté et Pybus, 2007; Dujarier, 2015; Ritzer et Jurgenson, 2010). Son importance est maintenant telle, que Berthon et al. en viennent jusqu'à affirmer que: "*much of the value and intellectual property nowadays lies in information generated by customers, consumers, and users, rather than by firms themselves. Indeed, today, information is increasingly the basis of value, and consumers are considered co-creators thereof, and the entities who actually bring this forth through*

their use of, and engagement with, products. (Berthon et al., 2015: 1-2) ". Ce type de prosommation se différencie des deux autres types ayant été présentés précédemment, par le fait que c'est le seul qui ait de véritables implications théoriques, dans la mesure où c'est seulement celui-ci qui permet de réellement combiner les rôles de producteur et de consommateur, si l'on se base sur la définition que Marx donne à ces deux rôles (Humphreys et Grayson, 2008). En effet, selon ce dernier, ce qui permet de départager le rôle du producteur du rôle du consommateur n'est pas la réalisation quelconque d'une tâche préalable à la consommation, mais le fait ou non de créer de la valeur d'échange, de créer une marchandise qui permettra à l'entreprise de récolter un profit. Cela implique que la valeur d'usage créée par l'activité doit avoir une valeur d'usage pour des personnes autres que celles qui la produisent. Effectivement, Marx stipule clairement qu'afin de créer une valeur d'échange, un acteur économique doit non pas seulement créer une valeur d'usage pour lui, mais bien une valeur d'usage pour les autres ("*use value for others*"). C'est seulement grâce à ce processus qu'il y aura création d'une marchandise, la création d'une marchandise étant une condition "*sine qua non*" à la réalisation d'une valeur d'échange (Humphreys et Grayson, 2008). En se basant sur cette définition, les deux premiers types de labeurs gratuits ayant été identifiés précédemment n'ont donc que peu d'implications théoriques, puisqu'ils ne permettent pas réellement de faire éclater la distinction entre consommateur et producteur. En effet, ces deux formes de prosommation consistent pour les consommateurs à créer une forme de valeur d'usage pour eux-mêmes, mais ne créent aucune valeur d'échange ni aucune marchandise (tout au plus, elles auront un impact indirect sur la valeur d'échange, par une diminution du temps de travail socialement nécessaire). Si l'on prend l'exemple typique de l'assemblage d'un meuble IKEA, on peut aisément constater que bien que cette activité permette à l'individu qui l'effectue de retirer une valeur d'usage, cette valeur d'usage sera strictement personnelle et ne permettra pas la création d'une valeur d'échange ni d'une marchandise. On peut également affirmer, en se servant de la terminologie élaborée par Marx, que les deux premiers types de prosommations ayant été présentés ne sont pas réellement du labeur, mais plutôt du travail, alors que ce troisième type de prosommation correspond à du labeur. La distinction entre ces deux termes est établie dans une note de bas de page du *Capital*, dans laquelle Engels affirme que comparativement à l'allemand, l'anglais (mais

également le français) possède l'avantage de faire la séparation entre les activités étant communes à toutes les sociétés et visant à produire de la valeur d'usage, soit le travail, et les activités propres au système capitaliste qui, bien que créant une valeur d'usage, ont pour vocation principale la création de valeur d'échange, soit le labeur (Fuchs et Sevignani, 2013). Le type de prosommation qui sera maintenant décrit permet de réellement fusionner les rôles de consommateur et de producteur, et correspond réellement à du labeur gratuit, puisqu'il implique la création gratuite à la fois de valeur d'usage et de valeur d'échange de la part des consommateurs. Effectivement, comme nous le montrerons, cette forme de prosommation, contrairement aux deux autres, permet à l'entreprise de créer une marchandise (ou d'augmenter les fonctionnalités d'une marchandise existante), qui sera ensuite vendue (directement ou indirectement) à la fois aux prosommateurs, ainsi qu'à l'ensemble de ses clients. Considérant les importantes implications théoriques qu'il provoque, c'est sur ce dernier type de prosommation que le présent travail se focalisera.

En se basant sur Arvidsson et Sandvik (2007), on peut identifier deux formes prises par ce troisième type de co-création, qui sont définies par les termes d'innovation et d'activation. L'innovation survient lorsque les utilisateurs fournissent directement et gratuitement à l'entreprise des innovations, informations, connaissances et/ou contenus. Par exemple, dans le secteur du jeu vidéo, des groupes de joueurs contribuent activement au développement technologique et narratif des jeux. Cela peut se produire de nombreuses façons. La plus subtile et la plus courante est la création de groupes "bêta", qui sont des groupes de joueurs non rémunérés servant à tester un jeu avant sa parution. Les tâches de ces groupes peuvent être divisées en trois catégories, qui correspondent également aux fonctions qu'assument les testeurs de jeu professionnels (Croce, 2007). La première, le "*bug testing*", a pour but de découvrir les défauts techniques de programmation d'un jeu, et de les localiser précisément, de manière à permettre à l'équipe de programmeurs de les corriger par la suite. La deuxième catégorie de tâches consiste dans les tests de configuration, tests qui ne sont nécessaires que si le jeu est disponible sur plusieurs plateformes, puisqu'ils visent justement à s'assurer que celui-ci fonctionne convenablement sur chacune de ces plateformes. Finalement, la dernière catégorie de

tâches est le "*playtesting*", ce qui implique de tester la jouabilité et le potentiel de divertissement du jeu. Les avantages d'utiliser des consommateurs pour réaliser ces activités ne sont pas seulement d'ordre pécuniaire, puisque l'apport d'un point de vue externe permet généralement d'obtenir des résultats supérieurs à ce qui est obtenu lorsque ces tâches sont réalisées par des employés du studio de développement (Kline et al., 2003). Une autre pratique de prosommation de type innovation qui est extrêmement courante dans l'industrie des jeux vidéo consiste en la délégation aux consommateurs des activités de marketing et de promotion du jeu (Banks, 2013). Comme le relate le CEO d'une entreprise de cette industrie : "*the hard-core online gamers do have an influence, particularly the ones who run the major fan sites. They are opinion leaders. They influence the level of presence and credibility that a game title has online. The more fan activity around a game title (creating Websites, making additional content), the greater is the title's credibility with gamers who are online*" (Banks, 2013: 13). Toujours au sein de cette industrie, la pratique de prosommation de type innovation la plus poussée consiste en la création de "*mods*"¹⁴. Les mods sont des extensions téléchargeables créées par un ou des joueurs, qui altèrent le code du programme afin d'introduire de nouveaux items, de créer de nouvelles missions, et parfois même de créer un nouveau jeu à part entière (ce qui est nommé dans le jargon de cette communauté une conversion totale) (Poor, 2014; Sotamaa, 2017). Une telle entreprise peut demander énormément de temps, comme en témoigne le fait que les mods les plus élaborés peuvent contenir plus de mille heures de travail, et que les moddeurs les plus besogneux accordent en moyenne entre 30 et 50 heures par semaine de leur temps à leur réalisation (Hong et Chen, 2014; Postigo, 2007). Par ces activités, les joueurs en viennent donc à assumer le rôle de designer, et à donner une valeur supplémentaire aux jeux que l'entreprise crée (Dyer-Witthford et De Peuter, 2009). Ce type de contenu peut avoir un impact énorme sur le succès commercial et critique d'un jeu vidéo, comme le démontrent les exemples du jeu Half-Life dont la popularité continue est en grande partie due aux extensions créées gratuitement par la communauté de joueurs (Kline et al., 2003; Simon, 2016; Sokolova, 2012). *Idem* pour le jeu Portal 2, dont le nombre de nouveaux joueurs a été multiplié par plus de vingt suite à la sortie d'un module ("*toolkit*") permettant la création de mods, ainsi que pour le jeu

¹⁴ Le terme mod est une abréviation de modification (Sotamaa, 2010).

ARMA 2, où la popularité d'un mod a entraîné la vente de 300 000 exemplaires sur une période de 7 semaines, 3 ans après sa sortie initiale (Hong et Chen, 2014). Notons aussi que cette forme de prosommation consistant à fournir gratuitement de l'information et du contenu à l'entreprise peut également prendre des formes beaucoup plus directes, comme le démontre l'exemple de Sony, qui a invité à une rencontre à San Diego, certains des joueurs les plus actifs de son jeu en ligne Everquest afin que ceux-ci rencontrent l'équipe de développement du jeu et leur fassent part de leurs suggestions et de leurs recommandations quant à sa direction future (Humphreys, 2008). Selon Banks (2009), l'industrie des jeux vidéo est devenue grandement dépendante de cette forme de co-création, car les entreprises se contentent de plus en plus que de ne réaliser le moteur de jeu¹⁵ ("*game engine*"), et laissent pratiquement toutes les activités de créations de contenus et de trames narratives à la communauté de joueurs. Le produit qui est commercialisé par les entreprises n'est donc plus un produit fini, mais un artefact qui sera constamment modifié; la valeur principale du jeu étant acquise au travers des manipulations et actions des consommateurs (Bruns, 2012; Harwood et Garry, 2014). Ce type de stratégie comporte toutefois un risque certain, puisqu'elle requiert la présence de plusieurs conditions, la plus importante étant la création d'une communauté comprenant une masse critique de joueurs, qui doit également être hétérogène en termes d'habiletés et de connaissances (Bruns, 2014). D'autres conditions importantes sont : que l'entreprise possède des moyens et ressources technologiques et économiques suffisamment importants afin de lancer un appel de production à la masse, qu'un nombre suffisant de prosommateurs considèrent cet appel comme étant non seulement intelligible, mais également suffisamment intéressant pour qu'ils acceptent de fournir l'effort demandé, que ces prosommateurs potentiels aient accès aux technologies permettant de transmettre, à faible coût, leur travail vers l'entreprise, et que finalement, l'entreprise soit en mesure de comprendre et d'évaluer les différentes contributions qui lui sont soumises (Bauer et Gegenhuber, 2015).

¹⁵ Le moteur du jeu fait référence à l'ensemble des logiciels qui permettent de créer les graphiques d'un jeu, ainsi que de réaliser les différents calculs géométriques et physiques nécessaires au "*gameplay*".

La création de ces informations, contenus et/ou connaissances peut également être réalisée de façon inconsciente par les consommateurs, ce qui correspond au modèle d'affaires d'un grand nombre des entreprises les plus influentes et les plus emblématiques de la nouvelle économie numérique (Google, Facebook, YouTube ...), ainsi qu'à la logique d'affaires sur laquelle reposent de nombreux produits dits intelligents (soit ceux qui rendent possibles la capture automatique de l'information des utilisateurs). Sur ce dernier point, on peut citer les exemples de l'application Nike+ qui enregistre et transmet directement à Nike différentes données concernant la performance, la condition physique et le trajet des coureurs¹⁶, ou bien de l'outil Sleep Cycle, qui permet de recueillir de l'information sur les habitudes de sommeil des utilisateurs¹⁷ (Charitsis, 2016; Mason, 2015; Söderberg, 2008). Bien que les services offerts par ces entreprises soient de prime abord gratuits, le simple fait de les utiliser permet la collecte de données et d'informations personnelles qui deviennent une marchandise extrêmement rentable pour ces entreprises. Staab et Nachtwey expliquent que ces entreprises :

improve their market position by accumulating user data that allows them to constantly optimize the algorithms structuring their companies' service and production processes. On the one hand, these permanent feedback loops between users and the digital production process heighten the value of user experiences, as customers' wishes and preferences can be employed to constantly improve services. On the other hand, technical processes that rely on user data are also the basis for targeted advertising and big-data applications that are in fact the core business of companies like Google or Facebook (Staab et Nachtwey, 2016: 460).

Il est à noter que l'importance de cette forme de prosomption plus ou moins consciente risque d'augmenter dramatiquement au cours des prochaines années, du fait de deux facteurs. Est en cause tout d'abord la popularité des pratiques d'informatique en nuage ("*cloud computing*"), qui impliquent que les clients se procurent un logiciel non pas en achetant un support physique, mais en étant continuellement connectés sur les serveurs de l'entreprise. Ce qui permet de collecter une immense quantité de données provenant des consommateurs, et ce, de façon continue (Srnicek, 2017). Le deuxième facteur a trait aux importants efforts réalisés par les entreprises afin d'inculquer aux consommateurs le

¹⁶ Cette pratique s'est révélée être extrêmement rentable pour Nike, car environ un an après son introduction, les parts de marché de Nike dans le marché américain des souliers de course ont augmentées de 10%, passant de 47% à 57% (Ramaswamy et Ozcan, 2014).

¹⁷ Données qui peuvent se révéler extrêmement lucratives car les américains dépensent au-delà de 32 milliards annuellement dans des produits servant à améliorer la qualité du sommeil (Charitsis, 2016).

réflexe de quantifier constamment tous les aspects de leur vie (Charitsis, 2016). On peut citer à cet effet l'imposant effort discursif mis en place par certaines entreprises afin de répandre l'utilisation d'applications permettant d'enregistrer les informations liées à la vie sexuelle des individus, effort discursif qui se base sur les bénéfices en termes de santé, de fertilité et de performance qu'ils en retireraient (Lupton, 2015). Puisque ces activités en viennent à être réalisées partout et en tout temps, il en résulte que pratiquement la totalité de la vie humaine se fait sous le joug de la prosomation, phénomène que Zwick (2015) nomme la prosommification ("*prosumification*") totale de la vie.

Outre les activités d'innovation, ce troisième type de prosomation comprend également le processus d'activation, qui consiste à utiliser l'activité des utilisateurs de manière plus subtile, non pas en cherchant à capturer leurs esprits créatifs ou en captant les données qu'ils génèrent, mais en se servant de la masse même de ceux-ci, qui devient une ressource en soi. Ce processus est également nommé "production ambiante" par Rey (2011), qu'il définit comme étant une forme de production survenant par la simple présence d'un individu dans un environnement particulier. L'activation est un facteur primordial au succès des jeux vidéo en ligne, puisque ces jeux deviennent seulement attrayants lorsqu'une certaine masse critique de joueurs est atteinte (Arvidsson et Sandvik, 2007; Liu et al., 2015). On retrouve également ce phénomène dans une multitude de produits dont la valeur augmente conjointement avec le nombre d'utilisateurs, comme les téléphones cellulaires, les systèmes d'exploitation d'ordinateurs, les sites de réseautages et les revues académiques. (Fuchs, 2015;).

Ce troisième type de prosomation n'est pas seulement le propre des compagnies virtuelles ("*dot-com company*"). De nombreuses compagnies fabriquant des biens matériels s'en servent également afin d'innover et de créer des marchandises. Par exemple, depuis déjà quelques années, LEGO encourage ses clients à télécharger le logiciel *LEGO's Digital Designer*, logiciel qui permet de créer des modèles de manières virtuelles (Zwick et al., 2008). Par la suite, ces modèles virtuels peuvent être soumis à la compagnie, qui offre de les manufacturer sous une forme physique, moyennant un certain coût. Ces

modèles virtuels sont également partagés dans l'ensemble de la communauté LEGO, et les plus populaires d'entre eux sont même formellement appropriés et commercialisés par LEGO. L'entreprise récompense le concepteur du modèle en question en lui reconnaissant la paternité du design, mais ne le rémunère pas financièrement (Zwick et al., 2008). Nike fait également grandement usage de cette forme de prosomation, car le processus de design des souliers dépend maintenant en grande partie des contributions soumises gratuitement en ligne par les consommateurs (Füller et al., 2007). La création d'une image de marque, qui est l'une des fonctions les plus importantes et les plus lucratives dans l'économie contemporaine, est également un processus qui est grandement dépendant de ce type de prosomation. Alors qu'à l'origine, la notion de marque servait d'indicateur de qualité standardisé, son rôle s'est graduellement transformé au cours des dernières décennies pour devenir principalement un moyen d'augmenter la valeur symbolique du produit. Valeur symbolique permettant à la marque de se différencier de ses concurrents et d'accroître son capital de marque ("*brand equity*") (Willmott, 2010). Considérant que dans le capitalisme, le processus de production fait en sorte que les commodités créées n'ont originellement pratiquement aucune structure de significations, une telle transformation dans la fonction de la marque n'est aucunement surprenante. Effectivement, comme l'explique Jhally (1989b), pour qu'un produit soit estimé par une personne, il doit avoir une certaine structure de significations ("*structure of meaning*"). En l'absence de celle-ci la commodité ne fait que confronter la personne comme objet étrange et étranger. Alors que dans les sociétés pré-capitaliste, les objets exhibaient clairement les relations sociales ayant rendu possible leur fabrication, et possédaient donc une structure de significations intrinsèque, le capitalisme se caractérise par l'obscurcissement de ces relations de production. Les objets créés sont donc dénués de celle-ci et elle doit donc être injectée artificiellement, ce qui est fait principalement via le recours aux marques et au marketing (Jhally, 1989b). L'importance que prend la valeur symbolique des marques dans l'économie actuelle est également fonction de l'accroissement de la concurrence suscitée par la mondialisation, accroissement qui fait en sorte que la plupart des produits sont maintenant génériques, c'est-à-dire qu'ils sont facilement remplaçables au niveau fonctionnel (Webb, 2006). Webb explique que : "*Consumer markets are increasingly characterised by competition between producers of*

essentially generic, interchangeable artefacts and services, making sales dependant on the ability to convince potential buyers of the distinctive qualities of this [en italique dans le texte] credit card, holyday, mobile phone or car, rather than any other" (Webb, 2006: 57). Toutefois, bien que l'entreprise ait un rôle à jouer dans ce processus, puisque c'est généralement elle qui choisit consciemment d'entreprendre des actions afin de créer une image de marque¹⁸, les consommateurs ne sont pas simplement des récepteurs passifs du message transmis par l'entreprise. Ils ont, au contraire, un rôle actif à jouer dans la réalisation ou l'échec de l'initiative de l'entreprise (Arvidsson, 2005; Jeanes, 2013; Willmott, 2010). En effet, la création et l'accroissement de l'image de la marque ne peuvent être effectués simplement par les efforts des employés formels de l'entreprise, puisqu'afin d'obtenir du succès, le message que la marque tente de transmettre se doit d'être perçu comme étant authentique par les consommateurs, et non pas simplement comme une activité cherchant strictement à créer une prime sur le prix. Le processus de création d'un capital de marque est grandement tributaire de la capacité du consommateur à reconnaître la marque, et à lui attribuer une ou des qualités. Bien que l'entreprise s'efforce d'encoder un signifiant dans ses produits (par l'entremise de la marque), ce sont les consommateurs qui donnent une valeur à ce signifiant (ou pas) selon le décodage, la réception et la transformation qu'ils vont en faire. Brown et al. expliquent que: *"Consumers [are] partners in the cocreation of brand essence and importers of meaning from beyond the marketplace. Consumers draw holistically from their lived experiences with products, history, mass media, and one another, as well as marketing sources, for the meanings they ascribe to brands"* (Brown et al., 2003: 30). Notons que cette co-création de la marque par le consommateur serait d'autant plus importante dans le cas des marques dites morales, c'est-à-dire des marques qui ont, ou du moins qui tentent d'avoir, un signifiant les associant à certaines valeurs éthiques et morales. Effectivement, ces marques dérivent une grande partie de leur légitimité de certains acteurs extérieurs aux limites formelles de l'entreprise, tels les consommateurs et la communauté de la marque (*"brand community"*) (Jeanes, 2013). Encore ici, les concepts d'innovation et d'activation

¹⁸ Notons que la création du capital de marque se fera, dans certaines situations, pratiquement sans l'entreprise, voire en opposition de l'entreprise, puisque les consommateurs donneront un sens à la marque complètement différent de celui que celle-ci tente officiellement de lui conférer (Maclaran et Brown, 2005). Toutefois, même dans ces cas, ce capital de marque peut se révéler être extrêmement lucratif pour les entreprises.

permettent de comprendre concrètement le rôle des consommateurs dans la création du capital de marque. Le capital de marque étant premièrement dépendant du travail d'une avant-garde de consommateurs qui donneront une essence ("*soul*") à la marque et lui permettra d'évoluer (innovation). La valeur de ce capital-marque ne deviendra cependant qu'importante que si un grand nombre de personnes plus passives adhèrent à l'essence proposée par cet avant-garde en la reproduisant et en créant une communauté de marque (activation) (Arvidsson, 2005; 2006). La monétarisation du capital de marque est habituellement réalisée par l'imposition d'une prime sur le prix, représentant la volonté de payer plus cher un produit de cette marque par rapport à un produit similaire d'une autre marque. Ce qui revient donc à faire payer aux consommateurs la fonctionnalité du produit qu'ils ont eux-mêmes créée (Arvidsson, 2005). Cette prime peut parfois prendre des proportions aberrantes, puisque dans le cas de certains produits, 99% du prix est dépendant de ce que Tsogas (2012) nomme la valeur sociale d'une commodité, c'est-à-dire les sentiments, les émotions et le prestige que les consommateurs attribuent au fait de posséder cette commodité.

Les formes concrètes que peut prendre ce troisième type de labour gratuit sont nombreuses, et le présent texte n'a pas la prétention de les énumérer toutes de façon exhaustive. Notons simplement que des auteurs ont affirmé, entre autres, que des domaines aussi divers que les émissions de télé-réalités (Hearn, 2011), le journalisme (Pantti et Bakker, 2009), la promotion de vedette pop (Yang, 2009), la traduction de jeux et de site Internet (Fuchs, 2014a), le design de vêtements et d'accessoires de mode (Hemp, 2006), la création de l'engouement autour d'une équipe sportive professionnelle (Pongsakornrunsilp et Schroeder, 2011), les sites d'achats et de ventes en ligne tel eBay (Laughey, 2010; Denegri-Knott et Zwick, 2012), le "*market-test*" de divers produits (Kohler et al., 2009), l'algorithme derrière le moteur de recherche Google (Chia, 2012), les campagnes publicitaires de type marketing événementielles (Arvidsson, 2007), la collecte de données en ligne (Ritzer, 2015c), la réingénierie des processus des bureaux de poste français (Ramaswamy et Ozcan, 2014), la fan fiction (Jenkins, 2006), le tri, le nettoyage et l'entreposage des produits ménagers en vue de les recycler (Wheeler et

Glucksmann, 2015), le *"life-long-learning"* (Beighton, 2016), la création de bases de données sur les liens entre l'ADN et la santé chez les Afro-Américains (Merz, 2016), la programmation du serveur Web Apache (Shirky, 2010), le design de voitures et de camions (Ramaswamy et Ozcan, 2014), les machinimas (Harwood et al., 2014), l'amélioration du service chez Starbuck (Cova et al., 2010), le service de location de bicyclettes BIXI (Botsman et Rogers, 2010), la création de cartes géographiques virtuelles (Darmody et al., 2017), les différents sites permettant d'héberger en ligne des vidéos (Youtube, Twitch, Daily Motion...) (Simon, 2016), l'application mobile de "recherche et découverte" Foursquare (Dymek, 2018) ainsi que la promotion de séries télévisées (Barra, 2009), demandent tous un apport important de contenu de la part des utilisateurs/consommateurs.

1.2 Les tribus ou communautés de prosommateurs

Une compréhension de la prosommation ne restera que partielle si l'on ne tient pas compte du phénomène des "tribus" de consommateurs auquel elle est étroitement liée. Influencé par l'œuvre de Maffesoli, quoique de manière très superficielle, la littérature en marketing stipule que les tribus de consommateurs sont des regroupements dans lesquels l'expérience de consommation permet la création et le développement d'un esprit communautaire tirant sa principale force de cohésion de l'expérience de consommation, qui tel un totem dans les tribus primitives, sert de pôle d'attraction et de connectivité (O'Reilly, 2012). À l'époque actuelle, ce serait d'ailleurs cette force d'attraction, que Cova nomme valeur de lien et qu'il définit comme étant : *"ce que vaut un bien ou un service dans la construction, même éphémère, des liens entre personnes présentes ou passées, réelles ou imaginaires"* (Bardot et Cova, 2003: page non disponible dans la version Web du texte), qui deviendrait la composante la plus recherchée par les consommateurs, et non pas la valeur d'usage, comme il est généralement assumé. La compréhension de ce néo-tribalisme demande à ce que l'on s'attarde aux notions de modernité et de postmodernité, puisque celles-ci sont au centre de son éclosion. Comme l'explique Cova (1997), la modernité était un courant progressiste apparaissant sensiblement de façon parallèle au capitalisme, dont l'une des principales ambitions était

de libérer l'humanité de l'ignorance, de l'irrationalité, et des formes traditionnelles de médiation communautaire tels le village, la famille et la religion, puisque celles-ci étaient vues comme des entraves au développement de sujets libres. Cette vision découle du fait que le courant moderniste postulait l'existence d'une essence individuelle qui serait antérieure à toute forme de socialisation, et que le développement de celle-ci serait entravé par ces différentes communautés traditionnelles. Bien que déplorant ces formes de collectivités traditionnelles, la modernité ne prônait toutefois pas un individualisme débridé, mais proposait plutôt que les regroupements humains devaient prendre la forme de contrats (Cova, 1997). Ce qui implique que l'adhésion à toute communauté correspond à un choix rationnel, volontaire et réversible, permettant de préserver la nature humaine idiosyncrasique à chaque individu, et également de permettre l'agrégation d'individus foncièrement différents. Malgré qu'elle ait permis la dissolution, ou du moins l'affaiblissement, de nombre de formes de médiations communautaires traditionnelles, la modernité n'est pas parvenue à remplir complètement l'objectif qu'elle s'était fixé, puisqu'un grand nombre de ces communautés traditionnelles ont survécu, et pris même une importance accrue¹⁹. Pour ce qui est de la postmodernité, contrairement à plusieurs qui ne la considèrent que comme une accentuation extrême des principes de la modernité, soit une forme d'hypermodernité, Maffesoli affirme que le portrait est beaucoup plus complexe, car celle-ci tirerait ses origines à la fois de l'incomplétude des promesses de libération de la modernité, mais aussi, paradoxalement, des tensions résultant du déploiement des efforts de libérations individuelles modernistes: le postmodernisme étant simultanément un approfondissement de la modernité, mais également une rupture avec celle-ci (Cova, 2015). Cova explique que:

Postmodernity can therefore be understood as a period of severe social dissolution and extreme individualism. But, attempts at social recomposition can also be glimpsed: the individual who has finally managed to liberate them from archaic or modern social links is embarking on a reverse movement to recompose their social universe on the basis of an emotional free choice. Less than differentiation, it is de-differentiation which seems to be guiding individual action. Postmodernity can therefore be said [...] not to crown the triumph of individualism but the beginning of its end with the emergence of a reverse movement of a desperate search for the social link. (Cova, 1997: 300).

¹⁹ Pour s'en convaincre, on n'a qu'à se référer à l'énorme importance que prennent encore les communautés religieuses et/ou ethniques dans de nombreux pays dits modernes.

Selon cette perspective, contrairement à ce que nombres d'auteurs postmodernes clament, Baudrillard et Lipovetsky en tête, la postmodernité ne concorderait donc pas avec l'émergence d'un individualisme effréné trouvant sa consécration dans les jouissances matérielles rendues possibles par la consommation de masse, mais se caractérise plutôt par l'équilibre qui existe entre les valeurs du progrès (autonomie, individualiste, liberté et universalité) et celles du régrès²⁰ (hétéronomie, communauté, lien et proximité) (Bardot et Cova, 2003; Cova, 2015). L'imaginaire postmoderne étant en quelque sorte atavique, puisque marqué par une prépondérance accrue, par rapport à la modernité, de valeurs archaïques du régrès telles la communauté, la proximité et la socialité, ce que Maffesoli ne voit absolument pas de manière négative, puisqu'il note que bien souvent dans l'histoire de l'humanité, c'est la barbarie qui permet de régénérer des civilisations moribondes (Maffesoli, 2000). C'est cette recherche postmoderne du lien social qui permet d'expliquer l'émergence de tribus de consommateurs, car celles-ci tentent de faire revivre l'idéal type communautaire du village, tout en transcendant, à l'aide des technologies de l'information et de la communication les plus récentes, les limites spatiales et temporelles auxquelles celui-ci était confronté (Richardson, 2013). Maffesoli affirme que : "Face à l'anémie existentielle suscitée par un social trop rationalisé, les tribus urbaines soulignent l'urgence d'une socialité empathique : partage des émotions, partage des affects" (Maffesoli, 2000 : XI). L'aspect individualiste de la modernité est quant à lui conservé et amplifié par la possibilité, voire l'obligation morale, de faire partie non pas d'une seule tribu, mais de plusieurs, et de sans cesse remettre en question ses appartenances ainsi que de les modifier (Cova, 1997; Cova, Kozinets et Shankar, 2007). Les tribus postmodernes, loin d'être des agrégations pérennes et étouffantes, sont constituées d'un ensemble de particules élémentaires liées entre elles moins pour des raisons rationnelles qu'émotionnelles, et conservant à la fois toute leur autonomie ainsi que la possibilité de s'extraire du groupe quand bon leur semble (Bardot et Cova, 2003; Cova et Cova, 2002) L'important étant non pas de s'associer éternellement à un groupe particulier, mais de virevolter d'un groupe à l'autre : le tribalisme postmoderne, au contraire du tribalisme classique, n'est pas caractérisé par la loyauté, la stabilité et l'investissement absolu, mais plutôt par la fluidité et l'éparpillement, ou pour reprendre

²⁰ Terme obtenu par la contraction du mot régression.

l'expression de Maffesoli (2000), par la socialité élective. Ces caractéristiques font en sorte que, selon Maffesoli (2000), on peut classer les tribus postmodernes dans les regroupements sociaux que Max Weber nommait communauté émotionnelle, et dont les principaux traits distinctifs sont: l'aspect éphémère, la composition changeante ainsi que l'absence d'organisation formelle (Maffesoli, 2000).

Bien que cela ne consiste aucunement en l'intégralité des cas, une grande majorité des tribus postmodernes vont être centrées autour de concepts marchands (tels un produit ou une marque), la passion engendrée par ceux-ci permettant de cimenter un groupe d'individus hétéroclites, de lui fournir un capital subculturel étant seulement accessible aux membres de la tribu ainsi que de créer une forme de responsabilité morale réciproque (Cova et al., 2010; Cova et Cova, 2002; Cova et Guercini, 2016; Cova et Paranque, 2013; Ostberg, 2007). Il en résulte que la consommation devient un des vecteurs les plus importants du ré-enchantement du monde, puisque c'est de plus en plus grâce à la valeur de lien des produits commerciaux, que le relationnel, l'émotionnel et le passionnel sont introduits dans la vie de tous les jours, et que les individus vont vibrer à l'unisson (Abidi-Barthe et Kaabachi, 2010; Cova et Cova, 2002; Bardot et Cova, 2003). Parallèlement, et de manière tout à fait paradoxale, c'est également en grande partie par la consommation, domaine qui semble à première vue intrinsèquement matériel, que le divin et le sacré vont se manifester dans la société postmoderne. La compréhension de ce développement nécessite que l'on se tourne vers l'oeuvre de l'un des pères fondateurs de la sociologie, Émile Durkheim, dont les théories sont encore parmi celles qui ont le plus d'influence dans le sous-champ de la sociologie des religions. Selon Durkheim (1912), afin de comprendre en quoi consiste la religion, il faut en dégager les particules élémentaires, c'est-à-dire les fondements à partir desquels toutes les religions ont été formées. Un tel postulat a comme implication que la religion ne peut simplement se résumer au domaine du surnaturel, comme il l'est trop souvent assumé par les modernes, considérant que la distinction formelle entre monde naturel et surnaturel n'existe pas chez nombre de peuples "primitifs", pour qui ces deux domaines se mêlent et s'entrecroisent continuellement. Même constat pour ce qui est de l'amalgame entre religion et dieux, qui lui aussi est à

rejeter, car plusieurs religions, aussi bien primitives que modernes, rejettent l'existence de toutes formes de dieux (Pals, 1996). Pour Durkheim (1912), c'est plutôt vers la notion du sacré qu'il faut se tourner afin de comprendre le fait religieux, puisque la religion a pour caractéristique universelle d'apposer une distinction non pas entre le naturel et le surnaturel, mais bien entre le profane et le sacré. Le sacré correspondant à toutes choses auxquelles il est attribué un grand pouvoir et auquel un grand respect est dû, tout en étant séparées de la vie quotidienne des individus. Le profane, se définit quant à lui par opposition au sacré, c'est-à-dire qu'il correspond à tout ce qui est banal, ordinaire et routinier. Bien que de prime abord, la notion de sacré puisse sembler identique à la notion de surnaturel que Durkheim s'est empressé de rejeter, celui-ci postule que ce sont en fait deux notions tout à fait distinctes, puisque pour nombre de cultures, le sacré est attribué à des éléments du monde naturel. Cette dichotomie profane/sacré se différencie également de la dichotomie bien/mal, puisqu'à la fois le sacré et le profane peuvent être bon ou mauvais. En fait, selon Durkheim, s'il y a une dichotomie qui se rapproche de celle entre le profane et le sacré, c'est celle entre le privé et le public, puisque la notion de sacré est intrinsèquement lié au groupe, à la tribu, au social et au communautaire (Pals, 1996). Effectivement, dans les sociétés primitives, le sacré va s'incarner dans des totems et des icônes autour desquels la tribu va se regrouper afin de célébrer des fêtes et réaliser des rituels, ces totems et icônes permettant de réifier la tribu, et de démontrer aux individus que celle-ci n'est pas seulement le fruit de leur imagination, mais qu'elle est une réalité concrète ayant des incidences matérielles sur la vie de chacun, tout en rappelant à tous les obligations qu'ils ont envers elle. Dans les sociétés postmodernes, ce sont principalement les objets commerciaux et les marques qui en sont venus à occuper le rôle d'icônes et de totems pour les tribus contemporaines²¹: ceux-ci étant au centre d'un ordre symbolique complexe autour duquel la socialité va se vivre et se développer (Banet-Weiser, 2012; Holt, 2004; Maffesoli, 2000; Sheffield, 2006). C'est du côté des techniques marketing contemporaines qu'il faut chercher la genèse de cette hybridation entre religion et consommation, puisque celles-ci, au contraire de ce qui se faisait au début du XXe siècle,

²¹ On doit cependant noter qu'il existe une différence majeure entre les tribus primitives et les tribus postmodernes se regroupant autour d'objets de consommation, puisque la temporalité de leur genèse est inversée. Alors que dans les premières, la communauté précède l'apparition du totem, dans les secondes, la marque et le produit (qui sont les totems de ces tribus) existent préalablement à l'existence de la communauté. En d'autres termes, cela signifie que ce n'est pas une communauté qui crée des symboles, mais bien des symboles qui créent une communauté (Stratton et Northcote, 2016).

ont cessé de simplement tenter de vendre un produit en vantant ses capacités techniques, pour se tourner vers le développement d'une image de marque. Développement d'une image de marque qui demande la construction d'une relation qui sera perçue comme authentique par les consommateurs, et donc d'apposer à la marque des émotions, des narratifs personnels et un éthos (Banet-Weiser, 2012; Wang, 2015). S'ils sont couronnés de succès, ces efforts marketing vont permettre la création d'une expérience de conversion de masse qui va lier les consommateurs à la marque, et leur faire percevoir les autres individus de la tribu comme faisant partie d'un collectif divin ayant une compréhension commune des qualités sacrées de la marque (O'Sullivan et al., 2011). Cette expérience correspond sensiblement à ce que Belk et al. (1989) ont décrit dans leur article pionnier *The sacred and the profane in consumer behavior: Theodicy on the odyssey* comme étant une hiérophanie ("*hierophany*"), c'est-à-dire une révélation qui n'est non pas divulguée à tous, mais qui est seulement accessible à une poignée d'élus privilégiés qui formeront une communauté imaginée, pour reprendre le terme formulé par Benedict Anderson (2006). Effectivement, tout comme les États-nations modernes, les tribus de consommateurs sont des communautés imaginées, puisqu'elles ne reposent pas simplement sur le lien affectif entre deux ou plusieurs individus, mais également sur un lien imaginaire, soit la capacité des membres d'extrapoler que la passion qui les anime est également ressentie aussi fortement chez les autres membres qu'ils ne connaissent pas personnellement, permettant ainsi la création d'une conscience et d'une culture²² commune s'étendant au-delà des frontières géographiques nationales (Cayla et Eckhardt, 2008; Cova, 2015; Richardson, 2013). Il en ressort donc naturellement que ce sont les produits riches en ressources sémiotiques²³ qui sont les plus propices à engendrer des tribus de consommateurs, puisque ces ressources sémiotiques vont permettre à la communauté de définir son identité collective et d'alimenter son imagination collective (O'Sullivan et al., 2011). La conscience commune créée par les marques va principalement être basée autour de deux axes, soit la légitimité, qui correspond à la manière acceptable d'utiliser le produit et la

²² Culture commune qui est selon l'économiste Dominique Foray, indispensable pour que s'enclenche le processus de création des connaissances (Shirky, 2010).

²³ Les ressources sémiotiques sont définies par van Leeuwen comme étant les: "*actions, materials and artifacts we use for communicative purposes, whether produced physiologically – for example, with our vocal apparatus, the muscles we use to make facial expressions and gestures – or technologically – for example, with pen and ink, or computer hardware and software – together with the ways in which these resources can be organized. Semiotic resources have a meaning potential, based on their past uses, and a set of affordances based on their possible uses, and these will be actualized in concrete social contexts where their use is subject to some form of semiotic regime*" (van Leeuwen 2004:285)

marque, ainsi que l'opposition à une (des autres) marque(s), puisque le contraste face à l'ennemi commun va permettre de clairement délimiter les types d'expériences, modes de vies et d'attitudes qui sont compatibles avec la marque ou produit (Muniz et O'Guinn, 2001). On peut, à ce sujet, citer l'exemple connu de la communauté Apple, dont l'identité libérale et libertarienne a été en grande partie forgée par le rejet des valeurs qu'elle associait à son plus grand concurrent (Windows), soit le conservatisme et le corporatisme. La pérennité de ces tribus va par la suite être dépendante des différents rituels, traditions et pèlerinages par lesquels la distinction entre le sacré et le profane va être recréée et consolidée (Schau et Muniz., 2007). En effet, contrairement à ce qui est trop souvent assumé par la littérature portant sur le sujet, les tribus de consommateurs ne sont pas nécessairement des regroupements éphémères, mais peuvent être relativement permanentes (O'Reilly, 2012). Ces rituels et traditions peuvent parfois être de nature strictement individuelle, par exemple lorsque le produit sacralisé va être placé dans un endroit distinct (comme un présentoir en vitre) des autres produits similaires, mais ils vont être d'autant plus puissants lorsqu'ils sont réalisés au niveau communautaire (par exemple des commémorations collectives de l'histoire de la marque, ou bien le partage des différentes expériences personnelles étant liées à la marque ou produit) (Muniz et O'Guinn, 2001). Afin de marquer la distinction entre les regroupements qui sont temporaires et ceux qui sont plus durables, Muniz et O'Guinn (2001) proposent de nommer les premiers, tribus et les seconds, communautés²⁴. Toutefois, comme le souligne Richardson (2013), considérant le peu de différence qui existe entre ces deux types de regroupements ainsi que la confusion théorique qu'entraîne l'introduction d'un nouveau terme, nous jugeons cette distinction superflue.

Puisque les tribus de consommateurs sont fondées sur une passion commune, les individus qui les forment ont le devoir de montrer leur attachement et leur dévotion envers cette passion. Comme le relate Richardson (2013), plusieurs de ces tribus sont caractérisées par une participation ostentatoire excessive, comme c'est le cas des partisans des équipes

²⁴ Arvidsson et Caliandro (2016) ont un argument similaire, et proposent de faire une distinction entre les communautés et les publiques, les seconds se différenciant des premiers par le fait que leurs principales composantes structurantes n'est pas l'interaction, mais la médiation, et qu'ils ne mènent pas à la création de valeurs et d'identités communes. Encore une fois, nous jugeons cette distinction superflue, du moins dans le cadre de ce travail.

sportives qui se peignent dans les couleurs de leurs équipes, ou des admirateurs de Star Trek qui se déguisent en l'un des personnages de la série lors des conventions. Cet impératif de la participation fait en sorte que toutes formes de tribus de consommateurs vont engendrer, à divers degrés, un narcissisme de groupe, c'est-à-dire que la tribu va en venir à être collectivement auto-indulgente et auto-fascinée, et même à développer une forme de fanatisme (Fuschillo, 2013; Richardson, 2013). Il ne faut toutefois pas voir ce phénomène de manière négative, puisque c'est ce narcissisme de groupe qui va permettre à la tribu de subsister temporellement. C'est également l'aspect passionnel de ce narcissisme de groupe qui fait en sorte que les tribus vont en venir à se livrer à des activités de prosommation. Richardson explique que:

Tribes are not just loyal to their chosen brands – they are passionate about them. This passion means that they voluntarily become advocates for the brand, going out of their way to promote the brand to non-users. They organize events that celebrate and promote their chosen brands, thereby providing brand-related experiences that convert more consumers to devotion to those brands. They engage with one another online and offline, affirming each other in the practice of brand rituals that tie each consumer into a deeper relationship with the brand [...] Tribes also act as innovators, generating new product usages and concepts and ways of enhancing the product and brand experience for one another [...] These enhanced experiences and innovative usage practices serve in turn to renew and perpetuate the tribe's enthusiasm for the brand – or brands, if they adopt more than one [...] Members of tribes can also serve as an informal product support system to one another, helping one another to resolve product bugs or glitches, in the context of friendly interpersonal relationships that bring the goals and aspirations of relationship marketing to life (Richardson, 2013: 1-2).

Les tribus de consommateurs sont un vecteur, si ce n'est essentiel, du moins important, pour la réalisation des activités de prosommation, puisque les individus qui les forment ne sont pas simplement des récepteurs passifs, mais sont engagés dans une danse perpétuelle avec l'entreprise, dans la mesure où ils vont à la fois absorber et modifier les composantes sémiotiques et techniques des produits qu'ils consomment (Cova et al., 2007). La différence entre employé et consommateur ne tient plus, puisque tous se considèrent mutuellement comme des membres de la même tribu, ce qui implique qu'ils vont tous jouer ces deux rôles parallèlement et indistinctement (Cova et al., 2010). La transition entre tribu de consommateurs et pratique de prosommation peut également s'expliquer par le fait que les membres de ces tribus, de par la conscience commune et les

rituelles et traditions qu'elles impliquent, en viennent à développer un sentiment de responsabilité morale envers l'ensemble de la communauté (Muniz et O'Guinn, 2001). Ce sentiment correspond, de façon plus spécifique, à un sens du devoir envers la communauté ainsi qu'envers l'ensemble de ses membres, et va souvent servir de déclencheur à l'action. À ce sujet, on peut noter l'étude de Wiertz et de Ruyter (2007), qui en est venue à la conclusion que les membres des communautés virtuelles qui contribuent le plus, autant en termes de qualité que de quantité, ont comme principales sources de volition l'engagement envers la communauté ("*commitment to the community*"). Toutefois, malgré l'importance que prend l'aspect communautaire, il n'existe pas une égalité parfaite entre les différents membres des tribus, puisque l'on retrouve au sein de celles-ci des stratégies de distinction typiques des comportements de consommation analysés par Bourdieu, stratégies ayant pour objectifs d'établir ou de consolider une position sociale (Cole, 2011).

Bien que la réalisation de la quasi-totalité des activités de prosommation requière la présence d'une communauté de prosommateurs, considérant les formes multiples que ces activités peuvent prendre, la structure et les caractéristiques des différentes tribus de prosommateurs varient énormément. Par exemple, la force des liens sociaux entre prosommateurs dans une communauté effectuant principalement des activités de type activation sera probablement beaucoup plus faible que celle que l'on retrouve dans une communauté essentiellement impliquée dans des activités de type innovation. La typologie de Kozinets²⁵ et al. (2008) permet de clarifier cette situation. Selon cette dernière, il est possible de catégoriser les différentes communautés de prosommateurs (du moins celles qui s'adonnent à ces pratiques de façon virtuelle) en se basant sur deux axes²⁶. Le premier axe a trait à l'orientation de la communauté, puisqu'il détermine si la principale raison d'être de la communauté est de délibérément atteindre certains buts qu'elle s'est fixés (par exemple trouver une solution à un problème particulier), ce que les auteurs

²⁵ Bien que les auteurs utilisent le terme communauté plutôt que tribu, il n'y a, comme il a été mentionné précédemment, pratiquement aucune différence théorique entre ces deux termes.

²⁶ Les auteurs proposent également de rajouter une troisième variable classificatrice, soit la nature commerciale ou non de la communauté (qu'il propose de représenter à l'aide d'une couleur), mais, comme expliqué précédemment, puisque notre recherche porte essentiellement sur les formes de prosommation permettant de créer une valeur d'échange, cette dernière variable est superflue dans le cadre de cette recherche.

nomment orientation télé-spécifique, ou si elle est plutôt de combler des besoins de nature communicationnelle et ludique, ce qui est nommé par les auteurs orientation communoludique. Le deuxième axe, quant à lui, mesure le degré de concentration du processus d'innovation. En termes plus simples, cela vise à déterminer si les innovations sont principalement le fruit d'un petit nombre d'individus, ce qui est nommé concentration élevée, ou si celles-ci sont réalisées par pratiquement tous les membres de la communauté, mais de manière plus modeste, ce que les auteurs nomment concentration faible. Lorsque l'on croise ces deux axes, on se retrouve avec quatre idéaux types de communauté de prosommateurs.

Le premier idéal-type, nommé foule, se caractérise par une faible concentration de l'innovation et par une orientation télé-spécifique. Ces communautés tendent à comporter un nombre importants d'individus se regroupant pour la réalisation d'un objectif particulier et vont souvent se dissoudre une fois que celui-ci sera atteint. Un exemple concret de ce type de communauté est la campagne publicitaire intitulée "*Crash the Super Bowl*" menée par Pepsico Frito-Lay. Cette campagne proposait à des équipes de consommateurs de soumettre une publicité de 30 secondes pour Doritos, les meilleures d'entre elles étant publiées sur un site Web sur lequel les consommateurs étaient encouragés à voter pour leur favorite. La publicité gagnant ce vote populaire était diffusée lors du Super Bowl. Une fois cette campagne terminée, la communauté a perdu sa raison d'être, et s'est bien évidemment dispersée. Les ruches ("*hives*") sont le deuxième idéal-type de communauté, et correspondent aux communautés ayant une orientation télé-spécifique et une forte concentration de l'innovation. Cet idéal-type comporte de nombreuses similitudes avec celui qui a été décrit précédemment, soit l'appel à la foule, mais se différencie par le fait que les communautés ruches tendent à être beaucoup moins populeuse que les communautés de type foule, mais composés d'individus généralement passionnés, extrêmement qualifiés et exhibant un fort désir de reconnaissance. Ce type de communauté va également souvent développer des structures organisationnelles relativement complexes. Le troisième type de communauté de prosommateurs est nommé la bande ("*mob*") par les auteurs, et se situe au croisement de l'orientation communoludique et de la concentration élevée.

ludique et de la concentration de l'innovation élevée. Ces communautés sont caractérisées par le regroupement d'une multitude d'individus relativement homogènes autour d'un leader (ou d'un petit groupe de leaders), qui va écrire fréquemment (souvent sous la forme d'un blogue) à propos de ce qu'il trouve intéressant à un moment particulier. Toutefois, le répertoire des sujets de ces interventions va tendre à être relativement restreint, puisque la plupart de ces communautés sont basées sur un thème particulier (par exemple la consommation d'une marque de produits particuliers). Ce leader est généralement très compétent, mais contrairement aux individus peuplant les ruches, son expertise ne porte pas sur des considérations techniques, mais plutôt sur des questions de modes de vie ("*lifestyle*"), de loisirs ou de culture. La valeur de ces communautés réside dans le fait qu'elles vont souvent être des créatrices de tendances ("*trendsetters*"). Finalement, le dernier type de communauté de prosommateurs, soit les "nuées", se caractérise par une faible concentration de l'innovation et par une orientation communo-ludique. Tout comme les bandes, les nuées vont souvent se regrouper autour d'un thème particulier, mais ne vont pas s'en remettre à la seule expertise d'un leader. Elles vont généralement se baser sur l'agrégation des voix des différents membres de la communauté, permettant la création d'une forme d'intelligence collective. Les contributions créées par ce type de communauté sont facilement transformables en commodités et commercialisables, ce qui fait en sorte que ce sont souvent les communautés les plus recherchées par les entreprises. Ces contributions vont principalement prendre quatre formes. La première consiste en l'agrégation des données de navigation des membres de la communauté, permettant ainsi à des moteurs de recherche de se perfectionner en déterminant et en hiérarchisant la popularité des différents sites ou mots-clés. Le deuxième type de contribution correspond aux évaluations sur les produits que fournit cette masse de consommateurs. Ensuite, la troisième forme que peuvent prendre ces contributions est l'étiquetage ("*tagging*"), c'est-à-dire l'action d'apposer un mot ou un lien à un cyber-objet (vidéo, photo etc). Ces actions d'étiquetage vont permettre de créer des systèmes de classification très performants, que Kozinets et al. (2008) vont nommer "*folksonomie*", en opposition au système de classification par le haut qu'est la taxinomie. La quatrième et dernière forme de contribution consiste simplement dans le regroupement d'un grand nombre de personnes

dans une communauté virtuelle, ce qui correspond au processus que nous avons nommé activation lors de la section précédente.

Avant de conclure cette section, il faut signaler que bien que les différents auteurs inspirés par Massofeli soulignent tous la centralité des commodités dans le monde contemporain, ils ne donnent que très peu d'explications en ce qui concerne les raisons de cette centralité. La thèse de Lee (1993), qui consiste en une synthèse originale des travaux de Marx, Bourdieu, Jameson et Baudrillard, permet d'apporter un éclaircissement à cette question. Selon Lee, la culture contemporaine est basée sur un esthétisme prônant la dissociation complète entre le signifiant et le signifié. Cet état de fait crée une forme de schizophrénie sociale, dans la mesure où il en résulte une quasi-impossibilité de développer des significations collectives un tant soit peu pérennes. Lee explique que cet esthétisme, qu'il qualifie de postmoderne:

plagiarises, and therefore effaces the significance of histories, to the extent that previous styles, symbolic codes, cultural movements and artefacts, now stripped of their original contexts and meanings, are juxtaposed into a bricolage or 'pastiche' of retro- chic and nostalgia. Such an aesthetic also invites a fascination, rather than a contemplation, of its contents; it celebrates surfaces and exteriors rather than looking for or claiming to embody (modernist) depth; it foregrounds the materiality of, and the discontinuity between, signifiers while dissolving the hermeneutic possibilities of the signified; it renders the critical distancing between high cultural forms and popular culture obsolete; and it erases several of the key boundaries of separation that have previously existed between discrete cultural forms. In short, the postmodern aesthetic transform all cultural content into objects for immediate consumption rather than text of contemplative reception or detached and intellectual interpretation (Lee, 1993: 143).

En se basant sur Bourdieu, Lee propose que ce développement consiste en fait en une tactique délibérée entreprise par une nouvelle classe sociale de type professionnelle-managériale (qu'il nomme la nouvelle petite bourgeoisie), afin de favoriser la valorisation de la forme de capital culturel qu'elle possède. Cette nouvelle classe sociale est composée principalement de personnes blanches âgées entre 18 et 40 ans, pourvues d'une éducation de niveau collégial ou supérieur, et occupant des emplois les situant à un niveau intermédiaire entre le travailleur et le capitaliste ("*between labour and capital*"). Outre cela, la principale caractéristique distinctive de cette nouvelle classe sociale est qu'elle est dotée à la fois d'un capital économique et d'un capital culturel relativement importants

(ce qui fait qu'elle n'a pas intériorisé, à l'instar de la classe laborieuse, des pratiques culturelles mettant l'accent sur la reproduction de la force de travail. Toutefois, la forme que prend ce capital culturel se distingue grandement de celui de la vieille bourgeoisie ou des intellectuels. Effectivement, les transformations du système éducatif (qui est l'institution la plus importante en termes de création de capital culturel) ont fait en sorte que les connaissances acquises par cette classe sont maintenant principalement basées sur des aspects techniques et pratiques liés à des professions particulières. Ce qui contraste à la fois avec le capital culturel de la vieille bourgeoisie et celui des intellectuels traditionnels. Le premier se fonde sur l'adhésion rigide à des règles ou protocoles tandis que le second est basé sur la maîtrise de compétences culturelles générales et abstraites, étant à la fois relativement immuables et facilement transposables. Puisque ce capital culturel est basé sur des connaissances extrêmement fonctionnelles et spécifiques, il est en quelque sorte édulcoré et instable, et les membres de la nouvelle petite bourgeoisie se retrouvent en constant danger de paupérisme culturel, car tout nouveau développement des connaissances pratiques risque de le dévaluer. Étant incapable de rivaliser avec les classes sociales traditionnellement dominantes dans une lutte culturelle classique, tout en souffrant d'une anxiété chronique quant à la dévaluation possible (voire probable) de son capital culturel, la nouvelle petite bourgeoise, dans son désir continu d'ascension et d'approbation, se devait de trouver une nouvelle politique culturelle lui permettant à la fois de légitimer, défendre et accentuer sa propre position sociale. Selon Lee, c'est ici que les commodités entrent en jeu, puisque c'est justement autour de celles-ci que va s'établir cette nouvelle politique culturelle. Afin de comprendre cette thèse, on doit se référer au concept de fétichisme de la marchandise de Marx, concept selon lequel, dans le système capitaliste, l'échange marchand de biens permet de camoufler les relations sociales et le travail nécessaires à leur production. Pour reprendre la métaphore de Lee (1993), ce fétichisme permet aux commodités d'émerger intactes et immaculées de la chrysalide de la production, et de ne se révéler sur le marché qu'en tant qu'objets. Le fait que les commodités produites par le système capitaliste sont ainsi "lavées" de toutes traces de l'histoire et des relations sociales ayant permis leur création, fait en sorte que celles-ci sont complètement malléables, et qu'il est donc possible de leur attribuer pratiquement n'importe quelle signification. Effectivement, alors que dans les sociétés pré-capitalistes

la plupart des biens consommés par un individu étaient soit produits par lui-même ou par des personnes qu'il connaissait intimement, exposant de facto les relations sociales de production, le capitalisme se caractérise par la prolifération de biens fabriqués de façon anonyme, ce qui les rend complètement malléables au niveau culturel et social (Jhally, 1989b). L'aspect malléable de la commodité, sa capacité à recevoir n'importe quelle signification culturelle, fait donc d'elle l'outil idéal afin de développer une politique culturelle différente de celles des classes sociales traditionnelles. La valorisation et la protection du capital culturel pouvant être réalisé non pas par l'adhésion stricte à des valeurs et significations rigides, mais plutôt par la célébration de l'altérité radicale et de l'éphémère. De plus, outre l'aspect tactique, Lee propose également que l'attrait de la nouvelle petite bourgeoisie envers les commodités est fonction de la similarité de leur histoire respective. Effectivement, Lee explique que la conscience sociale des individus formant cette classe est marquée par l'instabilité et l'évanescence, du fait de la précarité des emplois qu'ils occupent, mais surtout de l'effondrement des cultures nationales et des identités stables et fixes du début de la modernité. Les commodités, puisque ce sont des objets desquels toutes traces historiques ont été expurgées, étaient donc l'instrument culturel idéal afin d'objectiver et de matérialiser cette conscience sociale. Dans ce contexte, on peut comprendre pourquoi elles sont devenues l'objet culturel par excellence de la nouvelle petite bourgeoisie, car tout comme les individus formant cette dernière, les commodités sont marquées par une absence complète d'histoire et d'héritage, et sont donc le réceptacle idéal des pratiques identitaires et communautaires de cette classe sociale.

1.3 Facteurs permettant d'expliquer l'essor récent de la prosomation

Malgré le débat portant sur le fait de savoir si la prosomation est un phénomène nouveau ou si c'est une forme d'activité présente depuis la genèse du capitalisme, il est indéniable que celle-ci tend à prendre de plus en plus d'importance autant quantitativement que qualitativement. Un tel constat débouche inévitablement sur une interrogation concernant les causes du développement fulgurant qu'a connu ce phénomène au cours des dernières années. Plusieurs facteurs ont été proposés afin d'expliquer si ce n'est l'apparition de ce phénomène, du moins sa propagation spectaculaire au cours des dernières années. Le

facteur le plus déterminant est indubitablement le développement technologique ahurissant dans le secteur de l'informatique au cours de cette période (Rayna et Striukova, 2016; Ritzer, 2015a; 2015c; Zwick, 2015). Comme l'explique Bauwens (2005), ces innovations ont permis une révolution économique et sociale d'une importance inégalée depuis l'introduction de la machinerie lourde. Si le domaine de l'automobile avait connu une évolution aussi prononcée que celui des microprocesseurs au cours de la même période, une Rolls Royce pourrait rouler jusqu'à un million de milles à l'heure, couterait vingt-cinq sous et aurait une longueur d'un millimètre (Bomsel, 2010)! Cette évolution technologique a permis de réduire considérablement les coûts du capital fixe (principalement les ordinateurs), rendant ainsi possibles la décentralisation de la production tout comme la division temporelle et spatiale des tâches de travail. Ces innovations technologiques ont aidé également au développement de la prosommation dans la mesure où elles ont permis un accroissement considérable des possibilités de communication bidirectionnelle à la fois entre les organisations et les consommateurs, et entre les consommateurs eux-mêmes, diminuant les coûts liés à la coopération et à la coordination²⁷ (Berthon et Al., 2015; Dyer-Whiteford, 1999; Fisher et Smith, 2011; Shirky, 2010). Bien que la prosommation n'ait pas été engendrée par ces nouvelles technologies de l'information et de la communication (puisque'elle peut être réalisée par des moyens beaucoup plus rustiques, tels le téléphone ou le service postal, ou même par la présence physique des consommateurs), ces facteurs ont permis le remplacement du Web 1.0 (ou Web comme source d'informations) par le Web 2.0 (ou Web comme plateforme participative), entraînant un accroissement considérable du nombre de personnes prenant part à ce que Benkler (2006) nomme la "*commons-based peer production*" ainsi que des activités qu'il devient possible de réaliser de cette façon (Bauer et Gegenhuber, 2015; Frayssé et O'Neil, 2015; Gerlitz et Helmond, 2013; Jenkins et al., 2016; Ramaswamy et Ozcan, 2014; Ritzer et Rey, 2016). Cova et al. (2010) précisent que: "La plateforme que constitue le Web 2.0 redistribue ainsi le pouvoir entre l'entreprise et les consommateurs et conduit à l'avènement d'un consommateur multi-facettes capable de mettre en scène tour à tour et/ou de façon concomitante différents rôles : marketer, co-producteur de service, co-innovateur, journaliste, expert, actionnaire, etc." (Cova et al.,

²⁷ Ou, pour reprendre une expression à la mode, faciliter la création de communautés de pratiques.

2010 : 11). De ce fait, le Web 2.0, et les communautés virtuelles qu'il permet facilitent grandement la réalisation des quatre séries d'activités inter-reliées identifiées par Hargadon et Bechky (2006) comme étant cruciales au déclenchement de la créativité collaborative, soit: la demande d'assistance, le "*help giving*", le recadrage réflexif et le ré-enforcement. De plus, il faut également considérer que ces développements technologiques se sont accompagnés d'un accroissement de la facilité d'usage des différentes technologies, autant au niveau cognitif qu'ergonomique, permettant ainsi leur utilisation par un nombre sans cesse croissant d'amateurs (Proux et al., 2011; Rayna et Striukova, 2016), tout en rendant possible la convergence technologique, car on peut maintenant réaliser plusieurs activités sur un seul et même appareil, plutôt que sur plusieurs appareils distincts, comme c'était le cas dans les débuts de la révolution digitale (Jenkins, 2006).

Toutefois, à moins de sombrer dans le déterminisme technologique, le développement technologique ne permet pas d'expliquer complètement l'essor récent du phénomène (Ritzer, 2015b). D'ailleurs, comme le soulignent Bajde et al. (2015), le développement technologique ne peut-être une réponse satisfaisante en soi pour expliquer l'importance de la prosomation, puisque bien que plusieurs innovations technologiques vont la stimuler, d'autres, au contraire, vont avoir un effet inhibant. Prenons par exemple les différentes technologies de gestion des droits numériques qui, en restreignant de manière drastique l'accès au code source des logiciels sur lesquelles elles sont installées, rendent la prosomation beaucoup plus difficile, si ce n'est impossible, à réaliser. Considérant que la prosomation prend souvent la forme d'activités ressemblant à ce qui est traditionnellement considéré comme étant du travail, le simple fait de pouvoir effectuer la tâche chez soi ne permet effectivement pas de comprendre pourquoi certains l'effectuent volontairement, gratuitement et même parfois avec enthousiasme. Pour ce faire, il faut également considérer les changements quant à la nature perceptuelle et identitaire du travail qui se sont produits au cours des dernières décennies. Lors de cette période, la sphère des désirs ainsi que les champs de l'imagination et de l'affectif, qui au cours du capitalisme industriel auraient été largement évacués de la sphère du travail, auraient été

réappropriés par celle-ci et seraient même devenus les facteurs de production prédominants (Berardi, 2009). Le travail aurait donc cessé d'être perçu de façon strictement instrumentale (ce qui impliquait que l'on tentait de l'éviter le plus possible²⁸), pour devenir une des composantes importantes, si ce n'est essentiel, de l'identité et de la constitution du soi (Honneth, 2006). Pour nombre d'individus, le travail est donc devenu le moyen par lequel ils se personnalisent et se singularisent, ce qui contraste avec les prolétaires de l'époque industrielle, pour lesquels le travail était une forme de mise à mort temporaire (Marazzi, 2008). D'ailleurs, les études en sociologie du travail démontrent que cette valorisation identitaire du travail est particulièrement présente chez les travailleurs de la connaissance, ceux-là mêmes qui sont les plus sollicités par les entreprises cherchant à s'accaparer du "*user-generated-content*". L'importance prise à l'époque actuelle par cette éthique du travail permet d'expliquer en partie pourquoi de nombreuses personnes se livrent volontairement à des activités ayant toutes les apparences d'un travail durant leurs temps libres (Arvidsson, 2008; Huws, 2014; Michel, 2011).

Autre facteur explicatif possible : la montée de ce qui a été nommé l'esthétisation de la vie de tous les jours, c'est-à-dire l'importance accrue que prend, suite à l'explosion des mouvements de contreculture dans les années 60 et 70, l'aspect esthétique de toutes choses dans le monde contemporain (Frayssé, 2015; Lipovetsky et Serroy, 2013). Comme le soulignent Cova et Dalli:

"the aestheticization of everyday life and, thus, the aestheticization of consumption are possibly the strongest characteristics of post-modern European societies [on peut également appliquer ce constat à toutes les sociétés occidentales]. Post-modern individuals are on a never-ending identity quest: a quest to define the meaning of their lives. Consumers go to markets to produce their identity – specifically their self-images" (Cova et Dalli, 2009: 316).

L'importance de l'esthétisme atteint un point tel que Lipovetsky et Serroy en viennent à affirmer que nous sommes dans un capitalisme artiste: "Lequel se caractérise par le poids

²⁸ Veblen démontre parfaitement le peu de considération qui était accordée à cette activité à la fin du XIXe siècle, lorsqu'il écrit que le travail productif, était stigmatisé comme étant une marque de pauvreté, de déshonneur et de soumission. "*Conspicuous abstention from labour therefore becomes the conventional mark of superior pecuniary achievement and the conventional index of respectability: and conversely: since application to productive labour is a mark of poverty and subjection, it becomes inconsistent with a reputable standing in the community*" (Veblen, 2007: 30).

grandissant des marchés de la sensibilité et du design process, par un travail systématique de stylisation des biens et des lieux marchands, d'intégration généralisé de l'art, du look et de l'affect dans l'univers consumériste" (Lipovetsky et Serroy, 2013: 12). L'aspect central qu'a pris l'esthétisme aurait pour effet de démocratiser l'ambition et le désir de création, de faire en sorte que de plus en plus de personnes cherchent à s'exprimer à travers une activité artistique, comme en témoigne le fait que la proportion de personnes se définissant par l'épithète artiste a explosé depuis les années 70 (ce qui se traduit quantitativement en une augmentation de 400%) (Arvidsson, 2008). Ces revendications artistiques seraient en partie comblées par la réalisation de certaines activités de prosomation²⁹ (Arvidsson, 2008; Campbell, 2005a; Lipovetsky et Serroy, 2013). Contrairement à ce qui est clamé par Florida (2002), dans les sociétés contemporaines, les innovations esthétiques et culturelles ne sont pas principalement réalisées par une classe créative, mais bien par une masse créative, puisque la grande majorité de ceux qui les réalisent n'occupe pas un emploi formel dans le secteur culturel (même si certains d'entre eux peuvent retirer une certaine compensation monétaire de leurs activités), et leurs activités ne sont pas circonscrites à une zone géographique précise (Arvidsson et Niessen, 2015). De plus, il faut également mentionner que la montée de l'esthétisme a pour corollaire un mouvement valorisant l'authenticité. L'importance de l'authenticité dans la société contemporaine serait en grande partie tributaire d'une des composantes majeures de la postmodernité, soit le rejet des métarécits de tous types, qui fait en sorte que l'individu postmoderne refuse de se faire imposer des façons de vivre, mais revendique plutôt le pouvoir de devenir co-producteur de sa vie quotidienne (Cova et al., 2010; Lyotard, 1979). Dans la culture mercantile ("*commodity culture*"), cela se serait traduit par une révolte des consommateurs envers les modes de production et de communication marketing fordistes caractérisés par une standardisation des commodités offertes ainsi

²⁹ Selon Campbell (2005a), cette prosomation serait en grande partie entreprise afin de contrecarrer les effets aliénants créés par la commodification d'un nombre sans cesse d'objet et d'activités. Ainsi, paradoxalement, bien que les consommateurs décrivent les conséquences négatives de la commodification, ils ne se détournent et ne combattent pas le monde des objets commerciaux, mais s'en servent plutôt afin de s'engager dans des activités artistiques qu'ils jugent désaliénants. Il explique que "*instead of merely bemoaning 'the crass materialism and acquisitiveness' of rampant consumerism (something which, in their eyes, has become all too pervasive, largely as a consequence of the unbridled greed and hedonism of their social inferiors) or alternatively attempting to escape the worst effects of a materialist and consumerist society by downsizing or joining the simple living movement, they have co-opted and adapted consumerism in such a way that it can give expression to their own distinctive cultural values and traditions. Essentially this involves aestheticizing and ethicizing (if not also spiritualizing) this world*" (Campbell, 2005a: 28).

qu'une réception passive et unidirectionnelle de la communication marketing. Révolte qui obligea finalement les entreprises à engager activement les consommateurs dans la conception et la production des biens, permettant ainsi aux individus d'exprimer leurs choix et leur identité, tout en s'affranchissant des normes de consommation de masse jugées aliénantes (Boltanski et Chiapello, 2011; Brown et al., 2003; Cova, 2008; Fraser, 2015; Prahalad et Ramaswamy, 2000). Le consommateur se transforme donc en "consom'acteur", puisqu'il refuse de simplement se cantonner au rôle passif auquel l'avait relégué la théorie marketing traditionnelle, mais devient plutôt un protagoniste central, non seulement dans la création des fonctionnalités des différents produits commercialisés, mais également (et avec une importance accrue) dans la détermination de leurs sens (Coval et al., 2010).

Enfin, cinq autres tendances structurelles peuvent également permettre de comprendre le développement et l'accentuation de la prosommation. Le premier est la financiarisation de l'économie ainsi que les réformes néolibérales ayant eu cours durant les dernières décennies, qui ont poussé les entreprises à rechercher une mobilisation totale des individus afin d'obtenir des résultats financiers en concordance avec les demandes des actionnaires (Lordon, 2010). Cette mobilisation totale va, entre autres, prendre la forme de ce labeur gratuit, puisque celui-ci est une source énorme de profit. Le deuxième facteur structurel est le développement intellectuel de la population, qui a permis une généralisation des habiletés et capacités nécessaires à la réalisation d'activités productives et collaboratives. En effet, les dernières décennies ont été marquées, du moins dans les pays occidentaux, par un accroissement important du niveau d'éducation générale (Arvidsson, 2008; Moore et Taylor, 2009). Cette démocratisation intellectuelle a fait en sorte qu'un nombre sans cesse croissant de personnes sont en mesure de réaliser des tâches dont, la complexité n'était accessible jusque là qu'à une élite intellectuelle et artistique (Arvidsson, 2013). La réalisation de ces tâches a également été facilitée par la croissance importante de la culture de consommation et de la médiatisation accrue des relations sociales étant survenues au cours de la même période, ce qui a permis de faire augmenter considérablement la quantité de ressources cognitives et symboliques disponibles et

utilisables par le citoyen lambda. En termes plus simples, la musique, l'art, la mode et la culture en sont venus à former un commun symbolique global, que les individus peuvent facilement consulter, s'approprier et recontextualiser (Arvidsson et Niessen, 2015). Le troisième facteur structurel est la tendance à l'accélération de la société contemporaine, qui se traduit par une valorisation accrue du fait d'être continuellement en train d'effectuer des activités productives et de ne pas avoir un moment à soi (Rosa, 2010). Cette tendance à l'accélération encouragerait le développement du labeur gratuit, puisque pour plusieurs, ces activités sont vues comme étant une façon de se valoriser par l'accomplissement de tâches productives. Effectivement, comme le mentionne Frayne (2015), dans une société au sein de laquelle les moments de pure liberté sont en déclin croissant, on assiste à l'effet paradoxal que toutes les formes de loisir en viennent à être infiltrées par des concepts issus du monde du travail, tels l'efficacité et la productivité. Quatrièmement, selon Büscher et Igoe (2013), le développement de la prosommation s'explique par la prépondérance qu'a prise la valeur signe dans l'économie contemporaine, suite à l'annexion de l'univers sémiotique par le capitalisme dans sa quête continue de repousser les limites des besoins de consommations. Ces deux auteurs expliquent que:

"Commodity signs, after all, do not reach their producer's desired effects all by themselves. Consumers need to respond to signs in particular ways and through this 'labour' help realise the sign's material value. This sheds different light on Web 2.0 and dynamics of prosumption [...] Prosumption from this angle is symptomatic, we argue, of the intensification of the production and circulation of commodity- sign values, which are 'materially inseparable from processes of ideological reproduction'" (Büscher et Igoe, 2013: 286).

Finalement, le dernier facteur structurel en cause est le déclin important du secteur de la production dans les économies développées, couplé à la montée parallèle du secteur des services, puisque cela a grandement encouragé les entreprises à sous-traiter vers les consommateurs les activités de production à proprement parler (Ritzer et al., 2012; Ritzer et Rey, 2016).

1.4 Comment les sciences managériales envisagent-elles la prosommation?

L'étude des activités estompant les distinctions entre producteurs et consommateurs a été entreprise par de nombreux auteurs au sein des sciences managériales. Cette étude s'est grandement amplifiée au cours des dernières années, comme en témoigne le fait que le nombre d'articles scientifiques publiés sur le sujet a plus que sextuplé depuis dix ans (Galvagno et Dalli, 2014). Quoique cette catégorisation ne permet pas de rendre justice à l'ampleur de la littérature managériale portant sur le sujet, on peut identifier deux principales approches du phénomène (Cova et al., 2013; Galvagno et Dalli 2014 : la logique basée sur les services (SDL) et la perspective de l'innovation ouverte.

La logique basée sur les services

La logique basée sur les services ("*service-dominant logic of marketing*") est une théorie³⁰ de marketing ayant été proposée par Vargo et Lusch (2004), prônant que les entreprises ne doivent pas simplement se concentrer sur les produits qu'elles offrent, mais doivent plutôt élargir leurs perspectives et se préoccuper des services qu'elles peuvent offrir aux consommateurs. Par cette théorie, Vargo et Lusch tentent de renverser l'idée (qu'ils nomment "*goods dominant logic*" (GDL)) qui tiendrait depuis Smith dans les sciences économiques et managériales, consistant à distinguer activités productives et improductives et reléguant le marketing dans la deuxième catégorie (Vargo, 2011). Selon ces auteurs, une telle logique ne tiendrait plus, puisque:

"Increasingly, marketing has shifted much of its dominant logic away from the exchange of tangible goods (manufactured things) and toward the exchange of intangibles, specialized skills and knowledge, and processes (doing things for and with), which we believe points marketing toward a more comprehensive and inclusive dominant logic, one that integrates goods with services and provides a richer foundation for the development of marketing thought and practice Briefly, marketing has moved from a goods-dominant view, in which tangible output and discrete transactions were central, to a service-dominant view, in which intangibility, exchange processes, and relationships are central" (Vargo et Lusch, 2004: 1-2).

L'opposition entre ces deux logiques se comprend principalement par l'importance que prennent les ressources "*operants*" et les ressources "*operands*" dans chacune de ces logiques, qui sont des termes ayant été définis dans un livre précédent de Lusch, élaboré

³⁰ En fait, Vargo (2011) affirme que cela est une pré-théorie, mais à des fins de simplification, nous utiliserons tout de même le mot théorie pour désigner cette pré-théorie.

avec Constantin (1994). Les ressources "*operands*" sont définies comme des ressources sur lesquelles une opération ou un acte est effectué afin de produire un effet, tandis que les ressources "*operants*" sont des ressources qui sont utilisées afin de réaliser un acte ou opération sur les ressources "*operands*". En termes plus simples, les ressources "*operands*" correspondent au capital fixe (la terre et la machinerie), tandis que les ressources "*operants*" correspondent aux connaissances, informations et habiletés. Le passage d'une logique basée sur les biens à une logique basée sur les services s'explique par la position hégémonique que prennent les ressources "*operants*" par rapport aux ressources "*operands*" dans les sciences organisationnelles (Vargo et Lusch, 2008). Il est important de noter que dans cette théorie le terme service ne désigne pas simplement les activités relevant des industries de services à proprement parler, mais cherche plutôt à définir l'application de compétences spécialisées (soit les connaissances et les habiletés) à travers des actions, des processus et des performances, réalisés au bénéfice de l'entité en tant que telle ou d'une autre entité. (Vargo et Lusch, 2004). D'ailleurs, dans le langage de la SDL, l'utilisation du terme "services" au pluriel permet de décrire les activités traditionnellement associées à l'industrie des services, tandis que le terme service au singulier, indique le processus de faire quelque chose pour et surtout avec quelqu'un, qui est la notion centrale de cette théorie (Ezan et Cova, 2008). Afin d'explicitier cette distinction, Vargo précise que :

"This meaning of "service" (singular) should not be confused with the more commonly used "services" (plural), which reflects a particular type of (intangible) good (output), which is often used in service(s) marketing and which Vargo and Lusch (2004b) have associated with G-D logic. Goods (tangible products) have an important role in SD logic, but are seen as vehicles for service provision, rather than primary to exchange and value creation" (Vargo, 2009: 374).

Cette définition générale du terme service permet d'étendre l'utilisation de cette théorie à la presque totalité des organisations et des activités organisationnelles, même celles qui n'impliquent que la création de biens tangibles. Bien que les auteurs reconnaissent que l'utilisation du terme service peut porter à une certaine confusion considérant les bagages sémantiques lui étant associés, ils considèrent tout de même que cela reste le terme le plus adapté afin de décrire l'utilisation d'une ressource "*operant*" (Vargo et Lusch, 2006b).

Théoriquement, la SDL consiste en une liste de 10 principes fondamentaux. Originellement le premier de ces principes est que l'application de compétences et de connaissances spécialisées constitue l'unité fondamentale de l'échange. Ce principe suppose donc que ce que les personnes et les entreprises s'échangent réellement n'est pas des biens tangibles, mais des services. Par exemple, l'achat d'une auto ne doit pas être vu comme étant l'achat du bien automobile en tant que tel, mais plutôt comme l'achat d'un service de locomotion. Ce principe tire son origine des travaux de Frederic Bastiat, qui aurait été le premier à réaliser que la loi économique la plus importante est que les services s'échangent contre des services (Vargo et Lusch, 2004). Un tel constat implique que les produits ne sont que des artefacts autour et à partir desquelles les consommateurs vivent des expériences (Prahalad et Ramaswamy 2000). Subséquemment, afin de mettre davantage l'emphase sur le principe même de service, ainsi que pour des fins de clarté et de simplification, Vargo et Lusch (2008) ont reformulé ce principe par la phrase suivante: "le service est la base fondamentale de l'échange". Le deuxième principe fondamental est que l'échange indirect tend à masquer le premier principe fondamental. Cet argument est sensiblement le même que celui fait par Marx, lorsqu'il évoquait la notion de fétichisme de la marchandise, qui consiste en l'affirmation que dans le système capitaliste, l'échange de marchandises tend à masquer les relations sociales sous-jacentes à la création de ces marchandises, à la différence que selon Vargo et Lusch, ce que l'échange de marchandise masque est que les services sont le fondement de l'échange marchand. Une telle vision des choses implique que les biens ainsi que l'argent ne sont qu'un mécanisme permettant la distribution des services, ce qui correspond au troisième principe fondamental. En effet, pour Vargo (2009), l'argent que paye le consommateur pour l'acquisition d'un service (qui prendra bien souvent la forme d'un bien) permettra à l'entreprise d'acquérir d'autres services auprès d'une tierce partie. Les quatrième et cinquième principes fondamentaux sont respectivement que les ressources "*operants*" constituent la source de l'avantage concurrentiel des entreprises, et qu'historiquement, toutes les économies étaient des économies de service. Ainsi, la SDL prétend être valable pour tous les systèmes économiques, et non pas seulement pour l'étude et l'explication de l'économie de services contemporaine (Vargo et Lusch, 2008). Selon Vargo et Lusch (2004), la seule différence

qui existerait entre notre époque et celles qui la précèdent, est que l'importance du service est devenue plus apparente.

Le sixième principe, est celui qui est le plus important dans le cadre de ce travail, puisqu'il permet de catégoriser la SDL comme une théorie de la prosommation, et consiste en l'affirmation que le consommateur est toujours un co-créateur de valeur. Vargo et Lusch expliquent que:

"From a service-centered view of marketing with a heavy focus on continuous processes, the consumer is always involved in the production of value. Even with tangible goods, production does not end with the manufacturing process; production is an intermediary process. As we have noted, goods are appliances that provide services for and in conjunction with the consumer. However, for these services to be delivered, the customer still must learn to use, maintain, repair, and adapt the appliance to his or her unique needs, usage situation, and behaviors. In summary, in using a product, the customer is continuing the marketing, consumption, and value-creation and delivery processesthe customer becomes primarily an operant resource (coproducer) rather than an operand resource ("target") and can be involved in the entire value and service chain in acting on operand resources" (Vargo et Lusch, 2004: 11).

Comme cette citation permet de le constater, ce principe implique que la SDL, au contraire de la "goods dominant logic", considère que tous les consommateurs sont des ressources "opérants", puisqu'ils agissent sur les ressources "operands" de l'entreprise afin de créer de la valeur (Vargo et Lusch, 2006b). La valeur que permet cette co-création serait d'autant plus grande que les technologies modernes rendent possible la réalisation de plusieurs rôles de la part des clients, par exemple, ceux de payeur, fournisseur de compétence, contrôleur de qualité et/ou co-marketeur (Payne et al., 2008). En se basant sur ce principe, Vargo et Lusch affirment ensuite que puisque toute création de valeur demande la participation des consommateurs, les entreprises ne peuvent faire que des "propositions de valeur", et que la réalisation de ces propositions ne se concrétise que grâce à la contribution des consommateurs (Marion, 2016). C'est ce qui correspond au septième principe fondamental. Il est important de souligner que bien que le terme valeur soit utilisé continuellement et fréquemment par Vargo et Lusch (ainsi que les autres auteurs se réclamant de ce mouvement théorique), ceux-ci n'en donnent en aucun cas une

définition claire, et laissent au lecteur le soin de déterminer quel type de valeur est créé par ce processus ainsi que pour quel acteur cette valeur est créée (Saarijärvi et al., 2013). Selon Saarijärvi et al. (2013), cette situation est à déplorer, car elle crée un certain flou dans l'argumentaire de ces auteurs, diminuant sensiblement la portée et l'application de leur théorie.

Le huitième principe fondamental stipule que la SDL est orientée vers les consommateurs ("*customer oriented*") et est relationnelle, c'est-à-dire que la réalisation de la valeur ne peut se concrétiser que par l'interaction, soit directe ou indirecte (par l'entremise d'un bien) entre les clients et l'entreprise (Vargo et Lusch, 2004). Ce principe permet de mettre l'emphase sur l'aspect relationnel, plutôt qu'unidirectionnel, du processus de création de valeur, et est en contradiction avec la science économique classique qui considère la valeur comme étant une propriété inhérente des biens, créé majoritairement, si ce n'est uniquement, lors du processus de production. Au contraire d'une telle approche, la SDL clame que le processus de création de valeur est toujours collaboratif, relationnel, idiosyncrasique, et nécessite un horizon temporel beaucoup plus long que la simple production, puisqu'à la fois l'entreprise et les consommateurs doivent mobiliser et utiliser des ressources "*operants*" pour mener le processus à terme (Vargo, 2009). Bien que la nature de la relation soit pratiquement unanimement considérée comme étant positive par la littérature managériale, Ertimur et Venkatesh (2010) affirment qu'il existe également une possibilité que l'un des acteurs fasse preuve d'opportunisme, c'est-à-dire, qu'il s'engage dans des actes brisant les attentes mutuelles implicites entre l'entreprise et les consommateurs. Ces actes d'opportunisme seraient d'autant plus fréquents lorsqu'il existe une asymétrie d'information entre les deux parties, des objectifs divergents, et/ou un désaccord concernant ce en quoi consistent un comportement et un agissement appropriés.

Le neuvième principe a été rajouté ultérieurement aux huit premiers (Vargo and Lusch, 2006a), et a été révisé quelques années plus tard. Il consiste à affirmer que tous les acteurs économiques et sociaux sont des intégrateurs de ressources, c'est-à-dire qu'ils intègrent et

transforment des compétences spécialisées en des services complexes étant demandés par le marché (Vargo et Lusch, 2008). Finalement, le dixième et dernier principe soutient que la valeur est toujours uniquement et phénoménologiquement déterminée par le bénéficiaire du service. Ce principe a été élaboré par Vargo et Lusch afin de mettre davantage l'emphase sur l'importance de la nature expérientielle de la valeur, puisque celle-ci était généralement ignorée par les auteurs se servant de leurs théories. Ce principe est similaire avec ce que prône depuis plusieurs années un autre chercheur important de la co-création, Prahalad, soit que: "*early experimenters are moving away from the old industry model that sees value as created from goods and services to a new model where value is created by experiences*" (Prahalad, 2004: 172).

Malgré qu'elle soit relativement abstraite, pour ne pas dire aride, la SDL se doit d'être considérée comme une théorie de la prosommation puisqu'elle postule que toute forme de valeur implique invariablement un processus relationnel engageant le consommateur avec l'entreprise, et qu'elle est donc toujours co-créée. D'ailleurs de nombreux travaux se sont explicitement basés sur la SDL afin d'expliquer et d'analyser des phénomènes relevant directement de la prosommation tels que la création d'un capital marque, le processus d'innovation ouvert ou bien les facteurs permettant de favoriser l'interaction entre les entreprises et les consommateurs (Widen et al., 2017). Vargo et Lusch (2011) mettent d'ailleurs continuellement l'emphase sur le fait que l'un des objectifs fondamentaux de la SDL est de rompre avec la vision qui consiste à attribuer l'ensemble du processus de création de valeur aux producteurs (les entreprises), et à ne considérer les consommateurs que comme des destructeurs de valeur. On peut cependant déplorer que la SDL tende à ne rester qu'à un niveau métathéorique, ce qui rend son utilisation concrète ainsi que son application normative passablement difficile (Vargo et Lusch, 2017).

Innovation ouverte

Quoique moins populaires que la SDL, les travaux se regroupant autour du principe d'innovation ouverte, forment tout de même un courant très important en ce qui concerne l'étude du phénomène de la prosommation dans les sciences managériales. Ce paradigme

s'inscrit dans la perspective plus large de l'économie des connaissances stipulant que les connaissances (termes incluant à la fois le savoir et la créativité) sont le principal vecteur de création de valeur dans l'économie contemporaine, et que les organisations doivent se transformer afin d'en faciliter la création et l'appropriation (Chesbrough 2006). La théorie de l'innovation ouverte a été développée par Chesbrough (2003) en se basant sur l'observation des pratiques organisationnelles d'une série d'entreprises innovantes et performantes, tout particulièrement en ce qui avait trait à leurs déviations par rapport aux pratiques traditionnelles en termes d'innovations. Théoriquement, l'innovation ouverte tire ses prémisses des travaux de von Hippel (1976; 1986) concernant l'importance de l'apport des utilisateurs dans le processus d'innovation (West et al., 2014; Bogers et al., 2010). Il existe toutefois une divergence majeure entre ces deux théories en ce qui a trait à la question de l'appropriation ("*protection*") des innovations. L'innovation ouverte prône une appropriation forte des innovations de la part des entreprises (par le brevetage de toutes les innovations), tandis que von Hippel rejette cette conclusion, puisqu'il clame qu'une telle limitation de la diffusion des innovations a pour effet de réduire le processus même d'innovation, et donc de réduire le bien-être sociétal. Selon West et Lakhani (2008), cette différence s'explique principalement par l'unité d'analyse de chacune de ces théories: l'entreprise privée pour l'innovation ouverte, l'individu et la société pour von Hippel.

La définition précise donnée par Chesbrough au concept d'innovation ouverte a évolué de nombreuses fois suite à son introduction. La dernière définition que nous avons été en mesure de recenser étant celle-ci :

open innovation ought to be conceptualized as a distributed innovation process that involves purposively managed knowledge flows across the organizational boundary. We also link this definition to the main types of open innovation, namely Outside-In (inbound), Inside-Out (outbound) and the combined Coupled type, as well as the associated mechanisms, including pecuniary and non-pecuniary flows (Chesbrough and Bogers, 2014: 3).

La meilleure façon de comprendre l'innovation ouverte est de l'opposer à l'innovation fermée qui consiste en un processus d'innovation intégré verticalement, se produisant exclusivement à l'intérieur des frontières de l'organisation, et en grande partie au sein d'un département spécifique (Mokter, 2013). De façon plus détaillée, Chesbrough (2003)

affirme qu'une organisation qui évolue sous le modèle de l'innovation fermée est basée sur six principes, soit : 1) les individus les plus créatifs et les plus performants dans le domaine d'activité de l'organisation se retrouvent déjà à l'intérieur de celle-ci; 2) l'organisation doit mener seule les processus permettant de développer, produire et acheminer de nouveaux produits; 3) l'organisation qui découvre en premier une solution à un problème particulier devient également le premier à commercialiser cette solution; 4) l'organisation qui commercialise avant les autres une solution à un problème particulier tend à devenir le leader dans son domaine d'activité; 5) l'organisation qui crée les meilleures solutions à un problème particulier tend à devenir le leader dans son domaine d'activité; 6) finalement, l'organisation doit systématiquement contrôler de façon drastique ses différentes propriétés intellectuelles et éviter de les partager. Selon Chesbrough (2006), bien que l'innovation fermée soit le modèle dominant depuis de nombreuses décennies, le coût sans cesse croissant des activités de recherche et développement, l'obsolescence rapide des innovations ainsi que la diffusion élevée des connaissances dans la société feraient en sorte que ce modèle n'est plus adapté à la nouvelle économie. Au contraire de celui-ci, le concept d'innovation ouverte, comme son nom l'indique, fait référence au fait que l'innovation s'effectue de manière ouverte et libre. Concrètement, cela signifie que les organisations se doivent de former des liens avec des entités externes telles les universités, les autres organisations (autant celles provenant du même secteur activité, que celles y étant extérieures) et les clients, si elles veulent demeurer compétitives (Inauen et Schenker-Wicki 2012). Plutôt que d'utiliser uniquement ses connaissances internes, l'innovation ouverte prône donc que l'entreprise utilise également les connaissances développées par des personnes ou des organisations se trouvant à l'extérieur de son enceinte, ce qui implique qu'elles doivent se "déverticaliser" et développer des relations collaboratives plutôt que concurrentielles.

L'innovation ouverte comprend deux types de processus, soit l'exploitation technologique et l'innovation technologique. Cette différence découle du fait que l'innovation ouverte suppose à la fois de laisser les connaissances internes aller vers l'extérieur et d'internaliser des connaissances provenant de l'extérieur. L'exploitation technologique fait référence à

la première situation, et est elle-même séparable en deux pratiques distinctes (van de Vrande et al., 2009). La première de ces pratiques n'a que très peu d'importance dans le cadre de ce travail, et correspond à la vente sous licence de certaines des propriétés intellectuelles de l'organisation à des firmes ayant un modèle d'affaires différent (ce qui fait en sorte qu'elles seront davantage capables de profiter de ces propriétés intellectuelles). La deuxième pratique, quant à elle, consiste à rendre publique une partie des connaissances de l'organisation, en particulier celles qui ne sont pas une forte source de différenciation, celles qui rapportent peu et celles dont le dévoilement permet de créer de fortes externalités positives, créant ainsi une situation où des biens publics sont financés par des fonds privés (von Hippel et von Krogh, 2006). Ce dévoilement de connaissances va permettre d'aider l'organisation financièrement en facilitant les différentes stratégies d'explorations technologiques, puisque ce faisant, l'organisation augmente sa probabilité d'intéresser des contributeurs potentiels et de recevoir des connaissances de ceux-ci (Inauen et Schenker-Wicki, 2012). Un exemple concret de cette pratique serait que le dévoilement d'une partie du code d'un logiciel permettra de recevoir des suggestions d'améliorations de la part des utilisateurs. Au contraire des stratégies d'exploitations, ayant une logique externalisante, les stratégies d'exploration ont une logique internalisante, c'est-à-dire qu'elles permettent l'acquisition de nouvelles connaissances provenant d'acteurs externes à l'organisation. Cela peut se faire de quatre façons différentes (van de Vrande et al., 2009). Les trois premières ne concernent que très peu, voire aucunement, notre problématique, et consistent respectivement en la création et maintien de connexions avec des entités externes étant source de capital culturel et social (création d'un réseau), en l'appropriation d'innovations ayant été créées par d'autres entreprises, mais ayant été abandonnées puisque ne convenant pas à leurs modèles d'affaires, et finalement, en l'externalisation complète du département de R & D au sein d'une autre (ou d'autres) entreprise(s). La dernière pratique d'exploration est celle qui nous intéresse, car elle permet de ranger l'innovation ouverte dans la catégorie des théories de la prosommation. Cette stratégie correspond à une forme de mise au travail du consommateur, dans la mesure où celui-ci cesse d'être vu comme une entité passive se trouvant à l'extrémité absolue de la chaîne de valeur (ce qui implique que les organisations anticipent les désirs et besoins des clients), mais bien comme un être créatif et innovateur

qui doit participer activement au processus d'innovation et de développement des nouveaux produits. Théoriquement, la raison majeure expliquant la mise en place d'une telle stratégie est que malgré l'efficacité relative des études de marché réalisées par les entreprises, un certain décalage existe tout de même entre ce que le produit fait, et ce que le client désire que le produit fasse, étant donné que la plupart des connaissances des clients à ce sujet sont tacites, et donc, de ce fait, très difficilement explicitables (Chesbrough, 2006). Bien que Nonaka (1994) ait présenté une théorie permettant de faciliter le passage d'une connaissance tacite à une connaissance explicite, l'innovation ouverte doit être vue comme un pas de plus dans cette direction, puisqu'elle vise non pas à traduire cette connaissance tacite en connaissance explicite, mais bien à utiliser directement certaines des connaissances tacites des acteurs externes à l'organisation (Chesbrough, 2006).

Selon ses promoteurs, les avantages de l'innovation ouverte par rapport à l'innovation fermée seraient multiples. Tout d'abord, l'innovation ouverte permettrait d'éviter le gaspillage d'innovations: les organisations trop focalisées sur la recherche et développement interne tendent à ne pas profiter d'un nombre important des innovations qu'elles développent, car nombre d'entre elles tombent à l'extérieur de leurs domaines d'activités ou nécessitent d'être combinées à une innovation externe afin de déverrouiller leurs potentiels (Chesbrough, 2007). Deuxièmement, une recension de la littérature par Greco et al. (2015) a démontré que les entreprises évoluant sur le modèle de l'innovation ouverte auraient tendance à être plus innovatrices que celles évoluant sous le modèle de l'innovation fermée. L'article de Raymond (1999), intitulé *The cathedral and the bazaar*, bien que concernant spécifiquement le mouvement open source, peut-être utile afin de comprendre pourquoi les entreprises faisant usage de l'innovation ouverte vont généralement être plus innovatrices que celles qui ne le font pas. Selon Raymond, on peut distinguer deux types de modèles afin de développer des logiciels. Le premier, qu'il nomme modèle "cathédrale", consiste en un petit groupe hiérarchisé de spécialistes qui travaillent isolément sur un projet et qui ne commercialise un produit qu'une fois que celui-ci est entièrement terminé. Modèle qui correspond, bien évidemment, à celui de

l'innovation fermée. Le deuxième modèle est nommé "bazar" par Raymond (qui correspond à celui de l'innovation ouverte), et consiste à laisser pratiquement n'importe qui participer au processus de développement, ce qui résulte en un accroissement considérable des heures de travail, ainsi qu'en une accélération considérable des sorties de produits, puisque la nature évolutive de ce modèle fait en sorte qu'il devient acceptable de commercialiser un produit même s'il n'est pas entièrement terminé. De plus, un autre facteur permettant d'expliquer le meilleur potentiel d'innovation de ce modèle est que pour une grande partie de ceux qui y sont impliqués, le produit devient une fin en soi (ou une valeur d'usage pour reprendre les termes de Marx), et non pas simplement un moyen permettant une fin (soit un salaire, ou une valeur d'échange, pour encore une fois reprendre Marx), comme c'est le cas dans le modèle de la cathédrale (Söderberg, 2008). Un troisième avantage de l'innovation ouverte serait que, en permettant la mobilisation des connaissances d'une multitude d'acteurs externes à l'organisation, elle réduirait drastiquement les coûts de recherche et développement des entreprises. Finalement, l'avantage de l'innovation ouverte face à l'innovation fermée se révélerait également par la propension qu'elle a à créer des innovations de types radicales plutôt qu'incrémentales, ainsi qu'en une fidélisation accrue de la clientèle (Inauen et Schenker-Wicki, 2012).

Le passage de l'innovation fermée à l'innovation ouverte demande aux entreprises de relever de nombreux défis managériaux en matière de structure organisationnelle, puisqu'elles ne sont habituellement pas façonnées de manière à collaborer avec un nombre si important d'acteurs (Elmqvist et al., 2009). En effet, lorsqu'une entreprise introduit de manière délibérée les principes de l'innovation ouverte, elle doit revoir à la fois son processus de développement de produits, sa chaîne logistique, sa planification stratégique et son système de récompense (Remon, 2010). Cela requiert une planification et une gestion du changement importantes, puisque si les groupes formant l'organisation n'adhèrent pas tous aux principes d'innovation ouverte, cela va constituer un frein important à l'innovation. Dans les cas les plus extrêmes, l'organisation pourrait même devenir moins innovante que lorsqu'elle évoluait sous une structure d'innovation fermée. Imbert et Chauvet (2013) stipulent qu'il existe quatre processus managériaux critiques

afin de maximiser les chances de succès du principe d'innovation ouverte. Le premier de ces processus est la socialisation organisationnelle. Par ce terme, les auteurs cherchent à désigner toute action permettant aux différents acteurs d'approfondir leurs connaissances concernant leurs partenaires, de développer des interactions de qualités entre eux, ainsi que de se familiariser et de définir clairement leurs rôles respectifs. Le deuxième levier est la gestion du processus d'adaptation. L'adoption des principes d'innovation ouverte étant source de perturbation pour les entreprises, celles-ci doivent implanter certaines pratiques permettant de faciliter l'acceptation par les membres de l'organisation des changements qui résultent du passage de l'innovation fermée à l'innovation ouverte. Le troisième levier est la gestion du processus de co-crédation de connaissances à proprement parler, tandis que le dernier levier est la gestion du degré de liberté. Ce dernier levier est d'une importance fondamentale, puisque selon Imbert et Chauvet (2013: 179), le degré de liberté accordé par l'entreprise aux clients permet: "d'exercer une influence sur le périmètre des explorations de manière à s'assurer que le résultat réponde à ses attentes sans pour autant verrouiller les découvertes et compétences délivrées par [les clients]" (Imbert et Chauvet, 2013: 179).

De leur côté, Inauen et Schenker-Wicki (2012) indiquent que l'une des tâches managériales les plus importantes à effectuer afin de pouvoir profiter des bénéfices de l'innovation ouverte consiste en la construction d'une image de marque forte, puisque l'affinité à la marque serait le facteur le plus important dans la décision d'un acteur externe de co-innover. Finalement, Kohler et al. (2009) mentionnent qu'afin de pouvoir bénéficier du pouvoir créatif et innovateur des consommateurs, les entreprises doivent fournir à leurs clients des outils permettant la communication et l'expérimentation, sous forme de plateformes informatiques conviviales et facilement accessibles. Ils notent d'ailleurs que grâce à ces plateformes informatiques: "*Companies can introduce lower-fidelity virtual goods and services that would take years to develop and are costly to produce in the real world, hand out copies to other users, analyze users' reaction to the prototype, and gain valuable insights for modifications of the virtual prototype.*" (Kohler et al., 2009: 403-404). Malgré les modifications au niveau structurel et philosophique qu'elle demande,

l'innovation ouverte est maintenant très populaire au sein des entreprises, comme en fait foi le fait que Procter & Gamble a annoncé qu'elle a pour objectif d'obtenir la moitié de ces innovations de cette manière, et que trois quarts des grandes entreprises américaines et européennes la pratiquent (Hanlon, 2016).

1.5 Avantages et inconvénients de la prosommation ?

La littérature portant sur la prosommation s'est également préoccupée de la question des avantages et des risques que représente l'expansion importante de ce type d'activité tant au niveau sociétal, qu'organisationnel et individuel. Il est intéressant de constater qu'il existe un clivage marqué dans ces analyses, en fonction de la discipline d'où elles proviennent. En effet, la littérature managériale, sauf dans de rares exceptions, a une vision tout à fait positive du phénomène, et considère que celui-ci avantage toutes les parties-prenantes (la prosommation permettrait la création de relation gagnant-gagnant-gagnant entre travailleurs, entreprises et consommateurs), tandis que la sociologie de la consommation, de son côté, tend à avoir une lecture beaucoup plus nuancée, si ce n'est critique, du phénomène (Dujarier, 2014).

Au niveau des entreprises

Tout d'abord, en ce qui a trait aux avantages qu'en retirent les organisations, la littérature managériale en a noté plusieurs. Premièrement, la co-création permettrait de diminuer les risques qu'encourent les entreprises au niveau du développement de produits et des innovations, puisqu'elle permet d'en faire assumer une partie aux consommateurs (Abidi-Barthe et Kaabachi, 2010; Prahalad et Powell, 2004). Cette diminution des risques tient au fait que la co-création permet de souligner et de mettre l'emphase sur le point de vue des consommateurs, ce qui augmente les capacités des entreprises à identifier les besoins et demandes de ceux-ci (Vargo et Lusch, 2004). Effectivement, diverses recherches empiriques ont prouvé que l'implication des consommateurs dans le processus d'innovation permet de réduire énormément le risque que ceux-ci rejettent le produit dont

accouchera ledit processus (Kohler et al. ,2009; Mahr et al., 2014). Bogers et al. (2010) affirment également que les entreprises profitent de deux manières des innovations créées par les consommateurs. La première est par l'adaptation post-implémentation, ce qui signifie que les consommateurs vont apporter des modifications à un produit déjà disponible afin de le rendre plus apte à répondre à leurs besoins. En rendant ses produits facilement modifiables, l'entreprise n'a donc pas à développer et produire un nouveau produit pour le besoin spécifique de chacun de ses clients, puisque ceux-ci vont se charger de le faire eux-mêmes. La deuxième demande une collaboration beaucoup plus intensive et extensive avec le client, et consiste à se servir de ceux-ci afin d'innover. Ce qui correspond à ce que nous avons décrit dans la section portant sur l'innovation ouverte, avec tous les avantages associés. De plus, selon la littérature scientifique, l'engagement des consommateurs dans les processus d'innovation et de production permettrait également de diminuer les ressources allouées par les entreprises afin de découvrir leurs besoins et désirs (Dekhili et Hallem, 2016; Kohler et al. ,2009). Ce qui se solde concrètement par une diminution des coûts de production. Comme le note Murdock: *"through co-production, consumers relieve manufacturers and retailers from performing various activities along the value creation chain," and absorb the costs not only of the time and effort involved, but also of the knowledge and skills deployed, which may often require years of personal and public investment to acquire"* (Murdock, 2011: 33). Cet avantage est également largement souligné par la sociologie, puisque plusieurs auteurs dans cette discipline (Huws, 2014; Ritzer, 2014b; 2015a; 2015c; Ritzer et Jurgenson, 2010) notent que l'utilisation accrue des processus de prosommation permettra aux entreprises d'obtenir une profitabilité jusqu'alors inédite. Profitabilité rendue possible principalement par la diminution du nombre d'employés, l'augmentation de l'armée de réserve du capitalisme qui exerce une pression à la baisse sur les salaires des employés, la prise en charge du coût de certains capitaux fixes par les prosommateurs, la rationalisation accrue des procédés de production, ainsi que la mobilisation d'une force de travail qui n'est aucunement rémunérée. Un troisième avantage que permettrait la prosommation pour les entreprises consiste en l'augmentation de la rétention des consommateurs, puisque leur implication directe dans le processus de production créerait un attachement à la marque et à l'entreprise sous la forme d'une augmentation de la

loyauté attitudinale (Cossio-Silva et al., 2016; Hajli et al., 2017; Molesworth et al., 2016; Watkins et al., 2016). Outre le fait que, comme il a été mentionné précédemment, la prosomation engendre, du moins en théorie, la création de produits et de services correspondant plus étroitement aux besoins et désirs des consommateurs (ce qui devrait donc entraîner, par transposition, une augmentation de la fidélité de la clientèle), cette hausse de loyauté est également facteur de l'attachement émotif qui résulte de la réalisation d'activité de prosomation. Effectivement, l'implication physique et émotionnelle inhérente à la plupart des activités de prosomation fait en sorte que les produits de l'entreprise en viennent à ne pas simplement être considérés comme de vulgaires commodités, mais bien à devenir des possessions. La distinction entre les deux termes renvoie au caractère remplaçable et comparable des commodités, contrairement aux possessions qui elles, puisqu'elles impliquent un investissement de soi (ou pour reprendre le terme de Molesworth et al., (2016), un travail de possession ("*possession work*")), sont considérées comme uniques, singulières et irremplaçables. Ces possessions prennent tellement d'importance pour certains individus qu'elles sont considérées comme des extensions d'eux-mêmes et des composantes importantes de leur subjectivité (Watkins et al., 2016). Cet investissement émotif peut s'avérer extrêmement bénéfique pour les entreprises, comme le démontre l'exemple des joueurs de certains jeux vidéo en ligne, qui payent assidument les frais mensuels afin de garder leur compte actif, et ce même s'ils ne jouent plus au jeu depuis plusieurs années, car ils ne veulent pas que les personnages qu'ils ont créés disparaissent (Molesworth et al., 2016). Finalement, un dernier avantage de la prosomation identifié par la littérature consiste en l'augmentation de la notoriété de l'entreprise, puisque le recours à la prosomation a souvent comme effet d'amplifier le bouche-à-oreille (Berthon et al., 2015; Ezan et Cova, 2008). Il est d'ailleurs intéressant de noter que certaines entreprises mettent en place des campagnes de prosomation "fictives", à des fins strictement publicitaires. On peut citer à cet égard la campagne entourant la Fiat 500, qui prétendait se servir des recommandations de la communauté afin de bâtir une voiture "*open-source*" faite par le peuple pour le peuple ("*by the people for the people*"), mais qui n'a finalement incorporé que quelques recommandations d'ordre purement cosmétiques, ce qui n'a pas empêché Fiat d'en retirer une énorme notoriété médiatique (Pattuglia, 2011). Comme le notent Bauer et

Gegenhuber, ces campagnes (qu'ils nomment "*crowdsourcing*" comme spectacle) sont extrêmement efficaces, car : "*Marketing posing as crowdsourcing [...] issues a seductive yet illusionary invitation to co-create that lures consumers into lowering their critical guards and opening up—making consumers more willing and able to share intimate knowledge, and susceptible to corporate messages*" (Bauer et Gegenhuber, 2015: 674). Cet exemple nous incite à garder en tête la mise en garde de Jenkins et al. (2016), stipulant que bien que de nombreuses organisations et institutions proclament une rhétorique de la participation, ce qu'elles mettent en place concrètement est loin d'être toujours significatif ("*meaningful*") et habilitant ("*empowering*"). Cependant, une telle pratique peut avoir des effets catastrophiques pour l'entreprise, puisque si les prosommateurs en viennent à réaliser que leurs suggestions ne sont pas prises au sérieux, ce qui devait mener à un ré-enchantement de la consommation va en fait mener à un désenchantement de la prosommatation, souvent avec des effets désastreux (Cova et al., 2015b; Ezan et Cova, (2008). Le cas de l'entreprise Auran est une illustration parfaite de ce désenchantement de la prosommatation, car le lamentable échec de leur jeu vidéo Fury est en grande partie tributaire de la mauvaise publicité qu'il reçut de la part de consommateurs frustrés par le peu de prise en considération par l'entreprise de leurs suggestions et rétroactions, bien qu'elle avait promis de le faire (Banks, 2013). Cet exemple permet d'accréditer l'affirmation de Gabriel et al. (2015) selon laquelle l'importance sans cesse accrue que prennent les consommateurs dans le processus de production actuel fait en sorte que les organisations sont maintenant beaucoup moins affectées par les moyens traditionnels (ou pourrait même dire fordistes) de résistance, tels les grèves et le sabotage, mais sont devenues beaucoup plus vulnérable aux formes de résistances émanant de la société civile tels les boycotts et le "*whistleblowing*" (Gabriel et al., 2015).

Selon Tapscott et Williams (2006), les entreprises qui seront le plus en mesure de retirer les bénéfices associés à la co-création sont celles qui appliquent les quatre principes suivants: l'ouverture et la transparence envers les personnes ne faisant pas officiellement partie de l'entreprise, la collaboration permettant à la production non marchande et auto-organisée de faire irruption dans des secteurs autrefois dominés par des firmes

commerciales, le partage de la propriété intellectuelle afin de construire un écosystème dynamique, et finalement, le fait d'agir globalement, c'est-à-dire de faire en sorte que l'entreprise n'ait pas de frontières, tant structurelles que géographiques. L'importance que prend la création d'une atmosphère de confiance entre les clients et l'organisation (Ind et Coates, 2013), ainsi que la qualité de l'infrastructure permettant l'interaction entre les clients et l'organisation (Prahalad et Ramaswamy, 2004), ont également été mentionnées comme conditions importantes à remplir par les organisations afin de bénéficier des avantages rendus possibles par la collaboration des consommateurs au processus de création de valeur. Ce que résumait Ramaswamy et Ozacan (2014) par l'acronyme DART: dialogue, accès, réflexivité, transparence. De leur côté, Codello-Guijarro et al. (2013) assurent qu'afin de retirer les avantages promis par la prosommation, les organisations doivent tout de même effectuer une certaine forme de contrôle des comportements des clients. Par contrôle des comportements, ces auteurs désignent: "l'ensemble des dispositifs utilisés par l'organisation pour s'assurer que le comportement du client est conforme à ce qu'elle souhaite et qu'il ne dégrade pas la satisfaction du client, ni celle des autres clients" (Codello-Guijarro et al., 2013: 102). Ces auteurs en viennent à postuler qu'il existe trois modes de contrôle organisationnel du client dans les activités de coproduction. Le premier type est nommé contrôle organisationnel centralisé. Ce contrôle va s'effectuer principalement en amont du processus, ce qui permettra la sélection de consommateurs s'alignant avec les exigences de l'entreprise, ainsi que par la présence de nombreux contrôles cybernétiques, qui sont des types de contrôle se basant sur la comparaison entre le comportement réel et le comportement désiré des consommateurs, ainsi que la mise en place de mesures permettant de supprimer les écarts existant entre les deux. Ce type de contrôle serait adapté lorsque le niveau de coproduction est somme toute faible, et s'effectue surtout en suivant des mesures standardisées. Le deuxième mode de contrôle identifié par ces auteurs est nommé contrôle organisationnel délégué au client. Dans ce mode de contrôle, c'est le client lui-même qui devient le principal acteur de contrôle, contrôle qui se réalise concrètement par une autosélection de la part des consommateurs par rapport à un profil de client visé et explicité par l'organisation. Finalement, le dernier type de contrôle est nommé contrôle organisationnel délégué aux autres clients, et est caractérisé par de nombreux mécanismes d'évaluation par les autres

clients de l'adhésion du client aux valeurs, missions et modèle de coproduction, ainsi que par l'importance que prend la régulation des actions du client par les autres clients. Cette forme de contrôle par les autres clients nécessite la création d'un sentiment d'appartenance à une communauté partageant des pratiques et des valeurs communes clairement explicitées, et serait adaptée aux cas de coproduction forte dans lesquels le degré de liberté des consommateurs est important. En dernier lieu, notons également que selon Afuah et Tucci (2012), les entreprises ne seront en mesure de bénéficier des avantages de la prosomation que si les tâches qu'elles externalisent de la sorte répondent à différents critères, soit : la possibilité de bien les définir et de les rendre facilement compréhensibles aux consommateurs, une absence ou rareté au sein de l'entreprise des ressources permettant de les réaliser, l'existence d'un groupe de consommateurs suffisamment large, motivé et qualifié afin de réaliser les tâches, la facilité de juger de la qualité des différentes propositions, et l'existence de technologies de l'information et de la communication permettant de rendre les coûts du processus suffisamment faibles.

Au niveau des consommateurs

La littérature scientifique énumère également différents avantages que retireraient les consommateurs participants aux processus de co-création, avantages qui permettraient d'expliquer, en grande partie, les motivations menant à cette participation. Dans la littérature managériale, l'argument qui revient probablement le plus souvent est que les consommateurs retirent un avantage réel de leur participation aux processus de prosomation, dans la mesure où ils peuvent influencer l'offre de produits, et donc obtenir des produits et services répondant de façon plus précise à leurs besoins individuels (Abidi-Barthe et Kaabachi, 2010; Chen, 2015; Franke et Shah, 2003; Graf et Maas, 2008; Galvagno et Dalli, 2014; Hertel et al., 2003; Ind et Coates, 2013; Lakhani et al., 2002; Trischler et al., 2017; Lakhani et von Hippel, 2003; von Hippel, 2005). D'autres auteurs utilisent une logique utilitariste afin d'affirmer que les utilisateurs peuvent retirer un bénéfice pécuniaire de leurs activités de prosomation, dans la mesure où cela peut : faire baisser le prix des produits³¹ (Zwick, 2015), les mener à devenir des entrepreneurs

³¹ Il faut noter que selon Ritzer (2015b), les données empiriques ne permettent pas de soutenir un tel argument.

(Marion, 2016; Shah et Tripsas, 2007) ou à acquérir des habiletés et une réputation qui permettront l'obtention d'emplois bien rémunérés (Berthon et al., 2015; Bogers et al., 2010; Lakhani et von Hippel, 2003). À ce sujet, on peut donner l'exemple de certains utilisateurs de la plateforme virtuelle Second Life qui ont été engagés et rémunérés par des compagnies de vêtements afin de réaliser matériellement les vêtements virtuels qu'ils avaient créés sur cette plateforme (Kohler et al. (2009), ou bien celui des étudiants en design de jeux vidéo qui créent des mods afin d'accumuler une forme de capital symbolique (une réputation) qui leur permettra éventuellement d'obtenir un emploi dans ce secteur (ce qui est appelé par Gandini (2016), la logique de l'investissement)³² (Ashton, 2011; Bernal-Merino, 2015; Postigo, 2010). L'aspect passionnel et ludique est également amplement évoqué, puisque plusieurs analystes affirment que la prosomation serait bénéfique aux consommateurs, dans la mesure où elle permet à ceux-ci d'exprimer leur créativité et de réaliser leurs désirs prométhéens de création à travers ce type d'action (Bonaccorsi et Rossi, 2003; Füller et al., 2009; Harwood et Garry, 2014; Hertel et al., 2003; Lipovetsky et Serroy, 2013; Prahalad et Ramaswamy, 2004; Seraj, 2012; Trischler et al., 2017). Un autre argument évoqué fréquemment par la littérature scientifique est que la co-création permettrait l'habilitation ("*empowerment*") des consommateurs, ce qui est défini comme étant: "*any means strengthening a person's perception self-determination (and self-efficacy) and reducing conditions contributing to feelings of powerlessness. While a sense of powerlessness leads to lack of responsibility and demotivation, empowerment as raising peoples' experience of self-determination and efficacy together with the related enjoyment of a task determines initiation of an activity and increases persistence of task performance*" (Füller et al., 2009: 74-75). Ainsi, la co-création renforcerait la capacité d'une personne à s'auto-déterminer et à s'auto-renforcer, puisque ces activités faciliteraient le développement de certaines habiletés dans un environnement dans lequel les coûts psychologiques de l'échec sont grandement réduits (Amichai-Hamburger et al., 2008; Dekhili et Hallem, 2016; Füller et al., 2009; Proux et al., 2011; Saarijärvi et al. ,2013). L'utilisation, plus ou moins explicite, du principe du don, tel que

³² D'ailleurs, il semblerait que l'importance de ce capital symbolique ne soit vouée qu'à s'amplifier, car les transformations politiques et économiques des dernières années ont fait en sorte qu'une proportion sans cesse croissante d'individus sont des travailleurs autonomes, et que le succès professionnel de cette catégorie de travailleurs dépend principalement de ce capital symbolique qu'est la réputation (Gandini, 2016).

défini par Mauss, est également utilisée extensivement par la littérature afin de mettre de l'avant les avantages que retirent les consommateurs participant aux activités de prosommation. Ce type d'analyse se sert souvent de l'exemple des programmeurs de logiciel "*open source*" afin de clamer que leur principale source de motivation est l'altruisme, dans la mesure où les individus sont prêts à aider les autres pour le bénéfice intellectuel, social et hédonique qu'entraînerait la relation de partage (Barbrook, 2007; Bonaccorsi et Rossi, 2003; Harhoff et al., 2003; Hertel et al., 2003; Lakhani et von Hippel, 2003; Nambisan et Baron, 2009). Un argument similaire est développé par plusieurs auteurs qui affirment que la prosommation permet de combler les besoins communautaires, voire tribaux, de ceux qui s'engagent dans ce type d'activités (Bagozzi et Dholakia 2002; Cova et al., 2007; Goellner et al., 2017; Kozinets, 2010; Saarijärvi et al., 2013; Seraj, 2012; Simmons, 2008). Concernant ce point, il est intéressant de noter que selon Seraj (2012), les bénéfices en termes de sociabilité que retireraient les utilisateurs des sites de réseautage (qui dépendent tous en grande partie de la prosommation) seraient si élevés, qu'il serait tout à fait légitime et même éthique d'imposer un tarif pour leur utilisation. Finalement, un autre avantage ayant été abondamment mis de l'avant par la littérature est que la réalisation de tels actes permettrait aux individus de bâtir leur personnalité, leur identité et leur subjectivité (Chen, 2012; 2015; Davis, 2012; Goellner et al., 2017; Kozinets, 2010; Nardi et al., 2004; Schau et Gilly, 2003; Xie et al., 2013; Zajc, 2013). En se basant sur les marques, Ezan et Cova expliquent cet argument en écrivant que:

Le consommateur passionné bâtit, en effet, son identité, au travers de la mise en jeu de sa marque culte dans la vie quotidienne. Il est donc normal que ce consommateur ait envie de jouer un rôle actif, d'interagir avec l'entreprise qui gère la marque et de faire entendre sa voix. Il veut collaborer et participer à la définition des produits et services avec les membres de l'entreprise et les autres membres de sa communauté. Il considère, d'ailleurs, que lui comme ses collègues membres de la communauté de marque en savent autant, sinon plus, que les collaborateurs de l'entreprise sur la marque qu'ils adorent surtout quand ces derniers ne sont pas, eux, des passionnés de la marque (Ezan et Cova, 2008: 53).

Toutefois, il est intéressant de noter que ces deux auteurs préviennent qu'une telle fabrication identitaire par le biais de ces pratiques n'est pas sans danger pour les individus, puisque cela peut les placer dans une situation schizophrénique. En effet, si les

agissements de l'entreprise en viennent à aller à l'encontre de leurs propres valeurs, il devient très difficile, voire impossible, pour ces consommateurs de se retourner contre l'entreprise et de défendre leurs droits individuels et communautaires sans en partie renier leur passion, et par ce fait, se déconstruire d'un point de vue identitaire (Ezan et Cova, 2008).

En ce qui concerne des désavantages encourus par les consommateurs/prosommateurs, plusieurs auteurs affirment que ceux-ci vont subir une exploitation double, dans la mesure où la personne qui crée (en partie) la marchandise n'est pas rémunérée, et doit également payer un prix premium afin de se procurer la marchandise qu'il a lui-même créée (Cova et Dalli, 2009; Pongsakornrunsilp et Schroeder ,2011; Zwick et al., 2008). Selon Goggins (2011), les prosommateurs se trouveraient donc dans une situation comparable à celle de l'ami de Tom Sawyer, qui se fait convaincre par ce dernier de le payer afin d'obtenir le "privilège" d'effectuer un travail pour lequel celui-ci a déjà été rémunéré. Notons également que selon Heaton et Proulx (2015) la prosommation, bien qu'étant libératrice et émancipatrice à certains égards (puisque'elle permet une production "libre" de la part des utilisateurs et leur donne un pouvoir d'action), impliquerait également une forme de soumission, car les prosommateurs fournissent de façon non-intentionnelle des informations personnelles aux entreprises qui contrôlent les infrastructures technologiques qui la rendent possible. Phénomène qu'ils décrivent par le terme d'habilitation paradoxale ("*paradoxical empowerment*").

Au niveau sociétal

Comme le relate Lee (1993), dans les sociétés capitalistes, les relations sociales sont principalement centrées autour des commodités, ce qui implique donc que tout changement au niveau de la production, distribution et échange de ces commodités va avoir des implications importantes en ce qui a trait à la composition de nos besoins sociaux ainsi que de la société en générale. Pour s'en convaincre, il suffit de se référer aux nombreuses transformations culturelles apportées par la production de masse fordiste,

transformations qui furent d'une telle ampleur qu'elles métamorphosèrent complètement les sociétés occidentales. Considérant cela, il est donc inéluctable que la prosommation a été et sera la cause de nombreux changements sociaux. Bien que ce thème ait été moins étudié que les deux précédents, quelques auteurs se sont tout de même attardés à décrire les effets sociétaux qu'a l'accentuation et la généralisation de cette pratique. Encore une fois, au niveau managérial, les conclusions qui sont tirées sont largement positives. Selon Tapscott et Williams (2006), la prosommation permettrait l'effacement des conflits de classe, puisque ce mode de production implique que les individus s'organisent en communauté sur une base égalitaire afin de mutualiser leurs efforts en vue d'un objectif commun. La prophétie de Marx étant serait ainsi finalement réalisée, quoique dans une version capitaliste, puisque les personnes réalisant la production en viennent à acquérir le contrôle sur les moyens de production (Siefkes, 2007). Un tel postulat consiste sensiblement en une réactualisation de l'idée de Daniel Bell (1973) selon laquelle les sociétés post-industrielles seront caractérisées par une quasi-extinction des conflits sociaux. Toffler (1980) de son côté affirme que la prosommation a des effets sociaux positifs aussi bien au niveau moral qu'économique. Au niveau moral, la prosommation permettrait d'atténuer certains des problèmes les plus persistants liés à la société de consommation de masse, soit le conformisme, la docilité, la passivité ainsi qu'une propension à être facilement manipulable, dans la mesure où les activités qu'elle implique permettent un éveil et un développement continu des capacités cognitives humaines, ainsi que la création de modes de vie ("*lifestyles*") moins monotone et plus satisfaisant (ce qui se traduit par un développement culturel, politique, scientifique et social accru). Argument qui est également repris par Jenkins (2006), puisque selon cet auteur, la prosommation va faire en sorte que le pouvoir de détermination des normes culturelles va en venir à être de plus en plus être retiré des mains des institutions ayant historiquement effectué cette tâche (groupes religieux, partis politiques, entreprises, systèmes éducatifs), et à être réalisé de façon beaucoup plus démocratique et à un niveau beaucoup plus local ("*grassroot*"). Il affirme explicitement que (en citant Trippi): "*The power is shifting from institutions that have always been run top down, hoarding information at the top, telling us how to run our lives, to a new paradigm of power that is democratically distributed and shared by all of us*" (Jenkins, 2006: 222). Pour ce qui est du niveau économique, Toffler

(1980) affirme que la prosommation aura des effets disruptifs importants, puisqu'elle restreindra grandement les activités qui se réaliseront via le marché (ce qu'il nomme le secteur B de l'économie), recréant de ce fait une forme d'économie pré-industrielle caractérisée par l'importance des activités non commerciales et non rémunérées (ce qu'il nomme le secteur A de l'économie) (Dusi, 2017; Fisher, 2015a; Fisher, 2015b). Le règne de la valeur d'échange s'estompant graduellement, mais inexorablement, laissant la place à un système dans lequel la base première de l'échange consiste plutôt en la valeur d'usage (Paranque, 2012). Cet argument est repris pour l'essentiel par Rikfin (2014), qui affirme que les gains en productivité apportés par la prosommation sont d'une telle importance, que nous approchons du point où les coûts marginaux de production seront nuls. L'atteinte d'un tel point aurait des impacts majeurs au niveau sociétal, puisqu'elle entraînerait un changement de paradigme économique, dans la mesure où le capitalisme en viendrait graduellement à s'estomper (car lorsque les coûts marginaux sont de zéro, les mécanismes du marché deviennent inutiles, voire nuisibles) et à céder la place à un système économique basé sur le partage, les communs, la gratuité, la coopération et l'abondance. Finalement, notons que selon certains auteurs (Bauer et Gegenhuber, 2015; Sundararajan, 2016) la prosommation se révèle être extrêmement bénéfique socialement, car elle permet d'intégrer certains individus et communautés marginalisés à l'économie mondiale ainsi que de canaliser des ressources sociétales inutilisées ou excessives vers la production de biens et de services.

Cette vision idyllique de la prosommation n'est toutefois généralement pas partagée par la sociologie. Par exemple, Koeber affirme que l'usage croissant de la prosommation par les entreprises entraîne une forme de travail de transfert ("*transfer work*"), terme mis de l'avant par Glazer afin de définir: "*the de commodification of labor that decreases the number of paid workers or eliminates some of their work responsibilities*" (Koeber, 2011: 218). La prosommation consisterait donc en un jeu à somme nulle, les gains financiers obtenus par les entreprises étant réalisés sur le dos des employés et des consommateurs, puisque la prosommation engendrerait une réduction du temps de travail et mènerait à une augmentation de l'intensité du travail et du stress des employés. Affirmation qu'il devient

difficile de contredire lorsque l'on considère que les entreprises numériques (qui sont celles qui ont le plus recours à la prosommation, et de loin) emploient dix fois moins de travailleurs par dollar de revenu que les autres types d'entreprises (Rushkoff, 2016), et que la part salariale³³ de l'une des entreprises se basant le plus sur la prosommation, Facebook, n'est que de 11%, alors que la moyenne pour les entreprises américaines s'élève à 53,1% (Fuchs, 2019). Koeber affirme également que la prosommation induirait une consommation excessive au niveau sociétal, de par la perpétuation d'une culture matérialiste et superficielle qu'elle entretient. Dans la mesure où la prosommation nous conduit à jouer le rôle d'un agent de marketing, les pressions poussant à la consommation sont exponentiellement augmentées. Finalement, il faut également mentionner que plusieurs auteurs affirment que la prosommation crée de nouvelles formes d'exclusions, puisque les personnes ne possédant pas les habiletés techniques afin de réaliser ces activités convenablement peuvent en venir à être marginalisées et isolées socialement (Chen, 2015; Dujarier, 2008; Paltrinieri et Esposti, 2013).

1.6 Pour une analyse marxiste de la prosommation

Bien que nous reconnaissons l'apport des différentes théories et études ayant été présentées au cours de ce chapitre, celles-ci nous semblent toutefois insuffisantes pour comprendre l'intégralité du phénomène de la prosommation. Notre insatisfaction découle principalement du fait que ces différentes théories (principalement celles issues des sciences managériales) utilisent généralement une approche économique que l'on pourrait qualifier d'orthodoxe, afin d'affirmer que la prosommation est en quelque sorte une extension de l'échange marchand. Selon cette approche, bien que ne retirant aucun gain monétaire direct de leur implication dans des activités similaires à celles qu'effectuent des employés rémunérés, les prosommateurs en retireraient tout de même un avantage équivalent à l'effort fourni. Ce gain à l'échange serait, comme il a été présenté précédemment, l'accès gratuit à une certaine valeur d'usage: divertissement, participation et appartenance à une communauté, sentiment d'accomplissement, accumulation de

³³ La part salariale d'une entreprise se calcule en divisant sa masse salariale par ses revenus.

capital culturel et social... (Banks et Potts, 2010; Huws, 2010; Ritzer et Jurgenson, 2010; Toubia et Stephen, 2013; Van Dijck et Nieborg, 2009). Ces différentes théories contribuent donc à légitimer le recours à ces pratiques et le système qui en tire profit, à savoir le capitalisme avancé. Comme le note Day: "*for capitalist culture there is no such thing as exploitation in markets where a wage is paid, and if one is not paid, then there must be a good reason, because the market it is said—as a "natural" system—is the fair distribution not only of value, but of affect, and it justly services each to their own needs*" (Day, 2015: 42). Toutefois, comme Fuchs (2014a) le souligne, il existe un problème avec un tel argument, puisque bien qu'il soit en partie vrai que les deux parties retirent un quelconque avantage de cette transaction, l'échange en question n'en reste pas moins asymétrique. Cette asymétrie découle du fait que dans le capitalisme, l'argent exerce un monopole social. En tant qu'équivalent général, il confère un pouvoir inégalable en termes d'acquisition de valeur d'usage (il est échangeable contre pratiquement n'importe quoi), alors que la valeur d'usage que le prosommateur reçoit est, de son côté, pratiquement inéchangeable (Zuckerfeld, 2017). En effet, les travaux de Simmel ont depuis longtemps permis de dévoiler que l'argent dans le système capitaliste n'est pas simplement un équivalent général neutre facilitant l'échange marchand, mais conditionne la liberté individuelle, ainsi que l'obtention d'un pouvoir social sur le contrôle du temps, de l'espace et de la totalité des possibilités humaines (Deutschmann, 2001). L'argent n'est donc pas uniquement un indicateur de valeur, mais a également une valeur en soi, puisqu'il est, comme le mentionnait Keynes, un lien entre le présent et le futur (Mason, 2015). En se basant sur ce constat, on ne peut qu'en venir à la conclusion que dans la prosommation, l'échange entre les deux parties est inégal, puisque les avantages que les prosommateurs retirent de leurs activités de co-création sont grandement inférieurs à l'argent qu'obtiennent les entreprises en retour. Ainsi, on ne peut qu'être d'accord avec les nombreux commentateurs critiques de la prosommation, qui affirment que: "*The idea of consumers becoming partners with firms in mutually beneficial processes is actually a new customer management strategy for capitalist accumulation and consumer control*" (Ertimur et Venkatesh, 2010: 261).

Outre cet inconvénient majeur, on peut également identifier trois autres problèmes majeurs dont souffre la majorité des différents travaux présentés³⁴, le premier étant que la quasi-totalité de ces travaux ignore complètement tous les facteurs de natures contraignantes qui poussent les individus à réaliser des activités de prosommation (Fisher, 2015a). Comme l'affirme Lordon (2010) parmi bien d'autres, dans la société actuelle, on ne peut affirmer que les désirs relèvent du libre-choix, étant donné que ceux-ci, tout comme les moyens permettant de les atteindre, sont structurés et prédéterminés par les structures sociales capitalistes. L'omission de ces facteurs contraignants dans les travaux "mainstream" sur la prosommation débouche inéluctablement sur des déclarations et des prédictions pour le moins naïves, comme le démontre l'exemple de Ramaswamy et Ozcan qui stipulent que la co-création: "*mandates that we do even better for ourselves by doing well for others too. In other words, a co-creation based economy and society is about expanding collective self-interest for you and me, and me and you, in "win more-more win" fashion*" (Ramaswamy et Ozcan, 2014: 236). Deuxièmement, et dans un même ordre d'idée, on ne peut que regretter que ces théories, en ne mettant de l'avant que les capacités émancipatrices et libératrices de la prosommation, sombrent dans une forme extrême de déterminisme technologique. En effet, ces arguments se basent souvent sur deux postulats centraux et circulaires, soit que les technologies sont nécessaires et bénéfiques dans la mesure où elles favorisent le développement du libre-marché, et que le libre-marché doit être poussé à son extrême limite puisque c'est le système qui permet l'accroissement le plus rapide des avancées technologiques. En troisième lieu, il faut noter qu'il existe de fortes lacunes au niveau théorique dans maints travaux sur la prosommation, comme en fait foi le fait que la plupart des recherches dans le champ de l'"Internet Studies" (champ dans lequel plusieurs études sur le sujet sont publiées) ne se basent sur aucun travail théorique (seuls 31% le font), car se contentent d'isoler un phénomène et de l'analyser par le biais de méthodes statistiques de métadonnées ("*big data analysis*") (Fuchs, 2017). Bien que ce type d'analyses ne soit pas problématique en soit, la place centrale qu'elles occupent dans ce champ scientifique l'est en revanche, car elle entraîne la création d'un positivisme digital assumant que la vérité se retrouve non pas dans l'esprit humain, mais

³⁴ Encore une fois, ces critiques s'adressent principalement aux travaux en sciences managériales, la sociologie ayant généralement une lecture beaucoup plus nuancée et lucide de la prosommation.

dans ces immenses agrégats de données. Toutes questions relatives à l'éthique, aux valeurs morales, à la subjectivité et aux implications sociétales, se trouvent ainsi reléguées hors du domaine scientifique³⁵ (Mosco, 2016). En tenant compte de ces différentes lacunes qui se retrouvent généralement à un degré plus ou moins important, dans les travaux managériaux "mainstream" sur la prosomation, on ne peut -être qu'en accord avec Allmer, Sevignani et Prodnik (2015) lorsqu'ils expliquent que:

Celebratory and often other non-critical approaches [...] lack: (a) an in-depth historical awareness, which leads them to interpret social changes in terms of complete discontinuity; (b) a holistic framework that would enable them to analyse and interpret social phenomena as parts of social totality, because it is always the wider context that influences their development and role in society, which means they cannot be analysed in isolation; (c) a focus on contradictions, antagonisms and power relations, which are entrenched in capitalist social relations. Ignoring these basic issues leads celebratory approaches to interpret the existing social relations as the best of all possible world; because they also lack (d) a real normative underpinning, while they simultaneously take for granted specific social formations such as capitalist market or predominance of commodity exchange (Allmer, Sevignani et Prodnik, 2015: 155-156).

Bien qu'il soit depuis plusieurs décennies controversé, si ce n'est périlleux³⁶, de se référer à Marx dans les sociétés occidentales (Fraser, 2015), l'étude de la prosomation selon un cadre d'analyse marxiste nous semble pouvoir combler les lacunes précédemment identifiées. Les raisons nous portant à faire ce choix sont au nombre de trois. Premièrement, considérant que selon Ritzer et al. (2012), l'étude de la prosomation, si elle veut être valide et pertinente, doit se faire en tenant compte du contexte capitaliste dans lequel ces activités se déroulent, le choix du marxisme est justifié. On peut adresser de nombreux reproches à la théorie marxiste, mais on ne peut toutefois nier que les analyses qu'elle propose permettent une compréhension et une théorisation profonde du

³⁵ D'ailleurs, comme le mentionnent Ouellet et Martin (2018), la popularité de l'utilisation des méthodes empiriques dans les sciences sociales est largement tributaire des importantes donations octroyées par des fondations philanthropiques privées (telles les fondations Carnegie, Ford et Rockefeller) aux universités américaines durant la période de la Guerre froide: financement ayant entre autres comme objectif de dépolitiser ces sciences et d'amoinrir leur potentiel subversif.

³⁶ Il est toutefois important de noter qu'un tel constat se révèle être de moins en moins véridique, car on assiste à un retour marqué de Marx et du marxisme dans les milieux académiques suite à la crise financière et économique de 2008. Pour s'en convaincre, on n'a qu'à se référer au nombre d'articles scientifiques publiés annuellement à propos de Marx ou du marxisme, nombre qui a augmenté de plus de 100% suite à cet événement. Cette augmentation est d'autant plus impressionnante si l'on considère le fait que dans les dix années précédant la crise de 2008, on avait assisté à une contraction de l'ordre d'environ 10% des articles sur ces sujets, comparativement à la période allant de 1987 à 1997, et ce, même si au cours de cette période, le nombre d'articles scientifiques publiés globalement (tout sujet confondu) avait littéralement explosé (Fuchs et Fisher, 2015).

système capitaliste dans son ensemble que peu de théories peuvent égaler. D'ailleurs, comme le mentionne Streeck (2014), en sciences sociales, et encore plus particulièrement lorsque l'on étudie des phénomènes influençant le développement des sociétés, il est pratiquement impossible de ne pas se référer à certains éléments de la théorie marxiste, si ce n'est au moins pour tenter de les infirmer. L'utilisation de cette théorie permettra donc de combler une partie de la vacuité théorique dont il a été fait mention précédemment. La deuxième raison nous incitant à proposer une analyse marxiste du phénomène découle du fait que plusieurs auteurs ont affirmé que l'étude critique de la prosomation numérique devenait urgente. (Cova et al., 2013; Denegri-Knott et Zwick, 2012; Fuchs, 2014a; Mayer et Banks, 2009; Scholz, 2013). En effet, la littérature académique sur le sujet (surtout, encore une fois, dans le domaine des sciences managériales) ne l'envisage bien souvent que d'un point de vue positif ou presque, en adoptant quasi uniquement le point de vue des entreprises, c'est-à-dire celui des propriétaires des capitaux et de ceux qui tentent de les faire fructifier. Selon Fuchs (2014a), cette présentation positive découle en grande partie des pressions énormes que subissent les chercheurs, particulièrement dans des contextes de crise économique ou de ralentissement économique, pour ne proposer qu'une vision optimiste de tout développement technologique. Une telle approche ne peut que se révéler néfaste pour un champ scientifique, puisqu'elle a pour effet d'inhiber tout esprit critique ainsi que de mener à la seule énonciation de clichés et de banalités. Or, comme le mentionnait Weber "le doute le plus radical est le père de la connaissance" (Weber, 1988 : 375-376. Cité dans Malinowski, 2009 : 86). Bien que nous ne remettons pas en question le fait que la technologie apporte plusieurs bénéfices à l'être humain, nous pensons qu'il est essentiel de l'envisager de manière dialectique, et d'également considérer les nombreux aspects négatifs que créent ces innovations. Nous considérons que la perspective la plus adaptée afin d'aborder ces aspects négatifs est la théorie marxiste. Celle-ci nous offre en effet un cadre conceptuel et théorique qui devrait nous permettre d'éclairer certains aspects de la prosomation qui sont trop souvent laissés dans l'ombre. Nous pensons en particulier à des concepts tels que ceux d'aliénation, exploitation, contradictions, fétichisme ou encore marchandisation. Il est d'ailleurs intéressant de constater que Cova, l'un des auteurs les plus prolifiques en ce qui a trait à la prosomation dans les sciences managériales, en est venu à la même conclusion. Ce chercheur soutient dans un article

relativement récent qu'il est devenu indispensable de s'engager dans l'étude de ce phénomène en se servant d'un cadre d'analyse marxiste (Cova et al., 2013). Cette utilisation de la théorie marxiste permettra donc de rompre avec la logique gagnant-gagnant qui domine la littérature managériale portant sur la prosomation, et de proposer une vision critique de ce phénomène. En se servant de celle-ci, nous serons en mesure de démontrer que l'échange entre le prosommateur et l'entreprise n'est pas équitable, qu'il existe des facteurs de nature contraignante qui poussent le prosommateur à s'investir dans la réalisation de cet acte, et que la technologie, loin d'être toujours bénéfique pour l'être humain, doit être analysée de manière dialectique. Finalement, l'utilisation de la théorie marxiste dans les sciences organisationnelles comporte également de nombreux avantages pour ce champ scientifique, car, comme Vidal et al. (2015) le mentionnent, considérant les turbulences économiques récentes et les crises récurrentes dont le système capitaliste semble incapable de s'extirper, ce champ scientifique se doit de remettre en question ses assomptions fondamentales, et de revenir à ses origines pluridisciplinaires, laissant *de facto* une plus grande place aux diverses sciences sociales (dont entre autres l'histoire). L'usage du marxisme permettrait de combler cette lacune, car il s'agit d'un exemple emblématique d'une grande théorie ("*grand theory*") basée sur une approche interdisciplinaire (Fine et Saad-Filho, 2018). Bien qu'ayant été largement décriées par le post-modernisme, les grandes théories restent essentielles à toutes entreprises scientifiques multidisciplinaires, puisqu'elles proposent une série cohérente de problématiques, de catégories et de concepts, qui facilitent la création des liens entre les différentes disciplines (Vidal et al., 2015).

Bien qu'il tire ses fondements théoriques de Marx, l'utilisation que fera ce texte du marxisme ne consistera pas simplement en une re-transposition intégrale du marxisme traditionnel à la situation actuelle. Même si Marx a formulé des idées indispensables pour comprendre et critiquer le capitalisme ainsi que le monde organisationnel contemporain, ceux-ci ont fortement évolué depuis le XIXème siècle (Dumenil et Levy, 2008). Considérant les énormes différences structurelles qui existent entre le capitalisme bourgeois classique, sur lequel Marx fonda l'ensemble de sa théorie, et le capitalisme

contemporain, une distanciation, voire une rupture, s'impose avec certains des concepts et catégories déployés par Marx (Pineault, 2008). Il y a plusieurs décennies, Gramsci avait souligné que chaque génération doit découvrir elle-même son propre Marx. Ce qui implique que l'utilisation de l'œuvre de ce dernier ne peut se faire que via une transformation et une réinterprétation de certains des éléments de base de la théorie en question (Tosel, 2008). À ce sujet, nous ne pouvons qu'être en accord avec l'affirmation de Petrucciani, selon laquelle:

On doit lire Marx d'une façon très différente de celle dont l'a lu le marxisme, et qu'il convient d'envisager les débats et les conflits d'interprétations qui ont caractérisé le marxisme comme des symptômes et les signes de problèmes ou de difficultés internes à la pensée de Marx, auxquels les différents penseurs marxistes ont essayé d'apporter une solution en empruntant des directions diverses et parfois opposées [...] Puisque parce que sa critique se veut scientifique et qu'elle se mesure à ce que son époque a produit de mieux, on ne peut en aucune façon l'absolutiser; il convient, au contraire, de la lire elle-même de façon critique, en insistant à la fois sur ses grandes découvertes et sur les nombreux nœuds qui restent sans solution (Petrucciani, 2011: 121-122).

D'ailleurs, il est fort probable que Marx lui-même serait d'accord avec ce constat. Rappelons qu'il affirmait qu'une théorie sociale se doit d'être formée aux contours de la réalité sociale contemporaine, et qu'elle doit donc être modifiée afin de prendre compte des évolutions économiques, politiques et sociales si elle veut demeurer pertinente (Negri, 2008a).

L'analyse marxiste de la prosomation qui sera effectuée dans cette thèse se basera sur trois théories que l'on pourrait qualifier de néo-marxistes, soit le marxisme autonomiste, la théorie des processus du travail ("*labour process theory*") (LPT) et la théorie de la reconnaissance de Honneth. Ces théories sont néo-marxistes, dans la mesure où elles répondent toutes à la définition que donne Therborn (2008) de ce terme, soit d'effectuer une rupture avec le marxisme traditionnel, tout en conservant un engagement explicite envers l'œuvre et les problématiques de Marx. En ce qui concerne les raisons qui nous poussent à opter pour ces trois théories, notons que le choix du marxisme autonomiste s'est imposé facilement, car c'est la théorie marxiste ayant poussé le plus les apports de Marx concernant l'imbrication entre la production et la consommation (Ritzer et al.,

2012). En effet, comme il sera démontré, la théorie autonomiste s'est depuis longtemps intéressée à l'importance accrue qu'ont prise les activités estompant la distinction entre la production et la consommation, ainsi que les changements que cela crée sur le processus de création de valeur (Lopdrup-Hjorth, 2013). Son choix s'est également imposé du fait qu'il existe déjà au sein du management critique un fort contingent d'auteurs se servant de cette théorie afin de comprendre et expliquer la prosommation. Toutefois, l'utilisation qui est faite de cette théorie par la plupart des auteurs de management critique est somme toute assez superficielle, et l'un des buts de cette thèse sera d'ailleurs d'expliquer la prosommation en se servant de façon plus approfondie de la théorie autonomiste. Ce faisant, nous serons en mesure d'étayer précisément et minutieusement les thèses autonomistes concernant les modifications économiques, politiques et sociétales qui sont engendrées par la propagation des pratiques de prosommation³⁷, ainsi que de proposer une analyse néo-marxiste de la situation économique actuelle. En ce qui concerne la LPT, la raison nous ayant poussés à la choisir est que c'est la théorie marxiste qui est la plus développée en ce qui concerne l'étude du management et du contrôle dans les organisations. Comme il sera expliqué plus en détail subséquentement, la question de contrôle managérial tend à être trop souvent ignorée par la théorie autonomiste, et nous considérons donc, à l'instar de Böhm et Land (2012), que cette théorie bénéficiera de certains des concepts développés par la LPT. Pour ce qui est de la théorie de la reconnaissance de Honneth, celle-ci est mobilisée puisqu'elle permet d'identifier les nouvelles façons par lesquelles le capital tente de réduire ce qui a été nommé par la LPT "l'indétermination du travail", c'est-à-dire l'écart entre le potentiel de création de valeur d'un travailleur et sa réalisation concrète, ainsi que la dissonance qui existe entre la subjectivité de celui-ci et les besoins du système capitaliste.

³⁷ Il faut noter qu'à notre connaissance, les autonomistes n'utilisent pas directement le terme prosommation, même si un grand nombre de leurs arguments tournent autour des activités estompant la barrière entre la production et la consommation.

Partie II: Cadre théorique

Chapitre 2: La théorie autonomiste

interpretations of Marxian theory – or any other theory for that matter – should be judged by their fecundity, that is, by 'the possibilities of succession it opens up' (Bernstein, 1989: 121), rather than by their correctness of conceptual use (Huber et Klein Jr, 2017: 453).

Ce présent chapitre permettra d'aborder différents concepts mis de l'avant par la théorie qui servira de fondement principal à cette recherche, soit la théorie autonomiste (aussi appelé operaismo, post-operaismo, marxisme ouvert ("*open marxism*") ou marxisme "compositionniste"). Comme nous l'avons souligné plus haut, cette théorie nous semble particulièrement appropriée pour mieux comprendre ce qu'est la prosommation, d'une part, et ses principaux enjeux, d'autre part.

Avant de débiter, une mise au point s'impose quant à la nature même de la théorie autonomiste, qui comme la quasi-majorité des théories sociales, ne consiste pas en un bloc monolithique, mais est traversée par de nombreux courants étant parfois en contradiction les uns avec les autres (Eden, 2012). Toutefois, étant donné que cette recherche vise l'application concrète de différents concepts de cette théorie, il ne sera fait que très peu de cas du débat parfois byzantin opposant les différents auteurs autonomistes³⁸. De plus, il faut également tenir compte du fait que ce présent chapitre n'a pas pour prétention de présenter l'exhaustivité de cette théorie, qui est d'une très grande richesse, comme en font foi la durée de son existence et le nombre d'auteurs s'en réclamant. Considérant les limites de cette recherche, seuls seront exposés les éléments conceptuels de cette théorie qui sont reliés avec le sujet central de notre recherche, soit la prosommation. Il est également nécessaire de mentionner que la théorie autonomiste ne se distingue pas par sa facilité d'accès, ni même par sa clarté. En effet, plusieurs des concepts qu'elle propose tirent leur origine d'auteurs dont les textes sont passablement cryptiques, tels Deleuze, Guattari, Marx et Foucault. La nébulosité de leurs propos est également amplifiée par les considérations et discussions philosophiques parsemant les textes des auteurs de ce

³⁸ Pour ceux voulant se familiariser avec ces débats, ainsi que sur l'histoire du mouvement, nous recommandons la consultation des travaux de Wright (2002), Wright (2008) et Eden (2012).

courant de pensée, ainsi que par les proses poétiques qu'ils emploient (Wright, 2002). Considérant que ce texte vise une application concrète des concepts autonomistes, nous avons tenté de vulgariser le plus possible les arguments autonomistes, sans toutefois les dénaturer ou les simplifier à l'extrême. On pourrait reprocher à ce texte d'amalgamer la pensée de différents auteurs de ce mouvement dans une construction monstrueuse ne reflétant pas convenablement la subtilité et la singularité de la pensée de chacun d'entre eux, mais nous estimons que le travail de chercheur implique la prise de ce type de risque, et que cela ne peut se traduire que par un élargissement de la portée des différents concepts proposés par cette théorie. Ce travail propose donc une appropriation créative de la théorie autonomiste, en contraste avec "l'auteur-itarisme" (c'est-à-dire une insistance dogmatique sur la "réelle" signification des concepts proposés par certains auteurs) ayant cours bien trop souvent dans les travaux se situant dans le CMS (Spicer et al., 2016).

2.1 Subsumption formelle, subsumption réelle et biocapitalisme.

Capitalism, when a crisis hits, tends to be restructured. New technologies, new organisational forms, new modes of exploitation, new types of jobs, and new markets all emerge to create a new way of accumulating capital (Srnicek, 2017: 36).

Notre recension de la théorie autonomiste va débiter avec la présentation de la façon dont celle-ci théorise l'histoire du capitalisme. Bien que souvent ignorée dans les travaux managériaux, l'étude de l'histoire du capitalisme est selon nous indispensable, car comme Bolton (2005) le postule, toute tentative d'expliquer un phénomène économique ne reste que superficielle si elle ne tient pas compte de la structure sociale capitaliste dans laquelle ce phénomène survient, ainsi que la façon dont s'est historiquement façonnée cette dite structure. Selon les autonomistes, grâce à l'étude de la forme que prend la subsumption dans le système capitaliste, c'est-à-dire les moyens par lesquels le capital parvient à dominer la main d'œuvre, on peut séparer séquentiellement trois phases historiques dans le capitalisme (Vercellone, 2007). Chacune de ces phases est caractérisée à la fois par un régime d'accumulation et une "composition de classe" unique, terme utilisé par les autonomistes afin d'évaluer la force relative de chacune des classes dans le système capitaliste (Whiteford, 1994). Plus spécifiquement, le concept de composition de classe³⁹

³⁹ Une présentation plus détaillée de ce concept sera faite dans la section subséquente.

est défini comme étant : "*a gauge of each side's internal unity, resources and will, determined not merely by the technical and social division of labour, but also by cultural milieu, organisational forms and political direction*" (Whiteford, 1994 : 90).

La première phase historique identifiée par les autonomistes est celle de la subsumption formelle, qui définit la période allant du début du 16^e siècle jusqu'à la fin du 18^e siècle, dans laquelle le capital, plus par impuissance que par choix, ne s'imisce pas directement dans le processus de production, mais se contente de l'appropriation du fruit du travail (Vercellone, 2007). Deux modes de production sont emblématiques de cette phase, soit premièrement le "*putting-out system*", c'est-à-dire la situation dans laquelle le capitaliste fournit les matières premières aux travailleurs qui les transforment en produits finis par leurs propres moyens. Le deuxième mode de production emblématique est la manufacture, dans laquelle les ouvriers, bien que regroupés pour les besoins du capital, sont encore relativement en contrôle des processus de production (Herrera et Vercellone, 2003). Dans cette phase, les relations avec le capital sont marquées par une hégémonie du savoir des travailleurs, puisque ce savoir est indispensable à la production. Cela a pour effet que les mécanismes d'accumulation capitaliste prédominants sont externes au processus de production à proprement parler, et prennent des formes de types marchands et financiers. Cette phase est nommée ainsi puisqu'elle ne se différencie que formellement des modes de production pré-capitaliste. Le capital subsume une force de travail pré-existante et la coopération entre les travailleurs ne dépend pas des moyens de contrôle et d'organisation capitaliste. L'organisation et le contrôle du processus de production sont au contraire effectués de manière autonome par les travailleurs: la substance du travail ne change pas puisque les travailleurs continuent d'effectuer les mêmes opérations que celles qu'ils effectuaient auparavant, bien que le contexte et le régime dans lesquels ils les effectuent aient de leur côté changé (Hardt et Negri, 2018). Étant donné la position externe qu'occupe le capital dans ce régime d'accumulation, les deux seuls moyens dont il dispose afin d'augmenter son profit sont, premièrement, de s'assurer qu'il n'y a pas de gaspillage dans l'usage des matières premières, et deuxièmement, d'accroître le nombre d'heures

travaillées (deuxième mesure qui correspond, dans un langage marxiste, à une augmentation de la plus-value absolue ou extensive (Böhm et al., 2012)). Ces deux méthodes laissent toutefois fortement à désirer pour le capital, car les employés des manufactures y entraînent avec des coutumes et traditions pré-capitalistes, comme travailler excessivement fort seulement quelques jours de la semaine afin de ne rien faire les jours subséquents, boire et s'enivrer sur les lieux de travail, ne pas travailler le lundi si la fin de semaine avait été éprouvante, ou même quitter les lieux de travail sans en aviser qui que ce soit (Hanlon, 2016; Leiss et al., 2005). Ce qui ne signifie toutefois pas que les travailleurs de cette époque étaient improductifs et incompetents, puisque les nombreuses connaissances qu'ils possédaient combinées à la liberté dont ils disposaient leur permettaient d'innover constamment. L'exemple le plus probant de ces innovations est probablement le très productif (du moins pour l'époque) '*American system of manufacturing*', se basant sur l'utilisation intensive de parties interchangeables, qui fut principalement le fait des ouvriers qualifiés (Hanlon, 2016). Bien qu'en grande partie autonomes au niveau des processus de production, les travailleurs se trouvaient toutefois dans une position de subordination mercantile envers le capital, subordination causée par les politiques de désocialisation de l'économie telles l'"*enclosure*" et la loi sur les indigents ("*poor laws*"), qui ont créé une pression énorme obligeant pratiquement les travailleurs à vendre leur force de travail au capital et à acheter leurs vivres sur le marché. Cette phase est donc principalement caractérisée par la contradiction entre l'autonomie des travailleurs dans la sphère de la production et leur dépendance dans la sphère de la circulation (Herrera et Vercellone, 2003).

La seconde phase historique identifiée par les autonomistes est celle de la subsumption réelle (Vercellone, 2007). Cette phase correspond à l'époque allant, *grosso modo*, du début de la première révolution industrielle jusqu'à la crise du modèle fordise au cours des années 70. Cette phase est marquée par une domination beaucoup plus intense de la main-d'œuvre par le capital, puisque l'on assiste à une polarisation des connaissances au bénéfice de ce dernier, ce qui lui permet d'organiser et de contrôler lui-même les processus de fabrication, ce qui est nommé, en langage marxiste, technique intensive

d'augmentation de la plus-value⁴⁰. Dans l'optique capitaliste, cette phase était rendue nécessaire dans la mesure où les techniques d'augmentation de la plus-value absolue (soit par augmentation du nombre d'heures travaillées) avaient buté sur les limites insurmontables que sont la durée de 24 heures d'une journée, et le temps de repos nécessaire aux travailleurs afin de reproduire leurs forces de travail (Fumagalli, 2015). Limites qui étaient d'ailleurs entérinées par le système juridique, puisque suite aux revendications du mouvement ouvrier, des lois restreignant le nombre d'heures de travail ont été adoptées dans la quasi-totalité des pays capitalistes (Negri, 2008a). L'augmentation intensive de la plus-value ne sera rendue possible que par le fait que les connaissances que les travailleurs possédaient lors de la phase de subsumption formelle, connaissances qui formaient la base de leur autonomie, seront en quelque sorte expropriées par la classe dominante et seront incorporées au capital fixe, permettant ainsi la mise en place de processus de production pouvant se contenter d'une main-d'œuvre faiblement qualifiée (Herrera et Vercellone, 2003). Ce qui se traduira pour les travailleurs en une parcellisation accrue des tâches ainsi qu'en une déqualification et une abstraction accrues du travail. Les processus de production ainsi instaurés seront donc externes aux travailleurs et auront pour base la loi de la valeur travail, c'est-à-dire qu'ils chercheront à minimiser le temps de réalisation de chacune des tâches (Vercellone, 2007). Contrairement à la phase de subsumption formelle, dans laquelle les travailleurs dépendaient simplement du capital au niveau monétaire, dans la phase de subsumption réelle, cette dépendance des travailleurs s'étend également au niveau technologique, ce qui a pour effet de les réduire au rôle d'appendice vivant des machines ("*living appendage of the machine*"), pour reprendre la célèbre formule de Marx. Dans ces transformations, le management aura un énorme mot à dire, puisque c'est au cours de cette période que les premières techniques de management dites scientifiques firent leur apparition (Hanlon, 2017). De plus, cette phase est également caractérisée par la tendance du capitalisme industriel à investir l'ensemble de la société par la généralisation et la normalisation de la relation salariale et de la valeur d'échange, ainsi que par l'imposition de normes de consommation complémentaires au processus d'accumulation capitaliste (Herrera et Vercellone, 2003). Cela eut des impacts énormes au niveau politique, car les mouvements

⁴⁰ Également appelée plus-value relative.

contestataires ouvriers changeront de cheval de bataille, abandonnant la question du contrôle des conditions de production pour celui de l'augmentation des salaires (Hanlon, 2016).

Finalement, la dernière phase de subsumption identifiée par les autonomistes est celle correspondant à l'époque actuelle. Cette phase est caractérisée par l'hégémonie d'une intellectualité diffuse permettant l'estompement de la division entre travail manuel et travail intellectuel, ainsi que par le rôle central que jouent la production des connaissances et les activités de circulation et de reproduction (Vercellone, 2007). L'avènement de cette phase de subsumption aurait été rendu possible grâce au déploiement intensif de capitaux dans les technologies de l'information, dont les plus notables sont les ordinateurs et les appareils de télécommunication, avec pour conséquence un niveau sans précédent d'automatisation, de communication et de mobilité (Whiteford, 1994). Cette transformation fait en sorte qu'il n'y a plus ou presque plus de sujets individuels ayant un rôle intellectuel strictement indépendant de la production, puisque ce rôle en vient à être assumé par une intellectualité de masse occupant une fonction transversale au processus de production, étant donné qu'il est devenu impossible pour le capital de territorialiser dans des machines, algorithmes ou procédures, l'immense quantité d'informations qui est maintenant créée. (Berardi, 2009; Pasquinelli, 2015). Le terme intellectualité de masse ("*general intellect*"), est une référence au texte de Marx intitulé *Fragment sur les machines*, dans lequel celui-ci entrevoit un futur se différenciant grandement de la situation qu'il décrit dans ses autres ouvrages, puisque dans ce futur: "*It is neither the direct human labour he himself performs, nor the time during which he works, but rather the appropriation of his own general productive power, his understanding of nature and his mastery over it by virtue of his presence as a social body – it is, in a word, the development of the social individual which appears as the great foundation-stone of production and of wealth*" (cité par Vercellone, 2007: 30). À la différence du marxisme orthodoxe, qui théorise que le locus d'accumulation de cette intellectualité de masse que Marx entrevoit serait le capital fixe, les autonomistes ont une lecture subjective de ce texte, puisqu'ils affirment qu'actuellement, cette intellectualité de masse s'accumule principalement chez les individus. Ce qui implique qu'elle ne peut être totalement

objectivée dans le capital fixe⁴¹ (Negri, 2008c). En fait, cette intellectualité de masse ne s'accumule pas dans les individus à proprement parler, mais dans les réseaux formés par ces individus, ce qui fait qu'elle est continuellement mouvante et changeante, rendant sa réification dans du capital fixe d'autant plus impraticable. En ce qui concerne les techniques d'augmentation de la plus-value utilisées au cours de cette phase, il faut y voir une sorte de synthèse entre les deux périodes précédentes, car l'augmentation de la plus-value absolue (par les technologies qui permettent l'extension de la journée de travail ainsi que la commodification d'un nombre sans cesse croissant d'activités) se fait maintenant de façon concomitante avec l'extension de la plus-value relative (car les mêmes technologies permettent de diriger, moduler, espionner et d'intensifier les activités des individus) (Fumagalli, 2015). Fait à noter, selon la plupart des autonomistes, cette phase serait la dernière avant l'effondrement du capitalisme en tant que système social dominant, puisque selon eux, l'information, les connaissances et les affects, qui sont devenus la principale source de l'accumulation de valeur, sont loin de pouvoir permettre la création d'un système d'accumulation capitaliste stable, et érodent continuellement les fondements mêmes des mécanismes du marché⁴². Cette dernière phase a été nommée de diverses façons par les autonomistes, dont entre autres: capitalisme immatériel (Hardt et Negri, 2000), capitalisme post-moderne (Negri, 2008a) capitalisme cognitif (Moulier Boutang, 2011), capitalisme avancé, capitalisme post-fordiste (Marazzi, 2011a), subsomption réelle de la société (Hardt et Negri, 2018), subsomption totale (Hanlon, 2016), subsomption complète (Negri, 2018) ou sémio-capitalisme (Berardi, 2009). Dans le cadre de cette recherche, le désignatif qui sera retenu sera celui de biocapitalisme proposé par certains autonomistes (Marazzi, 2011b; Morin et Fumagalli, 2010), car ce terme permet de faire ressortir de manière explicite que le régime d'accumulation actuel n'est pas simplement basé sur l'exploitation des connaissances, comme il est trop souvent assumé par nombre de théories sociologiques, économiques et managériales, mais plutôt sur l'ensemble des facultés humaines telles que le langage, les affects, les connaissances et les émotions. Le terme biocapitalisme est donc, selon nous, plus adéquat que les précédents, puisque plus inclusif, et permet de mettre l'accent sur le fait que ce système

⁴¹ Cet argument sera détaillé davantage dans les sections intitulées immanence et le commun.

⁴² Cet argument sera étudié plus en détail dans la section intitulée biopolitique

économique est basé sur l'exploitation de la vie globale des populations grâce à la captation des externalités découlant de leurs activités vitales (Moulier Boutang, 2011).

2.2 Inversion copernicienne et composition de classe.

We may pause to observe the way in which so much of left politics today- unlike Marx's own passionate commitment to a streamlined technological future- seems to have adopted as its slogan Benjamin's odd idea that revolution means pulling the emergency brake on the runaway train of History: as though an admittedly runaway capitalism itself had the monopoly on change and futurity (Jameson, 2011: 150).

Selon la théorie autonomiste, le passage d'une phase de subsomption à une autre n'est pas simplement dû au déroulement structurel des impératifs du capital, mais est plutôt causé par les activités subversives de la classe dominée (Dyer-Whiteford, 1999; Bowring, 2004). Bien que la réactivité du capitalisme ne soit pas nécessairement un argument propre aux autonomistes, comme en fait foi le fait que de nombreux économistes et de politiciens en sont venus à considérer le développement du néolibéralisme comme étant une réponse aux nombreux gains obtenus par les travailleurs durant la période des trente glorieuses (Panitch et Gindin, 2012), la centralité que prend cet argument au sein de la théorie autonomiste est toutefois unique. En effet, selon cette théorie, les transformations du capitalisme ne sont pas initiées par les détenteurs du capital. Ceux-ci n'abandonneraient en aucun cas un régime d'accumulation s'il était encore accepté sans friction par la classe dominée. Au contraire, les autonomistes postulent que le développement du capitalisme doit être plutôt vu comme étant réactif, puisque le capitalisme va continuellement tenter de se réapproprier les formes d'organisations et de productions qui sont créées par les classes laborieuses, ainsi que de contrer les formes de résistance que développent inévitablement ces classes (Hardt et Negri, 2000; Negri, 1989). Dyer-Whiteford explique à ce sujet que : "*Instead of seeing history as the unfolding of pre-given, inevitable and objective laws, the class-struggle tradition [autre nom donné au mouvement autonomiste] argues that such "laws" are no more than the outcome of two intersecting vectors—exploitation, and its refusal in the constantly recurrent eruptions of fight and flight by which rebellious subjects seek a way beyond work, wage and profit*" (Dyer-Whiteford, 1999: 169). Ce positionnement théorique, que les autonomistes nomment inversion copernicienne, a été proposé par Tronti, l'un des

pionniers de ce mouvement, afin de combler ce qu'il avait identifié comme étant l'une des lacunes majeures des divers mouvements marxistes, soit leur propension à présenter les travailleurs comme étant des victimes passives et réactives ne cherchant qu'à protéger leurs intérêts contre les assauts du capital. Ce qui avait pour corollaire de présenter ce dernier à la fois comme la principale force motrice des différents progrès sociaux et économiques, et comme une sorte de Léviathan omnipotent contre lequel il est pratiquement impossible de résister. Au contraire, selon Tronti: *"We have to turn the problem on its head, reverse the polarity, and start again from the beginning : and the beginning is the class struggle of the working class. At the level of socially developed capital, capitalist development becomes subordinated to working class struggles: it follows behind them, and they set the pace to which the political mechanism of capital's own reproduction must be tuned"* (Tronti, 1964: 1). Un tel positionnement théorique reconnaît aux travailleurs une certaine autonomie par rapport au capital, d'où le nom que s'est attribué ce courant de pensée. De plus, la notion d'inversion copernicienne permettait aussi aux autonomistes de s'affranchir la position classique de la gauche institutionnelle de l'époque, qui attribuait toutes les initiatives soit au parti soit au syndicat, et ne reconnaissait aux travailleurs à proprement parler que des formes d'actions très limitées (Murphy, 2012). Pour les autonomistes, ces formes d'organisations agissent encore selon des modalités héritées du XIXe siècle en cherchant simplement la défense de l'existant et de l'institué, et ont donc perdu toute capacité à politiser les problèmes de l'économie contemporaine (Lazzarato, 2009b).

L'autonomie dont disposent les travailleurs est théorisée grâce à une utilisation dialectique⁴³ de la notion d'aliénation. Pour les autonomistes, l'aliénation n'est pas simplement un état néfaste de séparation entre le travailleur et une essence humaine universelle, dont le capitalisme serait responsable, comme c'est le cas pour la plupart des théories marxistes. L'aliénation est également potentiellement émancipatrice, car elle indique que les travailleurs sont (d'une certaine façon) à l'extérieur du système, et qu'ils

⁴³ Comme le notent de façon convaincante Fuchs (2014a) ainsi que Fuchs et Zimmermann (2009), bien que certains autonomistes, Hardt et Negri en tête, affirment rejeter la notion de dialectique, celle-ci reste présente sous forme implicite dans leurs textes.

refusent de s'identifier avec les valeurs générales du capitalisme (Berardi, 2009). Cette aliénation des travailleurs fait en sorte que les travailleurs vont continuellement tenter de transformer, si ce n'est de renverser, le capitalisme, et est la cause même de leur autonomie. Berardi explique que:

Compositionism [autre nom du mouvement autonomiste] *overturns the issue implicit in the question of alienation. It is precisely thanks to the radical inhumanity of the workers' existence that a human collectivity can be founded, a community no longer dependant on capital. It is indeed the estrangement of the workers from their labour, the feeling of alienation and its refusal, that are the bases for a human collectivity autonomous from capital* (Berardi, 2009: 44-45).

L'autonomie des travailleurs se matérialiserait via l'imposition de limites au développement des différents systèmes d'accumulation capitaliste. Limites qui détermineront non pas seulement les crises, mais également les termes et la nature du système d'accumulation que le capitalisme sera forcé d'accepter subséquemment (Eden, 2012). Ces limites sont déterminées par les travailleurs grâce à un processus d'auto-valorisation ("*self valorisation*"), c'est-à-dire que les travailleurs vont générer des valeurs, besoins et demandes à partir de leurs propres expériences, supplantant ainsi les besoins, valeurs et demandes imposés par le capital (Burgmann, 2013). Bien évidemment, ces limites auront des conséquences négatives pour le capital, que les autonomistes théoriseront grâce à une reformulation du concept marxiste de baisse tendancielle des taux de profits. Cette reformulation postule que la baisse tendancielle des taux de profits n'est pas simplement causée par une composition organique du capital comprenant une part sans cesse croissante de capital fixe, mais est également la conséquence de l'insubordination des travailleurs et de la lutte des classes, qui forcent le capital à se recomposer continuellement (Holloway, 2010; Balibar, 2011).

Afin de bien saisir l'argument des autonomistes à ce sujet, il est important de connaître et de comprendre les notions de composition, décomposition et recomposition de classe. Le terme de composition de classe, comme il a été mentionné précédemment, sert à décrire l'articulation entre le pouvoir des travailleurs et les forces de production à l'intérieur d'un processus de production particulier. Ce qui correspond, dans un langage marxiste, à la

relation entre le capital fixe et le capital variable, ainsi que la division au sein du capital variable (Dyer-Whiteford, 2015; Spence, 2010). La composition de classe se divise en une composition technique et une composition politique (Dyer-Whiteford, 2015). La composition technique correspond à l'organisation de la classe laborieuse par le capital autant au niveau du processus de production (division du travail et utilisation du capital fixe) que dans la sphère de la reproduction (structure familiale et communautaire), tandis que la composition politique réfère quant à elle à la capacité organisationnelle de la classe laborieuse de lutter pour elle-même et de transformer ou même de dépasser le système capitaliste. Étant donné que la théorie autonomiste stipule que les travailleurs sont à la fois à l'intérieur et à l'extérieur du système capitaliste, puisqu'ils sont organisés par celui-ci, mais refusent cette organisation, elle soutient que ceux-ci vont continuellement chercher des moyens d'effectuer une réappropriation subversive des organisations, technologies et relations de production capitalistes (Mandarini, 2005). Cette réappropriation va ainsi créer une diminution, voire un affranchissement de la subordination des travailleurs au capital, en imposant des limites quant aux conditions de travail (Spence, 2010). Les résultats de ces actions ne sont toutefois pas éternels, puisque le capital, du fait de son besoin continu de croissance, va chercher à s'adapter et à changer son régime d'accumulation et son mode de fonctionnement, afin de faire tomber ces limites et ces conditions qui lui ont été imposées. Le passage d'une phase de subsumption à une autre est donc, selon les autonomistes, effectué afin de mater le pouvoir de la classe laborieuse (Bowring, 2004). Les changements qui seront apportés par le capital afin de rétablir des taux de profits élevés consisteront en grande partie en l'introduction de nouvelles pratiques organisationnelles, techniques managériales et technologies, qui vont entraîner une réinvention profonde quant à la façon de travailler. Ces actions vont mener à ce que les autonomistes nomment une décomposition de classe, c'est-à-dire une augmentation de la subordination des travailleurs face au capital (Spence, 2010). Bien que les stratégies de décomposition de classe vont permettre au capital de retrouver des taux d'accumulation intéressants, la victoire du capital ne sera qu'à chaque fois éphémère, puisqu'une fois le choc initial passé, les travailleurs vont se réorganiser de manière à recréer le militantisme ayant été dilué, et une nouvelle strate de travailleurs se retrouvera à l'avant-plan du combat contre le capital (Brown, 2012). Ce dernier

mouvement correspond à ce que les autonomistes nomment recomposition de classe, qui est défini comme étant: *"the positing of other value practices and the constitution of different commons than those of capital, the constitution of a social force with a different telos from that of capital"* (de Angelis, 2007: 170). Ce mouvement cyclique est nommé par les autonomistes composition, décomposition et recomposition de classes, et forme un autre des piliers majeurs de la théorie autonomiste (d'ailleurs, l'un des principaux théoriciens de ce mouvement, Berardi, affirme qu'il serait préférable d'utiliser le terme de marxisme "compositionniste", plutôt que de marxisme autonomiste).

L'utilisation de l'exemple de l'introduction de nouvelles technologies, qui sont un moyen classique de décomposition de classe utilisé par le capital (Söderberg, 2008), permettra d'illustrer concrètement cet argument autonomiste. Dans la quasi-majorité des cas, la mise en place de ces technologies aura des conséquences néfastes⁴⁴, de prime abord, pour les travailleurs, puisqu'elles sont introduites afin de contrecarrer le pouvoir que détiennent certains d'entre eux. Ce qui correspond donc à une forme de décomposition de classe. Toutefois, les technologies ont une nature dialectique, leurs effets concrets, bien qu'en partie contraints, ne sont pas complètement déterminés et peuvent continuellement être modifiés et reconfigurés (Zuckerfeld, 2017). Plus concrètement, cela signifie que les technologies ne sont pas simplement des artefacts permettant de contrôler et déqualifier les travailleurs, mais possèdent également le potentiel d'éliminer (ou du moins, diminuer) l'exploitation, de donner plus de temps libre aux travailleurs, ainsi que de socialiser davantage la production. Comme le soulignait Marcuse⁴⁵, grâce à la mécanisation des tâches monotones qu'elles permettent, les technologies peuvent potentiellement libérer les énergies individuelles humaines jusqu'à un niveau n'ayant aucune commune mesure avec ce qui a été la norme dans l'histoire humaine, permettant ainsi à l'humanité de s'affranchir des tâches les plus pénibles et de ne se consacrer qu'à la jouissance physique

⁴⁴ Ce que Hardt et Negri (2017) nomment la nécromation.

⁴⁵ On pourrait également se référer à Marx, qui affirme dans *Fragment sur les machines*, texte que l'on retrouve dans les *Grundrisse*, que bien que les machines sont créées au sein de relations sociales capitalistes et dans le but de servir ces mêmes relations, elles ont tout de même le potentiel de servir une cause émancipatoire, pour autant que l'on parvienne à les extirper du monde capitaliste (Cunningham, 2015).

et intellectuelle⁴⁶. Cette nature dialectique des technologies permettra donc aux travailleurs de potentiellement procéder à une recomposition de classe (Ross, 2013). Fuchs et Dyer-Whiteford expliquent ce point en se servant de l'exemple d'Internet.

The Internet or specific Internets have multiple – at least two – potential effects on society and social systems that can co-exist or stand in contradiction to each other. Which potentials are realized is based on how society, interests, power structures and struggles shape the design and usage of technology in multiple ways that are also potentially contradictory [...] So, for example, the services created by Google anticipate a commons-based public Internet from which all benefit and create new potentials for human cooperation, whereas the freedom (free service access) that it provides is now enabled by online surveillance and user commodification that threatens consumer privacy and results in the economic exploitation of users" (Fuchs et Dyer-Whiteford, 2013: 786-787).

Selon les autonomistes, c'est cette nature binaire des technologies qui fait en sorte que les tentatives de décomposition de classe mènent souvent à une recomposition de classe, car elles contiennent d'un côté des éléments servant à stabiliser et solidifier la structure de classe capitaliste, et d'un autre côté elles renferment également les germes d'une forme alternative de société⁴⁷ (Fuchs, 2014a). Ce qui revient à accréder l'idée de Marx selon laquelle ce sont les hommes qui font leur propre histoire, mais ils la font sous des conditions qu'ils ne choisissent pas. Sur cette question, la théorie autonomiste est donc très similaire à ce que prônait l'un des pères fondateurs des études culturelles ("cultural studies"), Raymond Williams (1983), soit que bien que la technologie ne détermine pas l'homme, l'introduction de chaque nouvelle technologie demande une prise de décision collective qui va bien souvent avoir un impact important sur le développement subséquent de l'humanité.

Il ne faut toutefois pas croire que la nature cyclique du concept de composition-décomposition-recomposition a pour conséquence de faire sombrer la théorie autonomiste dans le nihilisme. En se basant sur cette logique, on pourrait effectivement être amené à

⁴⁶ Il faut toutefois noter que dans certains de ces textes, Marcuse défendait l'idée contraire, puisqu'il affirmait que les technologies sont filles de la rationalité technique, et que c'est cette même rationalité technique qui est source de la domination sociale (Rehmann, 2013).

⁴⁷ Cette conclusion est toutefois loin d'être partagée par l'ensemble du mouvement autonomiste, puisque nombre d'auteurs affirment que les technologies capitalistes sont imprégnées par les logiques d'abstractions et de contrôles inhérentes au système capitaliste, et que leur usage ne peut donc que mener à des effets néfastes pour les travailleurs (Dyer-Whiteford, 2015).

croire que toute résistance est futile, puisqu'il y aurait toujours retour de la relation de domination et d'exploitation sous une forme modifiée. Au contraire, les autonomistes voient dans ce mouvement cyclique une progression continue vers la fin du capitalisme, car bien que les caractéristiques de chacun de ces cycles soient distinctes, la nature antagonique de la relation entre les travailleurs et le capital reste constante à chacun de ces cycles, tandis que le potentiel d'émancipation va en grandissant. Chaque phase de recomposition contient en elle les luttes des phases précédentes (Eden, 2012). L'augmentation croissante du potentiel d'émancipation à travers les cycles s'explique également par le fait que les changements et les transformations réactifs effectués par le capital sont pratiquement toujours associés à une augmentation dans la socialisation du travail, permettant ainsi aux travailleurs d'attaquer plus efficacement la relation capitaliste de l'intérieur (Nunes, 2007). Pour les autonomistes, le terme socialisation du travail signifie que :

la production perd son caractère privé et devient un procès social, non pas formellement, au sens où la production est sociale en tout échange du fait de la dépendance absolue des producteurs les uns à l'égard des autres et de la nécessité de représenter leur travail comme travail abstraitement social (argent), mais réellement. Dans la mesure où les moyens de production sont employés comme moyens sociaux, et donc, non par la médiation de la propriété des individus, mais par la médiation de leur rapport de production, les travaux sont, eux aussi, effectués à un niveau social (Negri, 2011: 34).

Selon les autonomistes, cette socialisation accrue de la production permettrait à la classe laborieuse d'atteindre un niveau de productivité supérieur ainsi que des formes de conscience plus développées concernant la domination capitaliste. Ce qui lui donnera une plus grande capacité de résistance à l'égard de cette domination et la fragilisera (Negri, 2011). Pour les autonomistes, cette socialisation a atteint un tel degré dans le système économique actuel que Virno (2004) va jusqu'à affirmer que nous sommes dans le communisme du capital, puisque selon lui, nous sommes dans un système économique capitaliste contenant autant d'éléments communistes qu'il est capable d'en absorber (auto-organisation des travailleurs, abolition de l'état et des frontières, productivité de l'intellectualité de masse), sans perdre sa spécificité capitaliste (inégalité matérielle et propriété privée).

Les concepts autonomistes d'inversion copernicienne ainsi que de composition, décomposition et recomposition de classe permettent une relecture de l'histoire du capitalisme soulignant le pouvoir des travailleurs (qui sont considérés comme la source même du changement) et la faiblesse du capital (auquel il n'est donné qu'un rôle exclusivement réactif⁴⁸). Le taylorisme et le fordisme sont décrits comme étant des stratégies de décomposition de classe permettant de démolir le rôle de l'ouvrier qualifié, puisque les qualifications et la compréhension extensive du processus de production que possédaient ceux-ci lors de la phase de subsomption formelle leur permettaient d'assumer le rôle d'avant-garde auprès de la masse d'ouvriers non qualifiés qui travaillaient avec eux (Negri, 2008a). En effet, comme l'explique Hanlon (2016), la maîtrise d'une expertise technique amoindrit le pouvoir hiérarchique du capital tout en créant une forme de pouvoir informel et alternatif à la hiérarchie managériale, ce qui, bien évidemment, nuit au processus d'accumulation capitaliste. Pour ces raisons, l'ouvrier qualifié était donc l'ennemi public numéro un de la classe capitaliste, et l'expropriation de son savoir et sa réification subséquente dans des machines et des procédures fut la stratégie utilisée afin de l'abattre. Toutefois, cela se révéla être une émancipation fortuite pour la classe prolétarienne, puisque bien que possédant de nombreuses qualités, les travailleurs qualifiés ne constituaient pas un terreau fertile pour la création d'une société plus égalitaire, car on retrouvait au sein de ce groupe beaucoup d'autoritarisme, d'arrogance, de sexisme, de racisme ainsi qu'une profonde fermeture envers les autres : ce qui les rendait peu disposés à développer des valeurs universalistes (Hanlon, 2016). Ainsi, loin de démolir le potentiel révolutionnaire des travailleurs, le taylorisme et le fordisme ne firent que créer un nouveau cycle de conflit de classe plus intense, sous l'impulsion d'un nouveau sujet industriel; soit le travailleur de masse ("*mass worker*"). Puisque ceux-ci étaient si déqualifiés, ils ne développèrent pas l'esprit corporatiste et élitiste caractéristique des travailleurs qualifiés, et en virent à considérer toute injustice

⁴⁸ Il faut toutefois mentionner que les autonomistes poussent parfois cet argument vers des conclusions peu convaincantes, comme en fait foi leur affirmation que la mondialisation des marchés ainsi que la montée de la précarité ne sont pas simplement, ni même principalement, le fruit de l'entrepreneuriat capitaliste, mais résultent plutôt du désir de liberté, de nomadisme et de déterritorialisation des travailleurs fordistes (Jappe et Kuz, 2003; Thompson, 2005). Selon Noys (2013), un tel argument fait en sorte que les autonomistes en viennent à transformer magiquement toutes les défaites du mouvement ouvrier en victoires, ce qui les entraîne dans une forme de fuite vers l'avant.

individuelle comme une injustice collective. Afin de défendre leurs droits et faire avancer leurs positions politiques, les travailleurs de masse se regroupèrent dans des syndicats énormes et puissants, ce qui leur permit de confronter le capitalisme de façon beaucoup plus féroce et efficace que les travailleurs qualifiés (Hanlon, 2016). Effectivement, le regroupement des travailleurs de masse dans ces syndicats changea la balance du pouvoir entre capital et travailleurs, et permit l'atteinte de salaires élevés ainsi que des formes de protection sociale extensives et le développement d'un système d'éducation de masse (Fumagalli, 2015; Mandarini, 2005). Negri et Vercellone expliquent qu':

à partir de la fin des années soixante, l'ouvrier-masse a déstructuré les fondements de l'organisation scientifique du travail et conduit à une formidable expansion du salaire socialisé et des services collectifs du Welfare au-delà des compatibilités du fordisme. Il en a résulté une atténuation de la contrainte monétaire au rapport salarial et un processus de réappropriation collective des puissances intellectuelles de la production qui a remis en cause la logique de polarisation du savoir propre au capitalisme industriel" (Negri et Vercellone, 2008: 40).

Ces luttes politiques de la part des travailleurs eurent pour effet de réduire continuellement les profits, et forcèrent le capital à se restructurer et à changer encore une fois de stratégie d'accumulation, ce qu'il effectua grâce à ce qu'il est généralement convenu d'appeler la contre-offensive néolibérale (Lazzarato, 2015). Cette restructuration se réalisa principalement par une délocalisation ainsi qu'une automatisation accrue des lieux de production industrielle, permettant ainsi d'éliminer les éléments les plus perturbateurs du processus de production (Day, 2002). Ces restructurations firent en sorte qu'une importante culture de lutte de classe industrielle se trouva presque complètement anéantie, tant au niveau de sa composition technique que de sa composition politique (comme en fait foi le déclin ou l'embourgeoisement des partis politiques ouvriers ainsi que des syndicats) (Dyer-Whiteford, 2015). Ces transformations eurent également un impact important sur le mode d'accumulation capitaliste, puisqu'elles aboutirent à une remise en question de la centralité du travail directement et immédiatement productif dans le processus de création de valeur (Negri, 1992). Celui-ci devenant de plus en plus dépendant des activités se réalisant hors des heures formelles de travail (telle la prosomation). Toutefois, à l'instar des autres stratégies de décomposition de classes utilisées par le capital, celle-ci ne mena encore une fois qu'à une relocalisation et une expansion des contradictions capitalistes. En effet, bien que cette stratégie de décomposition de classe

permet de réduire pratiquement à néant le pouvoir qu'avaient les travailleurs de masses ainsi que de faciliter une libéralisation de l'économie, cette libéralisation extrême de l'économie aurait également eu pour conséquence de révéler que l'environnement social et productif n'est pas formé (ou ne contient que très peu) d'individus atomisés, mais bien d'individus et de travailleurs collectifs, puisque la productivité économique est maintenant devenue consubstantielle à l'imbrication sociale (Negri, 1989).

Comme on le constate, les autonomistes, contrairement à nombre de mouvements de gauche, ne se lamentent pas sur le pillage et la destruction graduelle de l'État-providence fordiste, mais considèrent plutôt que la contre-offensive néolibérale ne fait que rendre l'atteinte du communisme plus probable encore, puisqu'elle entraîne une accentuation des antagonismes sociaux et pose les bases d'une société communiste. Noys (2013) résume bien cette position autonomiste lorsqu'il affirme que selon Negri: "*If capitalism started to rupture the structure of the factory and guaranteed employment then one should not regret this and go backwards to some lost world of social democracy, but push the tendency further into exodus, sabotage, and destruction of the « fetters » of the remnant of Fordism*" (Noys, 2013 : 67). On peut donc classer les thèses autonomistes dans la catégorie des théories accélérationnistes. L'accélérationnisme, du moins dans sa version de gauche⁴⁹, est une théorie se basant sur une série d'auteurs hétéroclites⁵⁰, notamment Marx, Nietzsche ainsi que Deleuze et Guattari, qui postulent que l'action réellement révolutionnaire ne consiste pas en un combat d'arrière-garde visant à protéger les acquis du passé mais doit, au contraire, viser à accélérer le processus de développement capitaliste de façon à le rendre incapable de contenir les flux qui seront ainsi déterritorialisés, entraînant de ce fait la rupture de ses limites, et l'émergence d'un nouveau système politique et économique (Noys, 2013). À l'opposé de Walter Benjamin

⁴⁹ À la différence de l'accélérationnisme de gauche, l'accélérationnisme de droite ne cherche pas à accélérer le développement capitaliste afin d'éventuellement renverser et remplacer le capitalisme, mais plutôt afin de créer une singularité technologique (dans l'anticipation quelle celle-ci permettra la mise en place de la domination d'une forme d'intelligence artificielle sur les sociétés humaines), et une accentuation du processus d'aliénation capitaliste (puisque'ils considèrent cette aliénation comme une source de jouissance). Ce courant se regroupe principalement autour de Nick Land, et est chronologiquement antérieur à l'accélérationnisme de gauche (Mackay et Avenessian, 2014; Noys, 2013).

⁵⁰ Pour ceux qui souhaitent approfondir davantage leurs connaissances de ce mouvement, l'ouvrage le plus complet sur le sujet est probablement le livre de Mackay et Avenessian (2014). Ce livre est en fait une recension des principaux textes fondateurs de cette théorie.

qui proposait que l'acte révolutionnaire devait se concevoir comme un processus de décélération, voire de freinage, de la locomotive capitaliste considérée comme étant hors de contrôle (Ouellet, 2016), les accélérationnistes suggèrent que c'est l'accroissement de la vitesse de cette locomotive, et son éventuel déraillement, qui permettront finalement l'atteinte de la terre promise. Comme l'explique Shaviro, selon la doctrine accélérationniste: *"the only way out is the way through. In order to overcome globalized neoliberal capitalism, we need to drain it to the dregs, push it to its most extreme point, follow it into its furthest and strangest consequences [...] The hope is that, by exacerbating our current conditions of existence, we will finally be able to make them explode, and thereby move beyond them"* (Shaviro, 2015: 2). Concrètement, cela signifie que les accélérationnistes cherchent à capturer les technologies capitalistes les plus avancées, afin de les réorienter ("*repurposed*") dans le but d'augmenter le bien commun et de réduire le temps alloué au travail. Dans cette perspective, les infrastructures technologiques existantes ne doivent pas être perçues comme des entraves qu'il faut démolir afin de développer une société post-capitaliste, mais doivent plutôt servir de tremplin pour l'atteinte de ce projet (Williams et Srnicek, 2013). Mais plus que tout, ces mouvements gauchistes que l'on peut qualifier d'accélérationnistes cherchent à libérer les forces productives latentes qu'ils jugent entravées par le système capitaliste actuel. Un exemple typique de ces entraves est les brevets, qui sont considérés par les accélérationnistes comme nuisant à la dissémination de l'information et des connaissances, et donc de ce fait à la productivité (Williams et Srnicek, 2013). On décèle donc chez les accélérationnistes une volonté de vaincre le capitalisme sur son propre terrain de prédilection, soit celui du développement économique, car ils prônent que, tout comme les guildes étaient devenues des entraves économiques à la fin de l'époque mercantiliste, nombre de concepts capitalistes sont devenus économiquement contreproductifs (Gardiner, 2017). Finalement, un autre élément distinctif du mouvement accélérationniste est que, contrairement aux différents mouvements prônant le localisme et l'horizontalisme, il ne voit pas dans les valeurs issues de la modernité que de simples appendices du système capitaliste (qu'il faut donc de ce fait combattre), mais les considère plutôt comme de puissants vecteurs de mobilisation et de progressisme, que la gauche se doit de se réapproprier et de dissocier de l'usage qu'en a fait le néolibéralisme

au cours des dernières décennies (Williams et Srnicek, 2015). Ainsi, les accélérationnistes clament que la gauche doit rompre avec son misérabilisme, c'est-à-dire la vision romantique, nostalgique et anti-moderniste (pour ne pas dire primitive) qui est dominante au sein de celle-ci depuis les dernières décennies, et embrasser, au contraire, un narratif prométhéen postulant que l'homme est en mesure de contrôler les forces sociales et naturelles (Gardiner, 2017).

Selon le manifeste pour une politique accélérationniste de Williams et Srnicek (2013), qui est le texte le plus souvent cité concernant ce courant de pensée, les mouvements gauchistes radicaux contemporains se divisent en deux catégories distinctes. La première de ces catégories (nommée "*folk politics*" par ces auteurs) considère que le progrès technologique et même toute forme de pensée rationnelle, sont irrémédiablement souillés considérant la place centrale qu'ils occupent au sein de la dynamique capitaliste. La résistance ne pouvant donc provenir que de la décélération, c'est-à-dire l'adoption de politiques de localisme, d'horizontalisme et d'action directe (ces mouvements vont, en règle générale, tenter de créer des zones d'autonomie temporaire dans lesquelles sont implantées des relations sociales précapitalistes). La seconde de ces catégories refuse, au contraire, cet amalgame entre progrès et capitalisme et cherche plutôt à préserver les apports du capitalisme avancé (plus particulièrement la technologie et la globalisation), tout en transcendant les valeurs, les relations de production et les structures de gouvernance imposées par ce système social et économique. Catégorie qui correspond bien sûr aux différents mouvements accélérationnistes. Si l'on accepte cette catégorisation, considérant l'importance qui est accordée au développement technologique, au nomadisme et au rejet de tout retour à des politiques keynésiennes, il ne fait aucun doute que le mouvement autonomiste⁵¹ doit être classé dans le second groupe. D'ailleurs, Negri (2014) lui-même embrasse ce rapprochement entre théorie autonomiste et accélérationnisme, tout en affirmant, à l'instar de Williams et Srnicek, que l'accélérationnisme n'est valide que si l'on effectue une distinction entre les concepts de

⁵¹ Comme mentionné précédemment, le mouvement autonomiste n'est toutefois pas monolithique, et certains de ses membres, à l'instar de Bifo Berardi, sont résolument anti-accélationnistes (Gardiner, 2017).

rapidité et d'accélération. Une telle distinction postule que la rapidité correspond à avancer certes à très grande vitesse, mais à l'intérieur d'une série de paramètres capitalistes qui eux, de leurs côtés, restent pratiquement immuables, tandis que l'accélération, au contraire, est un processus expérimental qui bien que maintenant cette emphase sur la vitesse, évolue sans paramètre fixe dans un espace universel de possibilités (Williams et Snircek, 2013).

2.3 Multitude

Il faut d'abord apprendre à se nommer et à nommer l'ennemi. Une des plus grandes victoires de la bourgeoisie est d'avoir rendu innommable sa propre classe. Jacques Rancière a montré que le nom est ce qui garantit la puissance; la naissance se fait par la parole: priver de parole c'est renvoyer dans l'innommable (Ariès, 2013 : 141).

Selon Hardt et Negri (2000), la décomposition de classe ayant eu lieu suite aux actions du capital à partir des années 70 entraîna une recomposition de la classe laborieuse autour d'un nouveau type de sujet social. Ils expliquent que :

Force est de reconnaître que le sujet même du travail et de la révolte a profondément changé. La composition du prolétariat s'est transformée, donc notre conception de celui-ci doit faire de même. En termes conceptuels, nous entendons *prolétariat* comme une vaste catégorie incluant tous ceux dont le travail est directement ou indirectement exploité par des normes capitalistes de production et de reproduction auxquelles il est assujéti. Au cours de l'époque précédente, la catégorie du prolétariat était centrée sur (et parfois effectivement subsumée sous) la *classe ouvrière* dont la figure emblématique était l'ouvrier d'usine. On accordait souvent à cette classe ouvrière industrielle un rôle prééminent par rapport à d'autres figures du monde du travail (telle que le travail paysan ou le travail artisanal), à la fois dans les analyses économiques et dans les mouvements politiques. Aujourd'hui, cette classe ouvrière a presque disparu de l'horizon; elle n'a pas cessé d'exister, mais elle a été délogée de sa position privilégiée dans l'économie capitaliste et de sa position hégémonique dans la composition de la classe prolétarienne⁵². Le prolétariat n'est plus ce qu'il était, mais cela ne signifie pas qu'il se soit évanoui. Cela signifie plutôt que nous sommes confrontés, une fois encore, à la tâche analytique de comprendre la composition nouvelle du prolétariat en tant que classe (Hardt et Negri, 2000 :83).

⁵² Dans un texte subséquent, Negri (2018) affirme également que l'ouvrier d'usine ne peut plus occuper une place centrale dans la lutte contre le capitalisme, puisqu'il est devenu tellement vulnérable face aux menaces de délocalisation qu'il ne peut plus s'impliquer dans des luttes offensives, mais doit se cantonner à des luttes défensives.

Ils identifient par la suite la multitude (terme qui remplace celui de travailleur socialisant utilisé par Negri précédemment⁵³) comme étant la figure remplaçant l'ouvrier d'usine au centre de la composition de classe du prolétariat. La principale fonction productive de la multitude résiderait en sa capacité à utiliser ses habiletés communicationnelles et cognitives afin de produire des réseaux facilitant le processus de production (ce qui est nommé travail immatériel et sera défini dans la section subséquente). De plus, les habiletés productives de la multitude ne seraient plus simplement, ni même majoritairement, le résultat d'une formation ou d'une occupation formelle, mais seraient de plus en plus acquises à travers des expériences de vie n'étant pas directement liées au monde du travail (Bowring, 2004). Comme l'expliquait Gorz, le travail, qui était jusqu'il y a peu l'activité emblématique du capitalisme, a perdu sa primauté, en ce qui a trait aux concepts d'exploitation et de résistance, puisque c'est maintenant ce qui se passe au-delà du travail qui devient central⁵⁴ (Mason, 2015). Ce changement fait en sorte que la relation entretenue par la multitude avec la structure du capital est non pas dialectique, comme c'était le cas pour le prolétariat, mais en est une de séparation (Negri, 2013). Plus précisément, cela signifie que la classe productive n'a plus besoin d'être mise en relation avec le capital afin de créer de la valeur, puisqu'elle est en mesure de la faire de façon indépendante. Argument qui sera expliqué de façon détaillée subséquemment.

Historiquement, le concept de multitude a été proposé à la fois par Hobbes et Spinoza, mais l'utilisation que ces deux auteurs ont faite de ce concept diverge grandement (Trott, 2007). À la base, Hobbes et Spinoza se rejoignent pour affirmer que la multitude et le peuple consistent en deux concepts fondamentalement opposés. En effet, alors que le peuple se caractérise par sa propension à tendre vers l'identité et l'homogénéité interne grâce à l'imposition d'une figure transcendante (habituellement la nation) excluant ce qui lui est externe, les frontières de la multitude sont indéfinies et ouvertes, et transcendent toutes les distinctions ayant trait à la race, la culture et le genre (Hardt et Negri, 2004;

⁵³ Selon Negri (2013), la distinction entre ces deux termes somme toute très similaires devenait nécessaire du fait de l'importance prise par le phénomène de la mondialisation, puisque le travailleur socialisant visait à décrire un sujet étant encore soumis aux limites des États-nations, alors que la multitude, au contraire, permet de décrire le sujet évoluant dans l'environnement contemporain, dans lequel les frontières entre les États tendent à n'avoir pratiquement aucune importance.

⁵⁴ Thème qui sera abordé en profondeur dans la section intitulée "Usine sociale et labeur gratuit".

Fuchs et Zimmermann, 2009). Hobbes et Spinoza s'accordent aussi tous deux pour affirmer que la différence entre ces deux termes provient également du fait que l'action et l'expérience communes du peuple vont mener à l'amointrissement si ce n'est la disparition des traits individuels, alors que les actions et les expériences collectives de la multitude vont mener à une forme d'individuation radicale et permettre de raffiner chacune des singularités⁵⁵ formant la multitude (Virno, 2004). Les similitudes entre ces deux auteurs s'arrêtent toutefois là, puisque pour Hobbes, la multitude consiste en l'état de guerre de tous contre tous, qui ne peut être dépassé que lorsque la multitude est unie en peuple sous le pouvoir d'un souverain (le Léviathan). Spinoza, quant à lui, affirme que la multitude est une multiplicité incommensurable qui ne peut être réduite en une entité homogène par une force transcendante, mais qui a tout de même une forme d'ordre immanente à sa propre activité (Trott, 2007)⁵⁶. Sans surprise, c'est la version de la multitude de Spinoza que les autonomistes adoptent, et ils vont enrichir et adapter ce concept pour affirmer que la multitude est un sujet social actif composé d'éléments disparates et différents dont la constitution et les actions ne sont pas basées sur l'identité, l'unité ou l'indifférence, mais par leur relation antagoniste envers le capital (Virno, 2004). Il est important de mentionner qu'il existe également des distinctions entre la multitude et un autre terme classique de la philosophie politique, la masse, puisqu'à la différence de cette dernière, qui est un ensemble de personnes à la fois indifférenciées et indifférentes, formant un groupe uniforme et indistinct, la multitude implique le maintien de la différence sociale des composantes la formant ainsi qu'une solidarité entre ces composantes (Hardt et Negri 2004). La multitude est donc une formation sociale et culturelle hybride dans le sens qu'elle est composée de subjectivités multiples et différentes, vivant dans des contextes sociaux et culturels différents (Cremin et Roberts, 2011).

Comme mentionné précédemment, le concept même de multitude stipule une indétermination quant à la frontière permettant de délimiter l'inclusion et l'exclusion. Cela

⁵⁵ Le terme singularité est utilisé ici afin de décrire des individus étant multiples au niveau identitaire interne, mais ne pouvant se définir réellement que de manière externe, c'est-à-dire par leurs relations avec les autres (Hardt et Negri, 2012).

⁵⁶ Il faut toutefois noter que Karatani (2014) conteste l'interprétation qui est faite par les autonomistes du concept de la multitude chez Spinoza.

conduit les autonomistes à postuler que le seul réel critère d'inclusion est l'implication dans des activités de production et reproduction sociales accomplies sous le règne du capital, couplée à un désir (conscient ou inconscient) de s'extirper de ces relations sociales et de productions capitalistes (Hardt et Negri, 2004). Succinctement, Hardt et Negri affirment que: *"it is possible to conceive the multitude as all those who labour and produce under the rule of capital and thus potentially as the class of those who refuse the rule of capital"* (Hardt et Negri, 2004: 106). Le fait que la multitude ne profite pas directement du système capitaliste, puisque ses interactions avec le capital ne font que l'appauvrir, permet de la définir comme étant une classe, dans le sens marxiste du terme. Ce qui veut dire qu'elle entretient une relation conflictuelle avec une autre classe, car comme le mentionne Dahrendorf (1959), la notion marxiste de classe stipule que les individus ne forment une classe que dans la mesure où ils sont engagés dans une lutte commune contre une autre classe. Dans ce cas précis, cela indique que la multitude a une relation conflictuelle avec la classe dominante capitaliste (que Hardt et Negri nomment empire) (Dardot, 2007).

L'utilisation que font les autonomistes du concept de multitude est passablement floue, en grande partie parce qu'ils lui assignent une temporalité double. En effet, le concept de multitude vise à la fois à décrire la force créative et productive de l'économie actuelle, ainsi qu'à proposer un projet politique qui reste à réaliser et dont la réalisation ne doit pas être tenue pour acquise. Comme l'explique Trott: *"the term is intended to give a name to that which is already said to be taking place, "grasping the existing social and political tendency", whilst the act of naming itself is said to fulfil "a primary task of political theory", providing "a powerful tool for further developing the political form"* (Trott, 2007: 212). Le terme de multitude revêt donc deux acceptations fondamentales. Premièrement, il possède une acceptation à proprement parler ontologique, cherchant à désigner un nouvel être social existant déjà. Tandis que la deuxième acceptation est d'ordre politique, et vise à décrire quelque chose qui est à venir, car la multitude est un sujet social qui peut devenir un sujet politique (Dardot, 2007). D'ailleurs, selon Virno (2004), c'est précisément l'unification de ce potentiel et de cet état actuel qui est le trait

le plus caractérisant de la multitude, puisque la multitude se définirait moins par rapport à ce qu'elle produit effectivement, que par sa virtualité. Ce projet politique potentiel de la multitude est, en quelque sorte, une inversion du projet de Hobbes, puisque au contraire de ce dernier, qui tentait de lier des entités distinctes en un tout cohérent, le projet de la multitude cherche plutôt à fragmenter un tout cohérent en des entités distinctes, tout en gardant une cohésion entre ces parties (Hardt et Negri 2004). La multitude remet donc en question l'un des postulats majeurs de philosophie politique, qui affirme qu'un corps social n'ayant pas d'unité se doit d'être gouverné, puisque bien que la multitude soit composée d'éléments multiples et uniques, elle pourrait tout de même agir en commun et s'auto-diriger, ce qui revient à dire que la multitude permet d'effacer la distinction existant entre le Un et les plusieurs ("*the one and the many*") (Galloway et Thacker, 2007). L'estompement de cette distinction serait rendu possible par le fait que le Un de la multitude n'est pas un Un transcendantal cherchant à homogénéiser chacune des composantes, mais est plutôt un Un immanent rendu possible grâce à la distribution des décisions et des actions (Galloway et Thacker 2007). Cette redéfinition du Un ferait en sorte que le couple contradictoire identité-différence est remplacé par le couple complémentaire communauté-singularité, valorisant à la fois la différence des singularités tout en permettant l'action commune (Fuchs et Zimmermann, 2009). Le Un de la multitude n'est pas une promesse vers laquelle on converge, comme l'État l'était (et l'est encore toujours) pour le peuple, mais est plutôt une prémisse, en tant que condition de l'action commune (Virno, 2004). Plus spécifiquement, selon les autonomistes, le Un unifiant la multitude est ce qu'ils appellent le commun, terme qui sera défini plus en détail subséquemment. Le défi majeur que pose cette forme d'organisation est relatif à la question d'organiser l'action commune tout en conservant les distinctions et les différences entre ses différentes composantes (Negri, 2006). Ce défi est d'autant plus imposant que la multitude rejette toute forme de représentation, puisque celle-ci à un effet aliénant et disciplinaire de par les hiérarchies qu'elle établit (Shapiro, 2004). Ce qui ne veut toutefois pas dire que la multitude rejette toute forme d'organisation et d'institution et se complait dans un individualisme radical, mais plutôt qu'elle se doit d'inventer de nouvelles formes organisationnelles qui permettront d'éviter les écueils sur lesquels sont venues s'échouer les organisations et institutions traditionnelles, soit la hiérarchie et la centralisation. (Hardt

et Negri, 2017). Pour ce faire, Hardt et Negri proposent que contrairement aux leaders traditionnels, qui s'occupaient des considérations stratégiques et ne laissaient à leurs disciples ("*followers*") que les décisions tactiques, les leaders de la multitude (postes qu'ils n'occupent que de manière temporaire) doivent inverser l'assignation de ces deux responsabilités (Hardt et Negri, 2017). Dans certains de leurs textes les plus récents, Hardt et Negri (2012; 2017) proposent les différents mouvements d'occupation ("*Occupy*") ayant surgis au cours de l'année 2010, comme des exemples d'organisation de la multitude, puisque ces mouvements se caractérisent par leurs rejets de la représentation, l'absence de figures, et même de structures, de leadership traditionnel, ainsi que par leurs luttes pour le commun.

L'utilisation du terme multitude est probablement l'un des aspects les plus décriés de la théorie autonomiste, puisque plusieurs affirment que ce terme est mal défini et tend à porter à confusion⁵⁷ (Dardot, Laval et Mouhoud, 2007; Harvey, 2014; Zizek, 2009). Prenons l'exemple de Brown qui, en se référant spécifiquement au livre *Empire* de Hardt et Negri, affirme que: "*Since the stated task of Empire is to develop an account and corresponding concepts fit for the explication of the relationship between the intersecting forces of globalisation and corresponding sets of forces, which are subsumed by or resist these 'enormous powers of oppression and destruction' (p. xv), this choice of an imprecise and somewhat quaint sounding term is all the more confusing*" (Brown, 2004: 469). Critique sensiblement reprise par Robinson (2015), qui affirme que l'utilisation d'un terme aussi vague a pour effet de rendre inutile toute analyse en termes de classe, car il devient pratiquement impossible de définir clairement qui fait partie de la multitude et qui fait partie de la classe capitaliste. Jappe et Kurz (2003) de leur côté ne voient aucun avantage dans l'utilisation de ce terme, et affirment que ce concept n'est qu'une ruse sémantique. La multitude ne serait qu'un autre nom donné au "bon vieux prolétariat", si ce n'est que ce

⁵⁷ Il est important de noter que l'utilisation de termes et concepts flous est en quelque sorte une caractéristique centrale de la théorie autonomiste. Wright (2002) affirme d'ailleurs que la lacune majeure de cette théorie est l'utilisation de catégories cherchant à tout expliquer, mais qui finissent par de plus clarifier quoi que ce soit. On peut également citer à cet effet l'exemple du concept de travail immatériel (voir section suivante), qui a été décrié par plusieurs auteurs (Rabinow et Rose, 2006; Caffentzis, 2010; Grattan, 2011) pour sa propension à homogénéiser dans une telle mesure tous les types de production post-industrielle, que le concept en soit n'a plus aucun pouvoir explicatif.

prolétariat n'est plus simplement identifié aux ouvriers d'usine. Ils affirment également que le concept de multitude est intrinsèquement vicié, puisqu'il sous-tend qu'un corps social puisse se mouvoir et se reproduire sans médiation, ce qu'ils considèrent sociologiquement et historiquement absurde, car toute collectivité a besoin d'institutions communes (Martin et Ouellet, 2014). Quant à lui, le penseur postcolonial Samir Amin (2014) développe une critique encore plus virulente de ce concept, car il affirme que l'utilisation d'un terme aussi vague est trompeuse, puisqu'elle masque la prolétarisation générale du monde contemporain. La critique du concept de multitude se retrouve également au sein même du mouvement autonomiste. Par exemple, Dyer-Whiteford (2015) affirme que Hardt et Negri ne parviennent pas à donner une explication cohérente concernant la possibilité que des singularités aussi diverses en viennent à agir et à résister communément, ni ne mettent de l'avant les difficultés et conflits que pourraient créer cette action commune. Selon Holloway (2005), l'assignation d'une nature strictement positive à la multitude est une fiction qui empêche d'explorer la nature interne de la relation entre le capital et les travailleurs, et le terme multitude en soi efface toute trace de la relation de dépendance du capital envers les travailleurs (dépendance qui serait encore prépondérante dans l'économie actuelle).

Au contraire de ces critiques, Shapiro (2004) voit plutôt cette indétermination comme étant non pas un défaut, mais un avantage. Son interprétation positive de la notion de multitude se base sur la théorie de Georges Sorel, qui repose sur les concepts de mythe et d'utopie. Selon Sorel (1908), l'utopie consiste en un produit intellectuel dépeignant une institution imaginaire ayant des ressemblances suffisamment fortes avec certaines institutions réelles, qu'il devient possible de raisonner clairement et rationnellement à propos d'elle. Cette surdétermination de l'utopie ferait en sorte qu'elle tend à être réactionnaire, car en offrant un guide vers une société parfaite, elle fait souvent dériver les actions des forces populaires vers des desseins autoritaires et technocratiques⁵⁸. En ce

⁵⁸ Ce rejet de la notion d'utopie par Sorel n'est aucunement surprenant considérant qu'il se réclamait du courant marxiste. Rappelons que Marx a passé une grande partie de sa vie à pourfendre ceux qu'il appelait les socialistes utopiques, les plus connus d'entre eux étant Proudhon, Owen et Fourier. Il considérait que leurs théories étaient empreintes d'un humanisme naïf qui obnubilait totalement les questions de la révolution et des classes, tout en laissant croire que le dépassement du capitaliste pourrait se faire grâce à la création.

qui concerne le mythe, Sorel stipule qu'il est une construction permettant: "aux mouvements sociaux [de] se représente[er] leur action prochaine sous forme d'images de batailles assurant le triomphe de leur cause" (Sorel, 1908: 19-20). Le but du mythe étant de donner à la classe dominée une détermination d'agir, tout en laissant les possibilités ouvertes quant aux résultats de leurs actions. Sorel affirme que ces mythes sont primordiaux pour la réalisation de transformations sociales positives, car l'homme est d'abord et avant tout un être affectif, ce qui le rend beaucoup plus susceptible d'être porté à l'action par des images sensibles que par des arguments purement rationnels (Honneth, 2000). En bref, on peut différencier l'utopie du mythe par le fait que la première tente d'imposer sur la réalité un ou des idéaux, tandis que le mythe, au contraire, permet d'accentuer des tendances étant déjà inscrites dans l'histoire humaine. Selon Shapiro (2004), le terme de multitude doit être considéré dans la même veine que celui du mythe de la grève générale mis de l'avant par Sorel, car tout comme ce dernier, son indétermination au niveau politique permet d'éviter qu'il n'en vienne à acquérir les caractéristiques d'une utopie. En proposant le mythe de la multitude en des termes suffisamment ambigus, Hardt et Negri ne chercheraient donc pas à promouvoir un programme clair permettant l'érection d'une société utopique, mais tenteraient plutôt: *"to inspire the faith and resolve required to for a struggle against the overwhelming forces of capitalist sovereignty"* (Shapiro, 2004: 308). Ces tâches visant à tisser et mobiliser un nouveau sujet collectif seraient primordiales dans le contexte actuel, considérant la décrépitude du prolétariat ainsi que la fragmentation des différents groupes révolutionnaires (Williams et Srnicek, 2015). De plus, ce mythe révolutionnaire serait d'autant plus important, d'un point de vue critique, que les événements récents et les études sur la culture organisationnelle ont démontré que, contrairement à ce que Sorel affirmait, les mythes peuvent également être répressifs (c'est d'ailleurs cette forme de mythe qui serait dominante présentement), puisqu'ils peuvent tirer leur origine de la classe dominante et permettre de camoufler les aspects négatifs du système capitaliste et du monde organisationnel sous une fausse rhétorique d'émancipation. Dans ce cas, ils

par des mouvements citoyens, de multiples communautés socialistes à petite échelle (ce que Marx nommait les petites lcaries) (Schmidt, 2014).

contribuent au maintien de ce système et des inégalités en découlant (Jackson et Carter, 2014).

En tenant compte de l'importance que ce type d'arguments passablement vagues et imprécis prend dans la théorie autonomiste, Graeber (2008) affirme que les autonomistes sont, en règle générale, non pas des théoriciens sociaux ("*social theorist*"), mais des prophètes, puisqu'ils ne cherchent pas principalement à comprendre et à décrire de manière claire et analytique la réalité sociale contemporaine, mais plutôt à déceler dans la situation présente, des tendances pouvant servir de piliers pour la fondation d'une nouvelle forme de société, et à encourager les individus à se lancer dans cette avenue.

2.4 Travail immatériel

[Selon Lewis Mumford], "*the production of words introduced the first real economy of abundance*". *For as long as words were little more than the building blocks of prose, Mumford's observation was of limited relevance. When signs become components in software machines, and start to intervene directly in economic reality, his remark carries a lot more weight.* (Söderberg, 2008: 147).

Selon Hardt et Negri, l'avènement de la multitude repose sur l'argument que dans toute époque, un type de travail devient hégémonique, et que le type de travail assumant actuellement ce rôle est le travail immatériel. Avant de continuer, il semble nécessaire de faire une précision quant au terme immatériel en soi, puisque celui-ci crée une certaine confusion chez plusieurs lecteurs et chercheurs. Comme le mentionne Fuchs (2014a), le terme de travail immatériel tend à donner l'impression que ce travail est séparé de toute notion de matérialité, alors qu'au contraire, bien que le principal résultat de cet objet sera de nature immatérielle, l'atteinte de ce résultat demandera dans la très grande majorité des cas la manipulation d'objets matériels et nécessitera la présence d'un support matériel. De plus, il faut également spécifier que l'hégémonie du travail immatériel ne s'explique pas simplement (ni même nécessairement) en terme quantitatif, c'est-à-dire par le nombre de personnes effectuant formellement ce type d'emploi, mais découle plutôt de son importance qualitative, dans la mesure où ce type de travail impose "sa marque" sur les autres types de travail et sur la société elle-même. De même que lors de la phase d'hégémonie du travail industriel, la ferme s'est progressivement transformée vers une

agriculture à grande échelle que l'on pourrait qualifier de fordiste, présentement, l'agriculture tend à s'informationnaliser, à être de plus en plus dépendante de l'utilisation d'informations et de connaissances (Hardt et Negri, 2000). On peut observer la même tendance en ce qui a trait au travail industriel, puisque le passage du fordisme au toyotisme dans plusieurs industries démontre une dépendance accrue à l'égard de l'information et de la communication dans le processus de production. La position hégémonique du travail immatériel serait également discernable par le fait que dans l'économie contemporaine, en termes de création de valeur, les activités manufacturières et industrielles n'ont qu'un faible impact, tandis que les activités immatérielles (design, marketing, R&D) sont celles qui en créent le plus (Tsogas, 2012). Il faut donc comprendre que la position hégémonique du travail immatériel ne signifie pas que ce type de travail a remplacé tous les autres, mais plutôt que tous les autres types de travail vont tendre à adopter les qualités principales de celui-ci. Le mot tendre n'est pas utilisé ici légèrement, puisqu'il faut tenir compte que l'hégémonie du travail immatériel est tendancielle, et n'est pas totalement accomplie. On peut ici faire un parallèle avec l'œuvre de Marx, qui tout comme celle des autonomistes, décrivait le type de travail hégémonique de son époque, le travail industriel, bien que numériquement il y avait encore plus d'artisans et d'agriculteurs que de prolétaires (Hardt et Negri, 2004). Cette démarche méthodologique est nommée par Negri la méthode de la tendance ("*the method of the tendency*") et consiste précisément en l'identification de tendances ou de transformations qui peuvent sembler mineures à première vue, mais qui ont le potentiel d'altérer et de reconfigurer fondamentalement l'ordre social (Murphy, 2012). Les tendances ainsi identifiées ne sont d'aucunes façons inévitables, mais doivent être considérées comme un schéma général permettant de spéculer sur l'organisation future de la classe laborieuse, lui donnant ainsi un avantage performatif et analytique dans sa lutte contre le capital (Murphy, 2012). Selon Trott (2007), l'incompréhension de l'aspect tendanciel de la théorie du travail immatériel de Hardt et Negri fait en sorte que nombre des critiques qui leur sont adressées tentent de réfuter des arguments que ces deux auteurs ne soutiennent pas. On peut donner ici l'exemple des travaux de Hemwood (2003) et de Thompson (2005), qui prétendent réfuter (dans le sens poppérien du terme) l'argument de l'hégémonie du travail immatériel en démontrant que la classe des travailleurs industriels n'est pas en train de se réduire en termes d'effectif, et que seule

une infime minorité de travailleurs effectue un travail immatériel de façon formelle et professionnelle. Réfutation sans objet, puisque Hardt et Negri eux-mêmes sont en accord avec une telle affirmation (Hardt, 2010), et qu'elle néglige également qu'une grande partie de ce travail immatériel se réalise hors de la relation salariale. Il faut également prendre en compte que cette transformation survient principalement, si ce n'est exclusivement, au sein des pays occidentaux. En effet, selon les autonomistes, la thèse de Luxembourg selon laquelle le capitalisme doit maintenir certaines zones de la planète dans des économies non-capitalistes ou pré-capitalistes afin de survivre, reste toujours pertinente. Toutefois les autonomistes affirment qu'il faut l'amender pour y inclure également la mention qu'il est nécessaire pour la survie du capitalisme que certains pays et régions se maintiennent dans des états de capitalisme industriel (Huws, 2014; Marazzi, 2011b; Mouhoud, 2003). Selon les autonomistes, l'avènement du biocapitalisme n'a donc été rendu possible que puisqu'il existe une division globale et internationale du travail faisant en sorte qu'une partie considérable de la population terrestre se voit encore obligée de subir une exploitation industrielle intense, et parfois même des conditions de vie relevant plus de l'esclavagisme que du salariat (de Angelis, 2007; Fuchs, 2014a;2018c; Fumagalli, 2010; Moulner-Boutang, 2010; Sandoval, 2015; Scholz, 2013). Ce qui se révèle être pour Fuchs (2018c), une forme de racisme structurel. Autre élément à noter, le terme immatériel ne doit pas laisser croire que ce type de travail est exempt de tout impact écologique et environnemental, car ceux-ci restent, somme toute, énormes. En effet, comme le mentionne Sandoval (2015), la seule demande énergétique des applications relevant du "*cloud computing*" est de 684 milliards de kWh annuellement, ce qui est supérieur à la consommation de plusieurs pays développés tels l'Allemagne et le Canada. Sans compter que le processus de confection des différents produits électroniques rendant possible le travail immatériel a également des impacts écologiques et environnementaux importants, et ce tout au long de la chaîne de fabrication, soit de l'extraction des minerais nécessaires à leur fabrication, jusqu'à la contamination des eaux et des sols qu'entraînent leur recyclage et élimination.

A l'origine, le terme de travail immatériel fut proposé par Lazzarato, qui lui donna une nature duale :

"On the one hand, as regards the 'informational content' of the commodity, it refers directly to the changes taking place in workers' labour processes in big companies in the industrial and tertiary sectors where the skill involved in direct labour are increasingly skills involving cybernetics and computer control ... On the other hand, as regards the activity that produces the 'cultural content' of the commodity, immaterial labour involves a series of activities not normally recognized as 'work' in other words, the kinds of activities involved in defining and fixing cultural and artistic standards, fashions, tastes, consumer norms, and, more strategically, public opinion" (Lazzarato, 1996: 133).

Toutefois, par la suite, Hardt et Négri (2000) enrichissent cette définition, et affirmèrent que le travail immatériel a une triple nature, soit le travail informationnalisé, le travail symbolique et le travail affectif. Ces types ne sont pas mutuellement exclusifs, la multitude en combinant plusieurs dans l'exécution de ses tâches (Tsogas, 2012).

Le travail informationnalisé

Le travail informationnalisé est celui dont la teneur en immatériarité est la plus faible et celui qui se distingue le moins du travail industriel ou agricole. Il correspond aux activités de productions industrielles ou agricoles ayant été informationnalisées, c'est-à-dire qu'elles ont incorporé des éléments des technologies de l'information qui font en sorte que le processus de production en soi est transformé (Hardt et Negri, 2000). Puisque dans le travail immatériel, l'ancienne dichotomie entre le travail manuel et le travail intellectuel, entre l'exécution et la conception, ne tient pratiquement plus, même le travail à proprement dit manuel implique des procédures pouvant être définies comme étant de nature intellectuelle, et requiert des subjectivités étant riche en connaissances (Lazzarato, 1996). Les employés d'une chaîne de montage automobile ayant été organisée sous les principes du toyotisme sont un exemple de ce type de travail, puisque les nombreuses mesures apportées (cercle de qualité, Jidoka) forcent les employés à se servir sans cesse davantage de leurs capacités cognitives, et ne sont donc plus les "gorilles entraînés" de l'époque de Taylor (Lazzarato, 1996).

Le travail symbolique

Le travail symbolique décrit les activités de nature intellectuelle et communicationnelle qui permettent de donner le contenu à la fois informationnel et culturel à un bien ou service (Lazzarato, 1996). Ce type de travail permet de produire des idées, des symboles, des codes, des textes, des images et tout autre type de produits immatériels similaires. Hardt et Negri (2000) affirment que si l'industrialisation était le paradigme économique de la modernité, alors l'informatisation est celui de la post-modernité⁵⁹, puisque l'accumulation, la création et la circulation des connaissances et de l'information dominent les relations économiques et sociales. L'importance que prend cette dimension du travail immatériel s'explique en grande partie par l'avènement de l'ordinateur, qui est une technologie permettant d'abstraire le travail à un niveau n'ayant aucune mesure avec ce qui était possible auparavant. Par abstraction, les autonomistes veulent décrire le fait qu'en changeant très faiblement les modalités d'exécution d'une tâche sur l'ordinateur, le produit final peut varier grandement⁶⁰ (Hardt et Negri, 2000). Mouhoud explique que: "*L'ordinateur, grâce à ses capacités de flexibilité, est l'outil central par l'intermédiaire duquel toutes les activités peuvent passer et par lequel le travail tend donc vers la position d'un travail abstrait, c'est-à-dire d'un travail résultant de l'égalisation de l'ensemble des travaux concrets*" (Mouhoud, 2007: 205). L'étude menée par Sennet (1998) au sein d'une boulangerie moderne donne un exemple frappant de cette continuelle abstraction. Bien que les employés travaillant au sein de celle-ci ont pour tâche de fabriquer du pain, aucune des activités concrètes qu'ils réalisent ne ressemble à ce que la fabrication traditionnelle du pain demande (ils ne touchaient en fait jamais à la pâte), mais consistent en la seule manipulation d'icônes sur un écran d'ordinateur. Cette abstraction du travail a pour effet

⁵⁹ Le terme n'est pas ici utilisé dans le sens du mouvement philosophique portant ce nom, rejetant toute forme de métanarration de l'histoire, mais bien pour montrer une rupture avec les idéaux de la modernité (Negri, 2008).

⁶⁰ La définition que donnent les autonomistes au terme travail abstrait diverge donc de celle donnée par Marx. Rappelons que selon Marx, le travail dans le système capitaliste a un caractère double. Tout d'abord, on retrouve le travail concret, qui correspond aux tâches effectués afin de produire une quelconque valeur d'usage. Le travail concret est de nature qualitative, car il existe une incommensurabilité entre les différentes formes existantes de travail concret. Tout le contraire pour ce qui est du travail abstrait, car celui-ci permet justement de quantifier la valeur d'un bien en la ramenant à une abstraction, soit le temps de travail moyen socialement nécessaire à sa production. En bref, le travail concret est ce qui crée la valeur d'usage d'un bien, tandis que le travail abstrait est ce qui crée sa valeur d'usage.

de rendre pratiquement indissociables les processus de créations et de manipulations de symboles (soit l'élément culturel de la société), et la production et la distribution des biens et services. En termes marxistes, cela revient à affirmer que la distinction entre structure et superstructure ne tient plus, mais que ces structures se fondent plutôt en une entité inséparable, puisque la production d'information et de culture, qui était historiquement la tâche de la superstructure, crée dans le biocapitalisme, la réalité économique (Lazzarato, 2014; 2015).

Travail affectif

Finalement, le dernier type de travail immatériel, le travail affectif, est défini comme étant celui qui produit ou manipule des affects, tel le sentiment de bien-être, la satisfaction, l'excitation ou la passion (Hardt et Negri, 2000). L'ajout de cet aspect au travail immatériel permet de différencier cette théorie des diverses théories économiques, managériales et sociologiques que l'on peut regrouper sous le terme de travail informationnel. Le travail immatériel étant, selon les autonomistes, non pas simplement limité aux notions d'intellect général et de connaissances, mais comprend également les affects communs (Dardot, 2007). Les autonomistes donne au terme "affect" le même sens que lui donnaient Spinoza et Deleuze, c'est-à-dire la capacité qu'à un corps à en affecter un autre, et qui constitue le ciment faisant tenir les relations sociales (Arvidsson, 2011a). Le travail affectif nécessite un contact humain pouvant être réel ou virtuel, puisque sa raison d'être consiste en la création de réseaux sociaux et de communautés. Ce qui en fait, selon Hardt (1999), l'aspect le plus important du travail immatériel, puisque ces communautés et réseaux sont des conditions *sine qua non* à la création de la valeur dans le biocapitalisme⁶¹ (Macmillan, 2011). À ce sujet, on peut se servir de l'exemple du capital de marque, qui comme nous l'avons vu précédemment, nécessite qu'une communauté de consommateurs/prosommateurs se fédère autour de celle-ci, engendrant ainsi la modulation et la circulation du sens de cette marque, ce qui ne devient possible que grâce au travail affectif (Carah, 2014). De plus, l'aspect affectif du travail immatériel permettrait également d'expliquer en partie sa position hégémonique actuelle, puisqu'il crée l'intense

⁶¹ Cet argument sera étudié plus en détail dans la partie intitulée *La valeur*.

plaisir qu'en retirent ceux qui l'effectuent, ce qui contribue à sa diffusion dans tous les pores de la société (Coté et Pybus, 2007). Afin de mettre en évidence l'importance du travail affectif dans le biocapitalisme, Hardt et Negri (1999) affirment que le Smith de la *Théorie des sentiments moraux* est devenu plus pertinent que celui de la *Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations*, de même que le jeune Marx par rapport au Marx du *Capital*.

Il est important de noter que la notion de travail affectif a un double sens dans la pensée autonomiste, puisqu'elle fait à la fois référence à la "mise au travail" des affects, des émotions, des sentiments et des relations sociales dans l'économie contemporaine (avec toutes les conséquences aliénantes que cela implique), ainsi qu'aux capacités coopératives immanentes et au potentiel d'émancipation rendus possibles par cette mise au travail des affects (Gill et Pratt, 2008). Hardt explique cette double dimension du travail affectif en écrivant que: "*On the one hand, affective labor, the production and reproduction of life, has become firmly embedded as a necessary foundation for capitalist accumulation and patriarchal order. On the other hand, however, the production of affects, subjectivities and forms of life present an enormous potential for autonomous circuits of valorisation, and perhaps liberation*" (Hardt, 1999: 100). Il est important de mentionner que les autonomistes ne soutiennent pas que le travail affectif est une spécificité du biocapitalisme. En effet, historiquement, cette forme de travail a toujours existé, mais ce travail affectif était principalement effectué dans la sphère de la reproduction, ainsi que dans une infime frange du secteur des services (Bolton, 2010; Forunati, 2007). La nouveauté concernant le travail affectif qu'introduit le biocapitalisme est que celui-ci cesse d'être invisible et périphérique. Il se généralise dans de nombreux secteurs industriels, tout en devenant directement productif (Hardt et Negri, 1999). Ce qui a pour impact que contrairement au management traditionnel, qui tentait d'éliminer le plus possible toute trace d'émotions et d'affects⁶², les organisations contemporaines tentent au

⁶² Rappelons que Weber affirmait que les organisations modernes (les bureaucraties en étant l'idéal type) devaient tenter de bannir toutes formes d'affects et d'émotions, puisque celles-ci pouvaient distordre l'action rationnelle en finalité, action qu'il croyait supérieure aux autres (Hardt et Negri, 2017).

contraire de les valoriser et de les tourner en ressources symboliques et matérielles (Gabriel et al., 2015). Comme le souligne Bolton (2010), alors qu'autrefois les usines à sourires ("*smile factories*") étaient perçues comme des exemples extrêmes, voire ridicules, de l'utilisation des émotions à des fins corporatives, elles sont maintenant devenues le modèle normatif d'un nombre important d'organisations, si ce n'est le modèle normatif dominant. On peut citer, à ce sujet, l'anecdote relatée par Frayne (2015) concernant une offre d'emploi pour un poste de remplisseur d'étagères ("*shelf-filler*") qui stipulait que les candidats devaient posséder de fortes compétences interpersonnelles et de la passion pour leur travail... Cette anecdote de Frayne démontre clairement que la tendance wébérienne d'un "désenchantement du monde" est maintenant inversée, puisque le manager contemporain tente d'orchestrer et de stimuler les émotions et les fantaisies au sein même de ces organisations qui étaient autrefois si froides et si rationnelles. Bien que l'introduction des émotions et des affects dans le monde du travail comporte des éléments positifs, cela entraîne également une nouvelle forme d'aliénation, puisque ce n'est plus simplement le corps que les employeurs tentent de dresser et de standardiser, mais également le cœur (Frayne, 2015). En effet, Berardi (2009) explique que bien que l'usage des émotions et de la communication dans le travail peut se révéler être enrichissant pour les travailleurs, cela consiste également en un appauvrissement (généralement plus important que l'enrichissement), puisque les émotions et la communication perdent leur caractère spontané, plaisant, voire érotique, et ne deviennent qu'une triste fiction subordonnée aux impératifs de l'économie de marché.

En se basant sur cette triple définition du travail immatériel, on en vient au constat d'un changement considérable relativement aux activités pouvant être regroupées sous l'épithète de travail, par rapport à celles que l'on retrouvait à l'époque industrielle. En effet, cette définition permet d'affirmer que toute activité productrice de cultures, d'émotions, de connaissances et/ou de relations sociales peut être identifiée comme du travail (Hardt et Negri, 2000). Puisque ces activités sont pratiquement réalisées par tous, les autonomistes en arrivent à la proposition que le travail immatériel n'est pas réservé à une élite intellectuelle ou technique, mais est pratiqué à des degrés d'intensité divers par toute

personne vivant sous le régime biocapitaliste (Terranova, 2004). Cette re-conceptualisation du travail productif permet même d'y inclure le travail du lumpenprolétariat, classe vivant en marge de la société et dont le travail a été traditionnellement considéré comme étant improductif par la théorie marxiste (Thoburn, 2003)⁶³. Dans le cadre d'une étude portant sur la prosomation, l'importance du concept de travail immatériel provient du fait qu'il permet de prendre une position claire dans les débats entre chercheurs concernant cette forme d'activité (Brown, 2012; Dujarier, 2014; Proffitt et al., 2015). En se basant sur la définition de travail immatériel proposée par les autonomistes, on peut effectivement affirmer qu'il est approprié de considérer la prosomation comme une forme de travail. Ce qui a des conséquences théoriques majeures, puisqu'il devient alors possible de mobiliser à propos de cette forme d'activité des concepts issus du monde du travail tels que ceux d'exploitation et d'aliénation.

2.5 Immanence

Developing the method of Marxian critique, it seems to me that the fundamental element that differentiates the current form of capitalism from earlier forms is the fact that social cooperation in production (which in other times was produced directly by capital) has achieved a degree of autonomy (Negri, 2017 : 24).

Philosophiquement, un élément central de la théorie autonomiste consiste en l'affirmation que l'histoire de la modernité en est une de conflits et d'antagonismes entre deux modes (Dardot, 2007). Le premier étant celui du plan de l'immanence, qui tire son origine de l'humanisme de la Renaissance, et cherche à affirmer et exalter les pouvoirs du monde terrestre. Ce plan de l'immanence postule que: "*la souveraineté qui revient à l'ensemble des citoyens ne peut jamais être aliénée par eux, mais seulement déléguée à un magistrat suprême*" (Dardot, 2007: 33). Le deuxième mode est une réaction à ce premier, et vise à limiter cet humanisme et à rétablir une forme d'ordre, que l'on pourrait qualifier de réactionnaire, grâce à l'affirmation d'un pouvoir politique transcendant. Selon Negri (2008b), bien qu'historiquement, c'est le mode transcendantal qui a dominé ce conflit, le développement de la multitude fait en sorte que l'on assiste à un renversement de cette tendance historique, puisque c'est le plan de l'immanence qui en vient à occuper la position

⁶³ On peut remarquer que le concept de travail immatériel souffre de la lacune typique des différents concepts autonomistes que nous avons identifiés précédemment. En effet, comme le souligne Frassinelli (2011), ce concept cherche à englober tellement de choses, qu'il en vient à difficilement définir quoi que ce soit clairement.

hégémonique. Bien que cet aspect de la théorie autonomiste puisse sembler n'être que d'ordre strictement philosophique, et donc n'avoir aucun intérêt dans le cadre de ce travail, cette affirmation est, au contraire, d'une importance primordiale afin de comprendre le phénomène de la prosommation. En effet, selon les autonomistes, le conflit entre ces deux modes se déroule également dans le domaine du travail, et permet de relever une différence importante entre le travail immatériel et le travail industriel. Différence qui a trait à la nature de la coopération sociale requise par l'un et l'autre. Cette distinction se base sur l'œuvre de Marx, car celle-ci permet de mettre de l'avant deux types de coopération sociale (Virno, 2004). La première est celle qui est nommée objective, qui se caractérise par une situation où chaque individu effectue des tâches différentes et spécifiques qui seront mises en relation les unes avec les autres par une force transcendant le processus de travail (tels le manager, l'ingénieur ou le contremaître). Ce type de coopération sociale était prépondérant dans le capitalisme industriel, puisque les technologies et les modèles de production fordistes faisaient en sorte qu'il était théoriquement possible pour les travailleurs d'effectuer leurs tâches sans avoir à s'adresser la moindre parole (Virno, 2004). Sous ce type de coopération sociale, seule la communication de type verticale est encouragée, c'est-à-dire une forme de communication formelle se limitant aux instances où les managers, qui incarnent le sujet rationnel et éclairé ("*enlightened*"), indiquent aux travailleurs les façons d'exécuter leur travail (Mumby, 2016). Le deuxième type de coopération sociale identifié par Marx est qualifié de subjective. Au contraire de la première, celle-ci se caractérise par le fait que la coopération sociale n'est pas imposée par une force transcendant le processus de travail, mais est immanente au processus même, puisqu'elle est l'œuvre de chacun des travailleurs y prenant part. Ce type de coopération sociale implique que l'une des fonctions principales du travail, si ce n'est la principale, consiste dans le développement, le raffinement et l'intensification des relations sociales (Virno, 2004).

Selon les autonomistes, avec l'arrivée du biocapitalisme, la coopération sociale objective cède de plus en plus le pas à la coopération sociale subjective. Ils expliquent ce passage en affirmant que les moyens de production permettant la réalisation du travail immatériel

ne peuvent être complètement séparés de la multitude et que cette production se réalise en grande partie en dehors du contrôle du capital (Dardot, 2007). Negri expliquant par ailleurs que: "L'activation productive de la force de travail n'aura donc pas besoin, pour se manifester, d'être mise en relation avec les moyens de production au moyen de sa propre vente et de son acquisition par le capitaliste. Ou, plus exactement, ce n'est pas seulement en ce cas qu'elle deviendra productive" (Negri, 2011: 36)". Un exemple concret de cette coopération immanente est celui des travailleurs autonomes de la connaissance ("*freelance knowledge workers*") qui ont, au cours des dernières années, développé de nouvelles formes d'auto-organisation, dans lesquelles les différentes tâches d'un projet sont réalisées par un assemblage temporaire de différents travailleurs autonomes (Arvidsson, 2014). L'immanence de la coopération sociale subjective a également pour effet que la communication entre travailleurs, qui sous le régime fordiste, était perçue comme une source de perturbation et de ralentissement de la production, est devenue directement productive (Marazzi, 2011a). La productivité du travailleur n'est donc plus simplement fonction de ses capacités techniques et professionnelles, mais va être définie en grande partie par la réalisation de certaines fonctions de type managériales, dont entre autres sa capacité d'activer et de gérer des coopérations productives ainsi que de coordonner le travail immatériel des autres travailleurs (Lazzarato, 1996). De par cette immanence, les autonomistes prônent, contre Habermas, que la distinction entre la communication et le travail ne fait pas de sens, car les conditions de production du capitalisme contemporain font en sorte que la communication est devenue directement productive économiquement, et que le travail immatériel, du fait de sa virtuosité (c'est-à-dire que c'est une activité qui n'a pas besoin d'être réifiée en un objet matériel, et qui nécessite, pour sa réalisation, la présence d'autres individus), en vient de plus en plus à ressembler à l'acte politique: la "*poiesis*" ayant absorbé plusieurs des caractéristiques de la "*praxis*" (Fuchs et Sevigani, 2013; Lund, 2014; Virno, 2004). Le travail immatériel parviendrait donc dans cette perspective à réconcilier deux visions *a priori* inconciliables, soit la vision marxienne/hégélienne qui considère que l'être humain ne parvient à s'accomplir et à devenir pleinement humain qu'à travers la réalisation d'un travail non-aliéné, et la vision arendtienne qui postule plutôt que c'est grâce au dialogue, à la communication et à la politique que cela s'effectue.

La notion d'immanence a une portée considérable dans le cadre d'une étude portant sur la prosommation, puisqu'elle permet de comprendre comment les consommateurs parviennent à réaliser des activités de façon entièrement autonome. En effet, ce passage d'une coopération objective à une coopération subjective signifie que la division et l'organisation des tâches ne sont plus effectuées au préalable mais dans le cadre même du processus de production (Arvidsson, 2009). Rigi donne un exemple concret de l'immanence de la coopération sociale subjective ayant cours dans la prosommation, en se servant de l'exemple de Linux, programme open source bien connu. "*Cooperation works as follows. There is no central division of tasks: each contributor chooses to work on problems of her own interest, and solutions are published and discussed on the community's mailing list*" (Rigi, 2013: 400). Cet exemple démontre clairement que les prosommateurs sont en mesure de se coordonner directement et mutuellement, sans avoir recours à une force externe et transcendante au processus de production.

2.6 Le commun

Il existe dans la science économique traditionnelle une certaine vision péjorative de tout ce qui relève des communs, qui sont vus comme étant une allocation sous-optimale des ressources. Les communs, rappelons-le, visaient originalement à décrire des terres en Angleterre qui appartenaient à l'Église, mais dans lesquelles les paysans étaient libres d'aller faire brouter leurs troupeaux, moyennant le respect de certaines règles et l'accomplissement de certains devoirs (Rushkoff, 2016). Cette vision négative découle en grande partie du très influent article d'Hardin (1968), intitulé *The Tragedy of the Commons*. Dans cet article, Hardin utilise un cadre d'analyse malthusien afin d'illustrer de quelle façon l'utilisation commune d'une ressource ne peut que conduire à sa destruction. Selon lui, des bergers utilisant pour leurs troupeaux une terre commune vont tous tenter de "maximiser leur propre utilité", ce qui provoquera une surutilisation du pâturage en question et finalement sa disparition : "*Each man is locked into a system that compels him*

to increase his herd without limit – in a world that is limited. Ruin is the destination toward which all men rush, each pursuing his own best interest in a society that believes in the freedom of the commons. Freedom in a commons brings ruin to all" (Hardin, 1968: 1244). Les autonomistes rejettent toutefois cette vision négative du commun (qu'ils écrivent au singulier, afin de démontrer que cette notion englobe davantage d'éléments que les communs antiques ayant été en grande partie détruits par le capitalisme⁶⁴). Selon eux, avec le développement du travail immatériel, survient le développement concomitant du commun, qui devient le locus de valeur centrale dans l'économie. Pour Hardt et Negri, le commun est au communisme ce que la propriété privée est au capitalisme et le public au socialisme (Murphy, 2012). Contrairement à Hardin, les autonomistes clament que l'usage illimité du commun par un nombre croissant d'individus n'a pas un effet négatif (économiquement et socialement parlant), mais crée plutôt, comme il sera démontré plus en détail subséquentement, un accroissement exponentiel de sa valeur (Lopdrup-Hjorth, 2013). Ils en viennent ainsi, en quelque sorte, à réactualiser la notion de "comédie des communs" proposée par Rose (1986), qui stipule que la valeur des communs augmente de façon parallèle avec le nombre de participants.

L'utilisation du terme commun peut-être problématique en soi considérant les différentes traditions qui ont utilisé ce terme et lui ont donné une définition distincte. Comme le rappellent Dardot et Laval (2014), il existe à la fois une tradition théologique, juridique et philosophique du commun, proposant chacune une définition différente de ce en quoi il consiste, traditions dont il faut se détacher afin de bien saisir la conception autonomiste⁶⁵. Afin de comprendre celle-ci, il faut revenir à la définition du capital de Marx (Negri, 2006). Ce dernier séparait le capital en deux entités distinctes, soit le capital fixe correspondant à la totalité des moyens de production et des moyens de circulation, et le capital variable, correspondant à la force de travail. Toutefois, Negri (2006) affirme que

⁶⁴ Il faut noter que ce choix conceptuel n'est pas partagé par l'ensemble des autonomistes, et se retrouve principalement dans l'œuvre récente de Hardt et Negri.

⁶⁵ Il faut noter que dans la typologie des différentes formes de commun proposé par Hardt et Negri (2017), soit l'écosystème, les métropoles, les institutions sociales, les commodités matérielles et le commun immatériel, notre texte s'attardera principalement à cette dernière, car c'est elle qui est considérée par ces auteurs comme étant la plus importante, économiquement parlant, à l'heure actuelle, et c'est également elle qui est le plus reliée à notre sujet d'étude.

la fin du fordisme et l'arrivée du travail immatériel ont remis en question cette dichotomie. Celle-ci ne tiendrait plus du fait que la principale source productive est devenue l'intellectualité de masse, et qu'il est impossible de séparer strictement et efficacement cette intellectualité de masse du capital variable. En effet, alors que sous le capitalisme industriel, la quasi-intégralité des connaissances était absorbée par le capital fixe sous la forme de machines (entraînant une déqualification des travailleurs ainsi que leurs réductions à de simples exécutants), actuellement le général intellect prend la forme de connaissances, de relations sociales et d'interactions communicatives (Virno, 2004). Ce qui le rend inséparable de la coopération entre les singularités formant la multitude et entraîne la fin de la domination du capital fixe sur le capital variable (Negri, 2006). On assiste donc à la fin de ce que Negri (2008a) nomme la dialectique des instruments, c'est-à-dire le fait que le capital fournit aux travailleurs les outils et moyens de production dont ceux-ci ont besoin afin de réaliser leur labeur. La fin de cette dialectique des instruments ferait en sorte que les moyens de production sont devenus internes aux singularités engagées dans l'organisation du travail (Negri, 2006). En termes plus simples, puisque la réalisation du travail immatériel implique de fortes composantes émotionnelles, cognitives et relationnelles, il en résulte une transformation ontologique de celui qui l'effectue. On assiste donc à la remise en cause de l'une des conditions premières de la relation salariale, soit la renonciation au produit du travail en contrepartie d'un salaire, car il devient impossible d'extirper ces composantes émotionnelles, cognitives et relationnelles du travailleur, celles-ci étant inscrites dans son intellect et sa subjectivité (Negri et Vercellone, 2008). L'internalisation d'une partie des moyens de production par le capital variable a un effet important sur l'autonomie de celui-ci, puisqu'il cesse d'être dépendant du capital. Ce qui rend le capital pratiquement incapable de contenir et subordonner la force de travail (Negri, 2006). Pour décrire ce processus d'autonomisation croissant du capital variable, Vercellone (2007) utilise le terme de baisse tendancielle du contrôle capitaliste. C'est cette autonomie qui permet de définir le commun, puisque cette notion renvoie au champ vierge ("*open field*") dans lequel le capital variable agit indépendamment du capital fixe, au terrain dans lequel la production des subjectivités indépendantes ainsi que la coopération des singularités sont accumulées et consolidées (Negri, 2006). Autrement dit, le commun correspond à tout ce que le capital variable

produit indépendamment du capital fixe. C'est une sorte de communisme élémentaire (Fleming et Mandarini 2009), dans la mesure où il contient les connaissances, langages, affects, codes et informations qui sont à la fois le résultat de la production sociale et la condition de possibilité de sa réalisation (Frassinelli, 2011). Selon les autonomistes, le commun qui est créé par le travail immatériel est illimité et non-exclusif. En fait, il n'est pas seulement illimité, mais exponentiel, puisque son utilisation entraîne un accroissement de sa valeur. Hardt et Negri expliquent que:

Our common knowledge is the foundation of all new production of knowledge; linguistic community is the basis of all linguistic innovation; our existing affective relationships ground all production of affect; and our common social image bank makes possible the creation of new images. All of these productions accrue to the common and in turn serve as foundation for new ones. The common, in fact, appears not only at the beginning and the end of production but also in the middle, since the production processes themselves are common, collaborative, and communicative (Hardt et Negri, 2004: 148).

Si on pousse cette implication jusqu'à son extrême limite, on en arrive à la conclusion que le travail immatériel, s'il n'est pas entravé, doit nécessairement mener à la fin de la société de la rareté, ainsi qu'à l'avènement⁶⁶ de la société d'abondance.

On retrouve également dans la notion de commun le thème de la lutte entre immanence et transcendance que nous avons évoqué précédemment. Hardt et Negri (2012) expliquent à ce sujet que le commun ne doit pas être assimilé à la volonté générale de Rousseau, puisque cette dernière consiste en une forme d'autorité transcendante, car elle implique que tous doivent se soumettre à cette volonté générale. L'aspect transcendant de la théorie de Rousseau permettrait d'expliquer pourquoi la théorie de ce dernier, bien qu'étant révolutionnaire, a si rapidement et facilement été reprise et détournée vers des interprétations étatiques et autoritaires. Le commun, de son côté, est la définition même de l'immanence, puisqu'il est construit, possédé, géré et distribué par tous, sans recours à aucune force, autorité ou pouvoir transcendant. Autrement dit, le commun est le fruit

⁶⁶ Ou re-création si l'on se base sur Sahlins (1972), car selon ce dernier, la notion de société de la rareté est somme toute une invention de la société capitaliste (ou proto-capitaliste). Les sociétés dites primitives, bien qu'étant dans un état de développement économique faible, devant être considérées comme des sociétés d'abondance. Il explique que : "*Where production and distribution are arranged through the behaviour of prices, and all livelihoods depend on getting and spending, insufficiency of material means becomes the explicit, calculable starting point of all economic activity*" (Sahlins, 1972: 4).

d'un processus mélangeant de façon immanente la volonté de chacune des singularités formant la multitude.

Il est important de noter que dans la théorie autonomiste, le terme de commun, outre la définition qui vient d'en être donnée, décrit également un système social existant parallèlement au système social capitaliste, et qui s'en différencie non seulement par le fait que les ressources en son sein y sont partagées, mais également par son but principal (ou pour reprendre le terme de de Angelis (2013; 2017), *son conatus*). Celui-ci est la reproduction et l'élargissement de ces ressources partagées ainsi que de la communauté les partageant, en contraste marqué avec le but premier du système social capitaliste, qui consiste en la reproduction et l'élargissement du capital (de Angelis, 2013; 2017). Alors que Marx affirmait dans les *Grundrisse* qu'il serait impossible de dépasser le capitalisme si l'on ne trouve pas dans la société des enclaves où les conditions de production et les relations de production associées pourraient servir de prérequis à la formation d'une société sans classe, les autonomistes affirment que la présence prépondérante du commun dans la fabrique sociétale du biocapitalisme est justement ce prérequis (de Angelis, 2012). Toutefois, il n'existe pas selon eux un déterminisme clair entre la présence du commun et la création d'une société sans classe, puisque bien souvent, le commun peut être utilisé de manière réactionnaire, et qu'il n'est pas nécessairement subversif pour le capitalisme (de Angelis, 2012). Il est également important de noter que le commun et le capitalisme ne sont pas strictement indépendants l'un de l'autre, puisque tous deux peuvent se servir de l'autre pour arriver à leurs fins respectives. Concrètement, cela signifie que le système social du commun peut se servir de l'argent afin de produire et d'élargir le commun, alors que le système social capitaliste peut se servir du commun afin de reproduire et d'élargir le capital. À ce sujet, on peut noter les travaux d'Ostrom et de ses disciples, qui ont tous pour objectif de démontrer que le système social capitaliste bénéficie dans certaines situations de la présence de commun, et qu'il est donc néfaste de les privatiser tous (Caffentzis, 2010). Ce bénéfice découle du fait que les règles sociales, la confiance mutuelle et la coopération implicites au commun permettent d'empêcher le capitalisme d'atteindre ce que Caffentzis (2010) nomme la limite Midas, c'est-à-dire le point où l'incessante prolifération d'échanges et de relations basées sur la seule maximisation de

L'utilité individuelle entraîne le développement d'un individualisme extrême susceptible de menacer la survie même du système capitaliste. La relation entre ces deux systèmes sociaux est de ce fait, nécessairement ambiguë, puisque leurs évolutions conjointes et leur co-dépendance partielle font en sorte qu'il devient très difficile de déterminer clairement dans une situation particulière lequel de ces systèmes utilise l'autre (de Angelis, 2013). Il faut également souligner que selon les autonomistes (et ce, contrairement à ce que soutient Ostrom), il existe une situation somme toute antagonique entre ces deux systèmes sociaux, puisque plus une partie du commun parvient à créer quelque chose de distinctif, d'unique et/ou de vigoureux, plus elle tend à être investie par le capital, qui de son côté va tenter de la commodifier, avec pour résultat une érosion de cette partie du commun (Broumas, 2018; Slee, 2016). Cette érosion du commun découle en grande partie du fait que la création de celui-ci est dépendante de la confiance et de la collaboration qui existent entre les membres de la communauté le créant, et que l'introduction de pratiques capitalistes au sein du commun va justement avoir pour effet de les amoindrir.

Afin de favoriser la victoire du commun dans cette lutte contre le système social capitaliste, Hardt et Negri (2017) proposent d'actualiser le jeu des contre-passions, qui, du moins, si l'on se fie à Hirschman (2013), fut déterminant dans l'avènement du capitaliste. La thèse que cet auteur défend (et qu'il qualifie lui-même volontiers d'étrange) est que le développement et la propagation de l'idéologie capitaliste fut en grande partie tributaire du désir de certains intellectuels du 16^e et 17^e siècle, Montesquieu et Sir James Steuart en tête, de proposer une série de passions rationnelles (les intérêts) permettant de dompter, contre-balancer et éventuellement remplacer les passions impulsives dominantes de l'époque qu'ils jugeaient destructives et dangereuses. Une telle approche engageait une rupture avec la morale chrétienne de l'époque, car cette dernière considérait que toutes les passions et que tous les vices étaient indissociables et malfaisants, car se renforçaient mutuellement, alors que l'approche des contre-passions impliquait plutôt la hiérarchisation de ces passions en tenant compte de leur potentiel destructeur. Pour reprendre les mots de Hirschman :

Once the strategy of pitting passion against passion had been devised and was considered acceptable and even promising, a further step in the sequence of reasoning [...] became desirable : for the strategy to have ready applicability, to become « operational » in today's jargon, one ought to know, at least in a general way, which passions were typically to be assigned the role of tamers and which ones, on the contrary, were the « truly » wild passions that required taming (Hirschman, 2013: 31).

Selon Hirschman, la cupidité et l'avidité sont apparues comme les passions pouvant assumer cette tâche de domestication. Relativement prévisibles, elles semblaient pouvoir être canalisées vers la réalisation d'actions socialement constructives, et ce, au contraire des passions guerrières et sexuelles, qui elles n'entraînaient que le chaos et la destruction. Ainsi, puisqu'ils avaient compris que les êtres humains sont en grande partie dirigés par leurs passions, puisqu'ils avaient réalisé que toute tentative d'influencer l'action humaine devait tenir compte de l'être humain tel qu'il est réellement et non s'appuyer sur une vision idéaliste de celui-ci, ces intellectuels parvinrent à avoir un impact beaucoup plus important sur la société que les réformateurs qui tentaient de changer les comportements par la moralisation, et l'invocation de préceptes religieux et/ou de la raison, ou ceux, tels Calvin et St-Augustin, qui préféraient miser sur la répression et la coercition (Hirschman, 2013). Selon Hardt et Negri (2017), bien que ces passions mercantiles et individualistes aient pu à une certaine époque effectivement jouer un rôle bénéfique, le développement du commun les a rendues pratiquement aussi destructives que les passions guerrières qu'elles ont remplacées, et il est donc devenu primordial de proposer de nouvelles passions compensatrices permettant de les évincer. La première des passions qu'ils proposent est celle de la sécurité. Selon eux, le système capitaliste, basé sur un continuuel jeu d'offre et de demande, est incapable d'assurer la sécurité des individus. Effectivement, puisque ce système engendre inévitablement des crises économiques et financières, pratiquement chacun d'entre nous est confronté à la précarité et l'insécurité. Ce sentiment d'insécurité a, de plus, été amplifié par le tournant néolibéral des dernières décennies, car celui-ci a ravagé les différentes mesures de protections sociales étatiques qui existaient auparavant. *A contrario*, un système social basé sur le commun, reposant sur l'auto-gestion et la coopération, parviendrait à réellement assurer la sécurité des individus. Promouvoir la passion de la sécurité conduirait donc les individus à adopter des comportements permettant sa croissance. La deuxième passion compensatrice proposée

par Hardt et Negri est celle de la prospérité. Il semble de prime abord étrange de voir une telle passion proposée, étant donné qu'elle semble être plus en phase avec le système social capitaliste. Mais il faut se rappeler que selon les autonomistes, la propriété privée est un sabot restreignant la productivité, car comprime la coopération et l'accès aux connaissances qui sont les prérequis de la création de richesse. D'ailleurs, la prospérité que permettrait le commun serait d'autant plus grande qu'elle ne se restreint pas simplement aux besoins matériels pouvant être comblés par le marché, mais comprend également tous les autres besoins humains. Hardt et Negri expliquent que :

The ideology of private property leads to a poverty of needs that infects rich and poor alike : the pathological hypertrophy of the passion for acquisition blinds people to all other needs, specifically their social needs. Don't listen to the moralists of the Left who preach renunciation as cure to our social disease of too much enjoyment. The capacity for enjoyment, as Marx says, is itself a productive power, a measure of productivity. There is a world of needs and desires to discover and invent - beyond private property (Hardt et Negri, 2017: 103).

Finalement, la dernière passion compensatrice proposée par Hardt et Negri (2017) est celle de la liberté. De par la généralisation de la richesse, et grâce à la coopération et l'autogestion qu'il implique, le système social du commun permettrait de donner une réelle liberté aux singularités formant la multitude. En se basant sur les catégories prescrites par Carl Schmitt, Hardt et Negri affirment que contrairement aux mouvements ayant constitué l'ordre social capitaliste qui s'appropriait, produisait et divisait l'espace social, les mouvements constituant le commun s'approprient et produisent l'espace social, mais ne le divise pas et le laisse accessible à l'ensemble de la collectivité.

Selon Dardot et Laval (2014), si l'on se réfère aux deux grands courants du socialisme, la théorie autonomiste (plus spécifiquement les travaux de Hardt et Negri) adopte sur la question du commun une perspective plus proudhonienne que marxienne. Effectivement, pour Proudhon, la force collective (qui revient à la notion de commun développée par les autonomistes) est de nature immanente et spontanée, tandis que pour Marx, au contraire, le commun, loin d'être engendré de manière spontanée par le capital variable, est une création du capital, plus spécifiquement par sa mise en place des relations de productions. C'est ce qui explique l'importance qu'accorde Marx au développement des forces

productives capitalistes, puisque c'est ce développement du commun par le capital qui permet de créer les conditions qui permettront l'établissement d'une société communiste. Cette prise de position a de nombreuses répercussions sur d'autres éléments de la théorie autonomiste, comme il sera démontré subséquemment, plus spécifiquement en ce qui a trait aux questions de l'exploitation et de l'émancipation.

2.7 Usine sociale et labeur gratuit

Labouring processes have moved outside the factory walls to invest the entire society. In other words, the apparent decline of the factory as site of production does not mean a decline of the regime and discipline of factory production, but means that it is no longer limited to a particular site in society. It has insinuated itself throughout all social forms of production, spreading like a virus (Hardt and Negri 1994: 9-10, cité dans Fleming et Mandarini, 2009: 6-7).

À la différence de penseurs libéraux-humanistes tel Rifkin (1996), qui dans son livre *The end of work*, affirme que les développements technologiques permettront potentiellement le développement d'un capitalisme utopique dans lequel le temps de travail sera considérablement réduit grâce à la mise en place d'un nouveau contrat social, la théorie autonomiste soutient plutôt l'inverse, et affirme que le capitalisme contemporain se caractérise par un accroissement constant et considérable du temps de travail. Afin de bien comprendre cet argument, deux concepts distincts, mais complémentaires doivent être expliqués. Le premier est celui d'usine sociale ("*social factory*") ayant été proposé par Tronti (1962) afin de décrire l'une des particularités du post-fordisme, soit le fait que les lieux de production ne sont plus restreints à des lieux physiques clairement déterminés, telle l'usine, mais envahissent toutes les sphères de la vie du travailleur.

The more capitalist development proceeds, i.e. the more the production of relative surplus value asserts and extends itself, the more the cycle of production-distribution-exchange-consumption closes itself inevitably, the societal relation between capitalist productions and bourgeois society, between factory and society, between society and the state become more and more organic. At the highest level of capitalist development the societal relation becomes a moment of the relations of production, and the whole of society becomes cause and expression of production, i.e. the whole society lives as a function of the factory and the factory extends its exclusive domination to the whole of society" (Tronti, 1962: 30-31. Cité dans Fuchs, 2014a: 55).

Comme l'extrait précédent le suggère, le concept d'usine sociale ne signifie pas que les lieux de production spécifiquement définis n'existent plus, mais cherche plutôt à exprimer que la démarcation entre ces lieux de production et les lieux de vie sociale devient de plus en plus poreuse, puisqu'un nombre sans cesse croissant d'habiletés qui sont utilisées sur les lieux de travail sont développées dans des lieux n'appartenant pas formellement à la sphère du travail, et qu'un nombre croissant d'activités réalisées hors des lieux de travail sont récupérées par l'entreprise (Jones et Murtola 2012). Le concept d'usine sociale renvoie donc au fait que dans le biocapitalisme, le travail est déterritorialisé, dispersé et décentralisé de manière à ce que l'intégralité de la société puisse être mise à profit (Gill et Pratt, 2008). Ce développement est intrinsèquement lié à la position hégémonique qu'occupe le travail immatériel dans l'économie contemporaine, puisque comme Ritzer l'explique: *"Instead of relying on manual or even intellectual laborers, the societal factory draws upon the "general intellect" of the population as a whole. This is part of the shift away from manual labor and toward creative, immaterial labor in developed countries. As a result, spaces of production came to be seen as existing in the same general domain, and drawing on the same resources (the general intellect), as spaces of consumption; production and consumption were no longer seen in binary terms"* (Ritzer, 2015a: 418).

Le deuxième concept expliquant cet argument des autonomistes est celui de labeur gratuit ("*free labour*"), développé par Terranova (2004). Par ce terme, Terranova définit les activités de consommation ou de production de culture et de connaissances qui sont réalisées volontairement, gratuitement et avec enthousiasme par les individus/consommateurs, tout en étant source de valeur pour le capital. Ce terme permet de comprendre l'une des particularités importantes du biocapitalisme : le fruit du travail collectif de la multitude n'est pas simplement approprié et exproprié par le capital, mais est en grande partie volontairement cédé (Terranova 2004). Le terme original anglais "*free labour*" contient un double sens que la traduction française n'exprime pas, puisqu'il indique à la fois l'aspect non-rémunéré de ce travail, ainsi que le côté libre, volontaire et autonome de celui-ci. En d'autres mots, la notion de labeur gratuit implique deux processus parallèles, soit une autonomie de la main-d'œuvre par rapport au capital (par la création

de subjectivités, de coopérations, de connaissances et de communications qui viendront nourrir le commun) ainsi que la création gratuite d'une valeur d'échange qui sera accaparée par celui-ci (Andrejevic, 2009). Cova et al. (2015a), affirment que ce type d'activité est assimilable à du bénévolat étant effectué au bénéfice d'un organisme à but lucratif, ce qui fait en sorte que l'on y retrouve à la fois une forme d'émancipation et une forme d'exploitation.

Les concepts d'usine sociale et de labour gratuit impliquent de nombreux constats concernant le biocapitalisme, constats qu'il est important d'étudier plus en détail.

Estompement de la frontière entre le lieu de travail et le lieu de vie.

Considérant le caractère multiple et complexe du travail immatériel, celui-ci ne peut être réalisé à un seul endroit spécifiquement et tend plutôt à être effectué en tout lieu. Une partie sans cesse croissante du champ social se transforme en lieu de travail (Fleming et Mandarini, 2009). L'estompement de cette frontière géographique est rendu possible par les effets de déterritorialisation et de "détemporalisation" des ordinateurs et autres nouvelles technologies de l'information. Le fait que ces nouvelles technologies ne bénéficient que très peu, ou même aucunement, d'économies d'échelles lorsque regroupées au même endroit (contrairement aux technologies rendant possible le travail industriel) accentue également ce phénomène de déterritorialisation (Arvidsson et Peitersen, 2013). Selon les autonomistes, ces nouvelles technologies, combinées au désir de nomadisme et de mobilité des travailleurs, ont eu un impact déstabilisateur sur la forme organisationnelle bureaucratique qui régnait lors du capitalisme industriel, et ont mené à son remplacement par la forme organisationnelle du réseau (Hardt et Negri, 2000). Lazzarato et Murphy expliquent que: "*The characteristics that today best identify the specific character of the enterprise's function seem to be social participation, the fluidity of networks, and the permanence of circuits. The localization of production is only of limited importance. Instead, insertion into the tertiary circuits of finance and services is decisive; insertion into the networks of communication and high technology is ultimately necessary*" (Lazzarato et Murphy, 2007: 89). Il est à noter que ce processus tend à être

bidirectionnel, car les individus travaillent non seulement de plus en plus de la maison, mais effectuent également un nombre croissant de tâches ménagères et ludiques sur leur lieu de travail ("*homing from work*") (Hoedemaekers, 2016)

Estompement de la frontière entre le temps de travail et le temps de vie.

Comme Rosa (2010) l'explique, l'avènement de l'industrialisation et du capitalisme moderne s'est accompagné d'une séparation à la fois spatiale et temporelle stricte entre le travail et la vie personnelle et sociale. Séparation qui s'est traduite également par la naissance de plusieurs dichotomies telles que temps libre/temps de travail ou bien identité personnelle/identité professionnelle (Bloom, 2016). Adorno (2005) avait démontré dans son essai intitulé *Free Time*, que même dans le capitalisme industriel, cette séparation n'était pas complètement étanche, puisqu'une grande partie des activités que les travailleurs accomplissaient lors de leurs temps libres servaient principalement à régénérer leur force de travail (qu'Adorno prend soin de distinguer des activités de loisir, qui elles sont non contraintes, car complètement détachées des questions économiques, et qui sont donc une véritable forme de liberté). Toutefois, ces activités régénératrices n'étaient pas directement économiquement productives. L'avènement du biocapitalisme a pour conséquence de mener à une indifférentiation beaucoup plus nette de ces deux temps, indifférentiation qui est en fait si drastique qu'il devient même pratiquement impossible de trouver des activités qui concordent avec la définition du loisir donnée par Adorno.

Cet estompement de la différence entre temps de travail et temps libre survient de deux manières différentes. Premièrement, au niveau du travail formel, il devient impossible de définir une limite temporelle claire entre temps de vie et temps de travail, étant donné que le travail immatériel implique la mobilisation des facultés vitales des individus (Armano, 2014). Au contraire du travailleur fordiste, le travailleur contemporain ne doit plus mettre de côté ses sentiments, ses émotions, sa personnalité, sa créativité et ses valeurs lorsqu'il travaille, mais bien les exposer, puisque c'est justement ceux-ci qui deviennent la principale force de production (Gorz, 2003; Fleming, 2009; 2015; Negri et Lazzarato, 1992, Sturdy et al., 2010). La relation que les individus entretiennent avec leur travail change ainsi complètement, puisque celui-ci cesse d'être simplement considéré comme

un labeur pénible mais nécessaire à effectuer, pour devenir une composante intégrale de leur construction identitaire, ce qui est nommé par Fleming (2015) le "*I, Job*". Cette affirmation semble d'ailleurs validée par de nombreuses recherches récentes en sociologie du travail, qui ont démontré que de nombreux jeunes travailleurs des industries créatives ne faisaient pas de distinction entre le temps de travail et les autres types de temps (Gill et Pratt, 2008), ou par l'exemple des "*investment bankers*" qui en viennent à pratiquement vivre en permanence sur leur lieu de travail, puisque celui-ci leur fournit des services leur permettant de réaliser pratiquement tous leurs loisirs (restaurant, gymnase, salon de beauté) (Michel, 2011). De plus, l'amoindrissement de la distinction entre vie professionnelle et vie sociale est également amplifiée par le fait que certaines pratiques et comportements qui étaient considérés inacceptables et subversifs il n'y pas si longtemps, sont maintenant encouragés activement par les instances managériales. C'est le cas par exemple de la consommation d'alcool sur les lieux de travail. Alors qu'elle a historiquement été utilisée par la classe ouvrière afin de démontrer sa résistance et son insubordination face aux demandes des dirigeants, elle est maintenant incitée voire imposée par certaines entreprises, et ce, afin de favoriser la créativité et le développement d'une culture d'entreprise robuste (Fleming, 2015). Si de prime abord, un tel constat semble être extrêmement négatif, il faut en faire une lecture nuancée, car bien que la subsomption de la vie sociale par le travail puisse engendrer un sentiment de stress et d'exploitation chez ceux qui la subissent (du fait de l'augmentation des heures travaillées et des obligations professionnelles que cela implique), il faut également considérer que cela transforme ontologiquement le travail, et le rend plus susceptible de devenir un lieu de créativité et de sociabilité (Gill et Pratt, 2008: 18). À ce sujet, on peut citer l'exemple des programmeurs de jeux vidéo, qui bien que travaillant beaucoup plus que 40 heures par semaine, affirment en majorité qu'il n'y voit pas d'inconvénient, car cet emploi est ce qu'ils considèrent de plus important et de plus déterminant dans leur vie (Pettica-Harris et al., 2015). Cet effacement entre vie privée et vie professionnelle a des impacts organisationnels importants, puisque les employés vont en venir à s'auto-contrôler, étant donné que leurs performances existentielles deviennent indissociables de leurs performances professionnelles (Sennet, 2006; Fleming, 2009; 2015; Sturdy et al., 2010). En tenant compte de ce développement, Gabriel (2005) suggère de remplacer la figure de

la cage de fer, utilisée par Weber pour décrire les structures bureaucratiques, par celle de cage de verre, puisque les employés doivent maintenant continuellement exposer leurs émotions et leurs personnalités.

La deuxième façon dont se réalise l'estompement entre temps de travail et temps de vie est liée au fait que le travail en est venu à incorporer de nombreux éléments liés au jeu et aux loisirs et que de nombreuses activités sont présentement à la fois considérées comme une forme de jeu et/ou de loisir par ceux les effectuant, tout en étant directement productives pour le capital. Ce qui correspond aux activités de prosommation.

Estompement des frontières entre la production, la reproduction, la circulation et la consommation.

L'orthodoxie marxiste est basée sur une stricte séparation des concepts de travail productif et travail improductif (Harvie, 2005). Cette interprétation se base sur le livre *Théories de la plus-value*, dans lequel, Marx formule clairement que le travail productif:

in its meaning for capitalist production, is wage-labour which, exchanged against the variable part of capital (the part of the capital that is spent on wages), reproduces not only this part of the capital (or the value of its own labour-power), but in addition produces surplus-value for the capitalist. It is only thereby that commodity or money is transformed into capital, is produced as capital. Only that wage-labour is productive which produces capital. (Marx 1969: 152. Cité dans Harvie, 2005: 134).

Dans le même livre, Marx définit également le travail improductif, mais de manière complètement négative par rapport au travail productif, c'est-à-dire un travail qui n'est pas en relation avec le capital et qui ne produit pas de plus-value, mais qui soit s'échange directement contre une somme d'argent, soit n'obtient aucune forme de rémunération (Harvie, 2005). Il en ressort donc, que selon la définition marxiste orthodoxe, le fait qu'un travail soit productif ou improductif ne dépend pas du contenu du travail à proprement parler, de la production d'un objet quelconque, ou même de l'utilité ou de l'inutilité sociale du travail, mais est strictement fonction de deux conditions: les relations de productions dans lesquelles ce travail est réalisé, ainsi que la capacité du travail à créer une plus-value

pour le capital. Reprenons chacune de ces deux conditions afin de voir spécifiquement en quoi elles consistent. Tout d'abord, selon Marx, pour être qualifié de productif, un travail doit obligatoirement être réalisé dans la relation de production typique du capitalisme, soit la relation salariale. De ce fait, sont exclus de cette catégorie toutes formes de travail autonome ("*self-employment*") ou de travail non-rémunéré (Braverman, 1998). La deuxième condition quant à elle, limite le travail productif à la seule forme du travail salarié permettant à l'employeur de potentiellement réaliser une plus-value, ou, pour reprendre un langage non-marxiste, de réaliser un profit. Ainsi, pour reprendre un exemple utilisé par Marx, un serviteur engagé par un riche bourgeois ne fait pas un travail productif, puisque bien que son travail soit réalisé dans le cadre de la relation salariale, ce travail ne consiste pas en un investissement de la part du bourgeois, mais en une simple dépense. Par contre, il ne faut pas faire l'erreur de reléguer toute forme de travail domestique à la catégorie du travail improductif, puisque si un entrepreneur engage des serviteurs et propose leurs services à des clients dans le but de dégager un profit, ce travail serait maintenant considéré comme productif puisqu'il remplit les deux conditions énumérées précédemment (Braverman, 1998). Effectivement, Marx précise lui-même qu' : "Une chanteuse qui chante comme un oiseau est un travailleur improductif. Lorsqu'elle vend son chant, elle est salariée ou marchande. Mais la même chanteuse, engagée pour donner des concerts et rapporter de l'argent, est un travailleur productif, car elle produit directement du capital" (Marx, 1968 : 393. Cité dans Harribey, 2002: 39). Marx rajoute ensuite que les trois formes différentes de travail improductif les plus communes à son époque, sont: le travail servant à la reproduction des travailleurs, le travail d'inspection et de supervision (qui est nécessaire du fait de la relation antagonique inhérente au capitalisme entre le capital et les travailleurs, et qu'il faut distinguer du travail d'organisation de la force de travail qui lui est productif) et les activités de circulation des marchandises (Harvie, 2005). Bien que cette distinction fasse partie de l'orthodoxie marxiste, les autonomistes rejettent depuis plusieurs années la dichotomie entre travail productif et travail improductif, et clament, entre autres, que le fait de considérer le travail permettant la reproduction de la force de travail comme étant de nature improductive découle d'une vision discriminante teintée par la nature patriarcale du capitalisme (Cleaver, 1979). D'ailleurs, les premières utilisations de la notion d'usine sociale

cherchaient justement à pallier cette lacune, et visaient à démontrer que le cycle de reproduction de la force de travail consiste en un travail productif principalement affectif, mais également physique, qui est indispensable pour la continuation du système capitaliste. Comme l'explique de Angelis: *"both waged and unwaged work are moments of capital's sequence of transformation and therefore they become complementary targets of capital's strategies, realms for capital's value practices and value struggles. It also suggests that capital's working day was 24/7 much before the emergence of post-Fordism and 'immaterial' or 'cognitive' labour"* (de Angelis, 2007: 55). Toutefois, le développement du travail immatériel fait en sorte que le travail soi-disant improductif devient maintenant directement productif, puisqu'il est indissociable de la création de valeur économique (Lazzarato, 2015). Comme on le verra plus loin, les autonomistes rejettent la théorie de la valeur-travail de Marx et affirment que dans le biocapitalisme, pratiquement toutes les formes d'activités peuvent mener à la création de valeur. Negri (1996) souligne en particulier que tout ce qui permet de reproduire la société doit maintenant être considéré comme une forme de travail productif.

Les notions d'usine sociale et de labeur gratuit permettent également de reconceptualiser la notion de consommation, qui dans l'immense majorité des théories sociales, le marxisme en tête, a historiquement été considérée comme étant hors du schéma productif⁶⁷. En effet, la plupart de ces théories voient dans la réalisation des actions de consommation, la satisfaction de besoins (réelles ou imaginaires) n'ayant aucune incidence sur l'analyse de l'économie politique (Arvidsson, 2006; Ritzer, 2014a). À la limite, certains commentateurs se contentaient de noter que la consommation consistait en une sorte de travail servant à se transformer soi-même en homme de masse (Baudrillard, 1970; Anders, 2001). Toutefois, les thèses de l'usine sociale et du labeur gratuit permettent de remettre en cause radicalement cette séparation. Alors qu'autrefois le travailleur et le consommateur représentaient deux rôles distincts qui étaient joués par les mêmes personnes, mais en des périodes temporelles différentes, ces deux rôles se

⁶⁷ Notons que selon Fontenelle (2015), le peu de cas qui est fait de la consommation dans la plupart des courants marxistes provient d'une mauvaise lecture de Marx, puisqu'une lecture attentive de ses travaux démontrerait qu'il présente clairement, si ce n'est suffisamment, la consommation comme un facteur central de l'économie capitaliste.

croisent temporellement et géographiquement dans le biocapitalisme. Ce croisement s'explique par le fait que la consommation même d'un produit est devenue un acte de production, car elle permet de créer des connaissances et des relations sociales qui seront source de valeur pour le capital (Morini et Fumagalli 2010). Comme le souligne Lazzarato (1996), l'une des particularités probantes d'un bien produit par le travail immatériel réside en ce que sa consommation n'épuise pas sa valeur d'usage, mais permet, au contraire de l'élargir. Effectivement, la principale valeur d'usage du bien créé par le travail immatériel réside non pas dans sa capacité à produire et reproduire la capacité physique ("*physical capacity*") de la force de travail, mais plutôt dans sa capacité à créer des relations sociales, dans sa capacité à mettre les gens en relation les uns avec les autres (Lazzarato, 1996 ; Arvidsson, 2006). La notion de marque est un exemple typique permettant d'illustrer concrètement cet estompement entre la production et la consommation, puisque la production de cette marque dépend de sa consommation, et la consommation de cette marque augmente sa valeur d'usage (Arvidsson, 2005). Relation qui s'explique par le fait qu'une marque qui dispose d'un nombre important de consommateur permet à chacun d'entre eux de présumer une affiliation à une communauté vaste et puissante.

Les concepts d'usine sociale et de travail gratuit proposés par les autonomistes permettent donc de désigner une des grandes tendances du biocapitalisme, soit l'effacement, ou à tout le moins l'amincissement, des distinctions traditionnelles entre les sphères économiques, sociales, politiques et culturelles. Ce changement de la relation entre le travail et la vie sociale et privée ne doit pas simplement être envisagé de manière quantitative, c'est-à-dire en assumant que l'estompement de ces barrières se traduit automatiquement en un accroissement du temps de travail (même si c'est souvent le cas), mais doit aussi être envisagé comme une transformation et un enchevêtrement radical à la fois de la sphère du travail et de la sphère privée (Land et Taylor, 2010). En des termes habermassiens, cela signifie que parallèlement à la colonisation du monde vécu par la rationalité économique, on assiste également à l'effet inverse, soit une colonisation de la rationalité économique par le monde vécu, ce qui fait qu'il devient très difficile de distinguer l'un de l'autre. De ce fait, tout ré-encastrement polanyien de la sphère économique dans la sphère sociale devient impraticable, puisque le social, l'économique et le politique ont atteint un tel

niveau d'interpénétration qu'il est devenu impossible de les séparer (Konings, 2015). Contrairement à Arendt, qui affirmait que ces barrières étaient vitales pour la préservation de la liberté et du politique, les autonomistes ne voient pas seulement dans ce développement des côtés négatifs, mais considèrent également qu'il permet une possible émancipation. En effet, l'éclatement de la distinction entre vie privée et vie sociale permettrait la formation du pouvoir constituant de la multitude, étant donné que les antagonismes et les possibilités de résistance se retrouvent disséminés à travers l'entièreté du champ social (Hardt et Negri, 2017; Passavant, 2004). Cette dynamique sera analysée plus en détail subséquemment, dans la section portant sur la nature biopolitique du travail immatériel.

2.8 La valeur

In capital there are no longer "values", there is only "value" (Lazzarato, 2015: 143).

Ces différents changements autant dans la structure économique que dans la nature du travail productif aboutissent à se questionner sur la "valeur", un concept qui, comme le soulignent plusieurs auteurs (Arvidsson, 2011a; Lopdrup-Hjorth, 2013; Prichard et Mir, 2010; Tsogas et Tsoga, 2014), tend à être trop souvent oublié, ou traité de manière superficielle par la littérature managériale. Alors que le concept de valeur a longtemps été central à toute analyse tournant autour des questions économiques, il a été au cours des dernières décennies soit complètement ignoré soit dénaturé (puisqu'il est simplement utilisé comme synonyme de profit) par la quasi-totalité de la littérature managériale (Arvidsson, 2011a). Ces constats s'appliquent aussi dans le cas des recherches en management portant sur la prosomation, qui elles aussi se réfèrent continuellement au concept de valeur, sans pour autant le définir. D'une part, ce champ de recherche ne vise pas à savoir si la prosomation repose sur une logique de valeur spécifique, mais tente plutôt de montrer comment les entreprises peuvent capter ces activités et les subsumer sous une logique de valeur capitaliste traditionnelle. D'autre part, un grand nombre des auteurs de ce domaine scientifique, surtout depuis la montée en puissance du néolibéralisme, ont adopté l'argumentaire de Say stipulant qu'il n'existe aucune différence

entre les concepts de valeur et de prix (Arvidsson, 2009). Pour ce qui est de la littérature managériale critique, le constat n'est pas plus positif, puisque celle-ci tend à majoritairement ignorer toutes considérations liées au concept de valeur pour se concentrer presque exclusivement sur les questions de discours et d'identité (Arvidsson, 2011a). Il en résulte donc que bien que la prosommation ait des impacts indéniables sur le processus de création de valeur, la littérature scientifique managériale n'a pratiquement proposé aucune théorie permettant de modéliser, mesurer et comprendre de quelle manière se crée la valeur dans les activités de prosommation (Arvidsson, 2011a; Galvagno et Dalli, 2014). La présente section vise à remédier à cette situation en présentant les écrits autonomistes (ou influencés par les autonomistes) ayant abordé la question de la création de valeur dans la présente économie ainsi que dans les activités de labeur gratuit.

Obsolescence de la loi de la valeur travail

Selon la frange que l'on pourrait qualifier de majoritaire chez les autonomistes (comprenant entre autres Hardt, Negri, Vercellone, Lazzarato et Arvidsson), l'un des changements les plus importants de la nouvelle économie est que la loi de la valeur travail telle que définie par Marx ne tiendrait plus (Hardt et Negri, 2000). Avant d'élaborer sur les raisons qui conduisent les autonomistes à rejeter cette théorie, rappelons brièvement que, contrairement à ce qui est souvent assumé, la théorie de la valeur travail de Marx n'est pas exactement la même que celle de Ricardo, mais en diffère sur certains points subtils mais néanmoins essentiels. Selon Ricardo, la valeur d'une commodité dans une économie de marché peut se calculer précisément en termes d'heures relatives de travail direct et indirect nécessaires pour la fabriquer. Cette relation se retrouverait dans pratiquement tout type de biens, sauf un nombre infime d'entre eux dont la valeur est entièrement déterminée par leur rareté, et qu'il juge tellement peu fréquents qu'il recommande de simplement les ignorer. Quant à la différence de valeur entre deux biens qui semblent avoir exigé une même quantité horaire de travail, Ricardo l'explique par l'aspect qualitativement différent des travaux que chacun de ces biens a demandés, en termes d'intensité ou de savoir-faire (Graeber, 2001; Lopdrup-Hjorth, 2013). L'approche de Marx est très similaire à celle de Ricardo, comme en fait foi son affirmation selon laquelle la différence en termes de valeur d'usage en est une de qualité, tandis que la

différence en termes de valeur d'échange en est une de quantité (Marx, 1976). Toutefois, bien que sa théorie fût en grande partie inspirée de celle de Ricardo, Marx jugeait celle-ci incomplète, puisqu'elle ne tient pas compte de ce qu'il considérait être l'un des points distinctifs du capitalisme, soit la possibilité d'acheter de la force de travail, et des différents calculs de proportions que cela permet (Graeber, 2001). C'est pourquoi Marx introduit la notion de travail abstrait (qu'il dissocie de celle de travail concret, qu'il juge inutile dans la détermination de la valeur d'échange d'un bien) et affirme que la valeur d'échange d'un produit correspond à la somme de travail abstrait socialement nécessaire afin de le produire. Ce qui permet de prendre en compte des facteurs historiques et sociaux ayant un impact sur le nombre d'heures nécessaires pour la production de ce bien (Lopdrup-Hjorth, 2013). Comme mentionné précédemment, bien que reconnaissant que cette théorie était pertinente pour l'économie industrielle dans laquelle Marx l'a élaborée, les autonomistes considèrent que les développements économiques ayant eu lieu depuis, font en sorte que celle-ci est maintenant obsolète. Selon Negri, la valeur dans le biocapitalisme ne peut plus être directement déterminée par le temps de travail (Murphy, 2012). Il explique que:

We could not but appreciate (as we still do and to an even greater extent) the significance of the theory of value. But though we appreciate and are willing to reaffirm the theory at this level, we find it less useful as a theory of measurement and inevitably of mediation. Value exists wherever social locations of working cooperation are to be found and wherever accumulated and hidden labor is extracted from the turgid depths of society. This value is not reducible to a common standard (Negri, 1989: 91).

Il est important de noter que selon ces autonomistes, l'obsolescence de la loi de la valeur travail ne signifie pas que le travail cesse d'être la source de la valeur (en fait, ils affirment explicitement que le travail reste le fondement de la valeur), mais plutôt que la linéarité⁶⁸ qui existait sous le capitalisme industriel entre travail et valeur a disparu avec l'estompement de la distinction entre temps de vie et temps de travail (Lopdrup-Hjorth, 2013). Effectivement, puisque pour les autonomistes le capitalisme contemporain a

⁶⁸ C'est-à-dire qu'un nombre X d'heures de travail abstrait créait une marchandise ayant une valeur d'échange X. Il faut toutefois considérer que Marx stipulait que cette linéarité n'était pas complète, car certaines formes de travail permettaient, selon lui, de créer plus de valeur que d'autres dans le même nombre d'heures.

transformé tout temps de vie en une forme de travail, il devient impossible d'assigner le temps de travail nécessaire à un bien.

Les autonomistes affirment que cette évolution est anticipée par Marx lui-même dans les *Grundrisse*, lorsqu'il évoque la période future de l'intellectualité de masse. Dans ce texte, Marx affirme que "*As soon as labour in the direct form has ceased to be the great well-spring of wealth, labour time ceases and must cease to be its measure, and hence exchange value [must cease to be the measure] of use-value*" (cité dans Vercellone, 2007 :30). Cet aspect de la théorie autonomiste est la cause d'un schisme important entre celle-ci et le marxisme orthodoxe, puisque ce dernier considère toujours que le temps de travail socialement nécessaire (c'est-à-dire le temps moyen de travail abstrait requis par la production d'un bien sous les conditions sociales et technologiques régnantes) permet de déterminer la valeur abstraite de tout bien, alors que les autonomistes affirment que la théorie de la valeur de Marx repose sur trois postulats qui ne seraient plus valides dans l'économie actuelle (Arvidsson et Colleoni, 2012). Ces trois postulats sont que: 1) les pratiques productives concrètes doivent être organisées de manière à ce qu'il soit possible de les mesurer sous la forme d'un équivalent général (soit le temps de travail abstrait); 2) le processus de travail soit organisé de manière à ce que la création de valeur puisse être attribuée facilement à des acteurs individuels (ou à tout le moins, à des unités de travail); 3) la réalisation de la valeur survienne sur le marché en démontrant une forte corrélation entre le prix et le temps de travail abstrait de la commodité (Arvidsson et Colleoni, 2012).

Le premier postulat (soit l'impossibilité de mesurer le travail en se servant d'un équivalent général) se trouverait invalidé par le fait que le travail immatériel produit principalement des biens immatériels et communs prenant la forme de communications, d'affects, d'innovations et de coopérations. La réalisation de ce type de biens est une opération idiosyncrasique qu'il est inutile, si ce n'est impossible, de recréer. Ce qui fait que la valeur de ce type de bien est donc incalculable, en se servant du concept de temps de travail abstrait, puisque leur production est une activité incertaine et inquantifiable, et qu'elle est radicalement différente de leur coût de reproduction, qui lui tend vers zéro (Berardi, 2012;

Gorz, 2003). Effectivement, les avancées technologiques permettent de distribuer en apparence gratuitement toutes sortes de connaissances et d'informations, comme en font foi les exemples des livres numériques et des logiciels (Rigi, 2015). Ce premier postulat se trouverait également infirmé par le fait que les conditions de production du biocapitalisme font en sorte que son régime d'accumulation dépend en grande partie de l'extraction de labours gratuits, et non plus de la relation salariale (Arvidsson, 2006). Ouellet (2015: 22) explique que: "*According to Marx, value may only come from abstracting social activity, which permits labor to be quantified and exchanged for wages. Unpaid labor cannot produce value in the way Marx understands it*". En effet, étant donné que ce labeur gratuit est non rémunéré et est pratiquement continuellement effectué, il devient donc impossible de mobiliser des concepts qui sont centraux à cette théorie tels le temps de travail moyen ou le temps de travail socialement nécessaire ("*socially average or necessary labour time*") (Arvidsson, 2011a; Comor, 2015; Willmott, 2007).

En ce qui concerne le deuxième postulat (soit de pouvoir déterminer précisément quel groupe ou quelle personne a créé une quantité de valeur spécifique), celui-ci serait invalidé par le fait que les conditions de production du biocapitalisme font en sorte qu'il devient difficile, voire impossible, d'attribuer la création de valeur à des producteurs clairement identifiables. La quantité de travail invisible mobilisé dans le cadre de la production biocapitaliste est bien trop importante pour que cette attribution soit possible. Gorz (2003) illustre cet argument à l'aide de l'exemple de la création d'un album de musique, qui est une tâche nécessitant habituellement le rejet de plusieurs pièces, et dont la réalisation est dépendante de l'influence de nombreux autres artistes qui ne seront pas rémunérés ni même crédités pour ces efforts, non seulement par avarice ou mauvaise foi, mais bien parce que le créateur n'est même pas en mesure de reconnaître leur influence. Cette impossibilité d'assigner la paternité de la production d'un bien à une personne ou à une unité de production serait en grande partie due à l'imbrication élevée de la multitude, qui fait en sorte que chacune des singularités la formant est devenue tellement dépendante de l'action des autres singularités, qu'il devient impossible d'affirmer à quel moment précis les actions productives d'un individu commencent et cessent (Holloway, 2005).

Enfin, le troisième postulat (soit qu'il existe une corrélation forte entre le prix d'une commodité et le temps de travail abstrait qu'elle contient) est infirmé par l'abstraction accrue de la valeur dans le biocapitalisme: "*capital accumulation is "moved" to a level above that of the individual firm [...] through the massive growth in the importance of financial markets*" (Arvidsson et Colleoni, 2012: 141). Moulier Boutang (2011) explique cela par le fait que dans l'économie actuelle, les externalités ne sont plus simplement un phénomène marginal n'étant applicable qu'à certains biens particuliers, mais deviennent la source principale de valeur. L'importance que prennent les externalités par rapport au fruit direct du travail aurait pour effet de séparer la production de la valorisation. Alors que dans le capitalisme industriel, la valorisation de l'entreprise avait un lien direct avec la production (car elle se réalisait principalement par le biais de la vente de produit sur le marché), dans le capitalisme contemporain, la principale source de valorisation serait maintenant les marchés financiers, comme en témoignerait la cotation boursière de nombreuses entreprises emblématiques de la nouvelle économie, qui excède grandement la valeur de leur livre comptable (Arvidsson, 2005; 2006; 2011a; Day, 2002; Mouhoud et Plihon, 2009). En tenant compte du rôle prépondérant que prennent les marchés boursiers dans l'économie actuelle, Marazzi (2008) affirme que tout ce qui relève de ce que Debord a nommé le spectacle (soit le symbolique, la communication et les désirs) est devenu un élément central de la création de la valeur. Un parallèle peut être effectué entre cet élément de la théorie autonomiste et les travaux de l'école régulationniste, principalement ceux d'Orléans (1999), puisque ces deux théories affirment que la valeur sur les marchés financiers ne dépend pas d'une analyse rationnelle des résultats des diverses entreprises, mais est plutôt basée sur des conventions comportant une forte composante autoréférentielle, dans la mesure où elles sont basées sur une généralisation de l'anticipation spéculative de l'ensemble de la population. Pour Moulier Boutang (2011), l'impact de ces conventions n'est pas simplement restreint aux marchés financiers, mais est également l'aspect le plus important de la détermination du prix des biens emblématiques du biocapitalisme, soit les biens immatériels. L'intangibilité de ceux-ci fait en sorte que la seule manière de leur allouer un prix réside dans la formation d'une opinion publique quant à leur valeur (Moulier Boutang, 2011). Les autonomistes ne voient donc

pas la financiarisation de l'économie comme un détournement improductif et parasitaire de parts croissantes de plus-value et d'épargnes collectives, contrairement à maintes autres théories marxistes et sociales-démocrates. Ils la considèrent comme étant inhérente et essentielle au biocapitalisme, puisqu'elle permet de réifier et de mesurer le commun, et de l'intégrer dans les mécanismes du marché (Arvidsson, 2016; Murphy, 2012; Negri, 2011; 2017). Hardt et Negri expliquent à ce sujet que:

Finance capital is in essence an elaborate machine for representing the common, that is, the common relationships and networks that are necessary for the production of a specific commodity, a field of commodities, or some other type of assets or phenomenon [...] Insofar as biopolitical labor is autonomous, finance is the adequate capitalist instrument to expropriate the common wealth produced, external to it and abstract from the production process. And finance cannot expropriate without in some way representing the product and productivity of common social life (Hardt et Negri, 2009: 157-158).

Toutefois, considérant que le capital financier est une façon imprécise et abstraite de représenter et de mesurer le commun, il en découle une instabilité et une vulnérabilité du système, comme en feraient foi les nombreuses crises financières des dernières années (Murphy, 2012).

Il va sans dire que cet argument mis de l'avant par les autonomistes que nous avons qualifiés de majoritaires est extrêmement controversé et subi l'assaut de nombreuses critiques. Au sein même des autonomistes, Caffentzis (2005) affirme que considérant que le capitalisme se définit par l'imposition d'une forme de vie extrêmement quantifiée, l'hypothèse d'une incommensurabilité de la valeur ne tient pas la route, et que l'utilisation des concepts marxistes de subsumption réelle et formelle par Hardt et Negri est problématique, car ces concepts sont intrinsèquement liés à la loi de la valeur travail. De Angelis et Harvie (2006) ainsi que Harvie et Milburn (2010) se basent sur ce même constat de quantification accrue pour affirmer que la loi de la valeur travail tient toujours dans l'économie contemporaine, et que nous sommes même présentement dans une situation de guerre sur les mesures ("*war over measure*"). Par ce terme, ils tentent de signifier que le capital cherche constamment à quantifier des activités qui n'étaient pas sujettes à quantification précédemment, mais que ces tentatives de quantifications sont activement

sabotées par les travailleurs. De Angelis développe cet argument en écrivant que: "*Despite all the morphological mutations, the social force we call capital is still today more than ever based on processes of measurement of social practice, a measure that turns the doing, whether 'material' or 'immaterial', waged or unwaged, into work*" (de Angelis, 2007: 4). Fuchs (2012) quant à lui, affirme que la plupart des autonomistes font une interprétation erronée du passage de Marx sur lequel ils se basent pour clamer l'obsolescence de la loi de la valeur travail. Selon lui, ce passage ne peut s'appliquer à la situation actuelle, étant donné que Marx spécifie clairement dans ce même passage qu'il fait référence à une situation dans laquelle les travailleurs se seraient approprié les moyens de production (donc à une société communiste), et qu'il va sans dire que cette condition est loin d'être remplie actuellement. Finalement, Rigi (2015) soutient que même si pour certains types de produits la loi de la valeur ne semble effectivement ne plus tenir (ou à tout le moins que son importance semble s'éroder), dans le secteur des services, secteur qui est maintenant le plus important et de loin dans les économies développées, les facteurs technologiques ne permettent pas de dissocier travail et production, car les services de proximité ne peuvent pas être reproduits à l'infini par la technologie, au contraire de certains produits tels les logiciels, mais doivent être continuellement recrées, et demandent donc une forte quantité de capital variable. Il propose donc d'effectuer une distinction entre deux formes de travail immatériel, soit le travail symbolique (ou cognitif), qui ne serait pas assujetti à la loi de la valeur, et le travail affectif, qui serait de son côté toujours enchaîné à cette loi. Hors du mouvement autonomiste, Trott (2007) affirme que l'impossibilité de tracer une ligne directe entre un produit et son (ses) producteur(s) ne permet pas d'invalider la loi de la valeur de Marx, puisque le concept de travail abstrait, au contraire de celui de travail concret, n'est pas réfutable par l'impossibilité de faire ce lien. De leur côté, Cremin et Roberts (2011) affirment que l'utilisation du concept de valeur abstraite chez les autonomistes est sommaire, et que l'incommensurabilité a toujours existé dans le capitalisme. De même, un autre courant néo-marxiste, celui de "la critique de la valeur", affirme que bien qu'il existe une crise de la mesurabilité du travail vivant, dans la mesure où les nouvelles formes de travail rendent très difficile de déterminer le quantum de travail vivant nécessaire à la production de chaque marchandise, cette loi reste tout de même le fondement du capitalisme. Jappe et

Kurz soutiennent que: "La société fondée sur la valeur [le capitalisme] a suscité des modes de production qui ne sont plus compatibles avec la valeur en tant que forme sociale, sans pour autant que la valeur perde son rôle de forme structurant la société" (Jappe et Kurz, 2003: 29).

La loi de la valeur basée sur les affects

Bien que stipulant l'obsolescence de la loi de la valeur travail, très peu de ces autonomistes que nous avons qualifiés de majoritaires se sont directement consacrés à proposer une nouvelle loi de la valeur ou même à tenter de prouver cette affirmation de manière empirique et factuelle (Broumas, 2017). En règle générale, ils se contentent de souligner de manière très succincte que ce qui remplace le temps de travail comme source de création de valeur est soit le temps de vie (Hardt et Negri, 2004) ou l'intellect général (Vercellone, 2007). Par exemple, Lazzarato affirme que puisque la linéarité entre le travail abstrait et la valeur d'échange n'existe plus, ce qui s'échange et qui est recherché par le capital n'est plus le travail abstrait, mais est plutôt la subjectivité même de la multitude, dans ses dimensions relationnelles, opérationnelles et créatives (Lazzarato, 2014). Cela pousse Amin (2014) à rétorquer que même si les autonomistes affirment que la loi de la valeur travail ne tient plus, ils ne savent toutefois pas par quoi la remplacer. Il existe toutefois une tentative notable de théorisation d'une nouvelle loi de la valeur se basant sur la théorie autonomiste élaborée par Arvidsson. Selon cet auteur, on assisterait au remplacement de la loi de la valeur travail par une loi de la valeur basée sur les affects. Selon cet auteur, la valeur économique devient de plus en plus dépendante de la capacité de créer et de réaffirmer des liens affectifs permettant de lier la multitude dans une communauté d'intérêts (Arvidsson et Colleoni, 2012). Cela implique que la productivité du travail immatériel est dépendante de la capacité de la multitude de produire, grâce à ses activités communicationnelles, ce que Lazzarato nomme un surplus éthique ou "*Philia*". Le terme éthique est utilisé ici dans un sens proche de celui que lui donnait Aristote, c'est-à-dire la construction de relations sociales vertueuses permettant de se rapprocher d'une vie bien vécue ("*eudaimonia*") à l'intérieur de la cité ("*polis*"). Ce qui suppose de tempérer ses passions et ses affects de manière à développer un éthos

permettant la coexistence vertueuse (Arvidsson, 2011a). Ce surplus éthique peut consister, entre autres, en une relation sociale, une expérience commune ou un sentiment d'appartenance, permettant d'orienter les flux de l'intellectualité de masse et du commun vers un objectif spécifique (Arvidsson, 2006; 2009). Considérant que dans le biocapitalisme, le temps de travail est devenu pratiquement illimité puisqu'il se confond avec le temps de vie, et que l'intellectualité de masse fait en sorte que les ressources cognitives sont diffuses et généralisées, ce ne sont donc pas les ressources productives en elles-mêmes qui sont source de valeur, mais bien la capacité à leur donner une cohérence et une direction (Arvidsson, 2008). Arvidsson explique que: *"Value is produced by the reduction of social complexity, by the ability to generate bonds of proximity in the absence of tradition or established norms, by creating common values, thus resolving the question that was central to the whole ethical problematic for Aristotle: how can free men live together and build a polis?"* (Arvidsson, 2009: 97).

Selon Arvidsson, la création de valeur est donc dépendante du regroupement des individus en une communauté, de manière à ce que leurs comportements deviennent en quelque sorte prévisibles (Arvidsson et Bonini, 2015). Ce qui implique que cette communauté partage certaines valeurs communes et possède une imagerie sociale (pour reprendre le terme utilisé par Charles Taylor), donnant une cohérence et une direction à l'action et l'interprétation collectives du monde (Arvidsson et Peitersen, 2013; Cova et al., 2011; Marazzi, 2008). Toutefois, l'utilisation du terme communauté ici ne signifie pas que la création de valeur est réservée aux groupes dont les membres entretiennent des liens affectifs directs et forts. En fait, ce terme cherche plutôt à décrire un phénomène beaucoup plus large, soit la création d'une communion mentale entre certaines personnes (Arvidsson, 2013). L'utilisation qui est faite par Arvidsson du terme de communauté est très proche de la notion de public développé par Gabrielle Tarde. C'est-à-dire, une association entre diverses personnes relativement inconnues les unes des autres, dont l'unification est due à une intensité affective, un *"éthos"* (temporaire ou non), qu'ils partagent envers une chose commune (Arvidsson, 2013; Arvidsson et Peitersen, 2013). Arvidsson ne se contente pas d'en rester au niveau conceptuel, mais donne également des exemples concrets de la façon dont ce surplus éthique permet la création de la valeur.

The project team quickly constitutes itself as a temporary community around a number of values and goals. The brand is a stable set of values that gives directionality to the continuous evolution of consumer tastes. The Google search generates a temporary value hierarchy — the page rank — in a condition of complexity and information overload, and hence the ability to say that something is better or more useful than something else. So 'knowledge workers' are really what Antonio Negri called 'operai sociali': workers who produce value by working with social relation. (Arvidsson, 2009: 18)

En se servant de la typologie des types de domination de Weber, Arvidsson rajoute ensuite que la création de valeur dans le biocapitalisme est devenue beaucoup plus dépendante de la domination de type charismatique, au détriment de la domination rationnelle/légale qui caractérisait les débuts du capitalisme, puisque ce type de domination permet de constituer et de donner une direction à une communauté (Arvidsson, 2008; 2013). Il stipule toutefois qu'à la différence du leader charismatique wébérien dont les qualités intrinsèques sont à la base de son autorité, le leader charismatique contemporain ne peut simplement baser son pouvoir sur les dons obtenus par la loterie génétique, mais doit constamment construire et cultiver les qualités et habiletés sur lesquelles est fondée son autorité (Arvidsson et al., 2015).

Arvidsson en vient également à proposer que le biocapitalisme provoque l'émergence d'un nouvel équivalent général, qui remplace le temps de travail socialement nécessaire, qu'il nomme le sentiment général, et qui permettrait de quantifier le "*Philia*" d'une personne (morale ou réelle) (Arvidsson, 2009; 2011b). Ce nouvel équivalent général se mesurerait selon trois dimensions, soit: la charge affective de la relation créée, sa prépondérance et son influence (c'est-à-dire la position sociale des acteurs qui expriment l'affect). Concrètement, ce sentiment général refléterait la capacité qu'a un bien intangible à créer des connexions entre des personnes et à les conduire à réaliser des activités de labeur gratuit au bénéfice de ce bien intangible (Bandinelli et Arvidsson, 2012). Cet équivalent général deviendrait mesurable et tangible grâce aux différents médias sociaux, qui permettent à la fois aux utilisateurs de démontrer leur affection envers les compagnies, les produits et les marques, ainsi que l'agrégation, à l'aide de méthodes statistiques, de ces

différents signes d'affection provenant d'une multitude d'acteurs hétérogènes⁶⁹ (Arvidsson et Peitersen, 2013). De cette façon, tout deviendrait quantifiable, évaluable et mesurable, même les sentiments et les affects les plus abstraits, ce qui permettrait une accumulation dépendant non pas simplement du travail rémunéré, mais également des relations sociales, des comportements, des opinions et des désirs (Lazzarato, 2015). Il en résulterait une démocratisation du processus de création de valeur, car celui-ci en vient à être retiré du contrôle direct des instances économiques, pour se diffuser dans l'entière de la société. Ce nouvel équivalent général aurait également pour conséquence potentielle de faciliter une coordination subjective entre les différents travailleurs, puisqu'un phénomène semblable se créerait en ce qui a trait aux marques personnelles ("*self-brands*"). Grâce aux différentes technologies de l'information et de la communication, il deviendrait possible de quantifier le sentiment général de chaque individu, ce qui faciliterait l'assemblage de réseaux de travail auto-crées et auto-gérés, car ce score reflèterait à la fois les habiletés, les compétences sociales et la fiabilité de la personne, ainsi que la propagation d'une logique du partage (Arvidsson, 2014). Arvidsson suggère que :

The technological possibility of such constant peer judgment leads to an instrumentally oriented logic of sharing, according to which freelance workers feel obliged to share resources — their time, knowledge, advice, part of their work — with their peers, because they are aware that such sharing is a strategically suitable way for them to establish a valuable brand that will eventually give them better possibilities to land more lucrative jobs and projects [...] Here the brand operates as a public estimate of the value of individual freelancers that institutionalizes a direct link between their virtue as members of particular scenes, and their value as economic agents (Arvidsson, 2014: 121).

Selon Arvidsson (2011b), une telle redéfinition du processus de création de valeur crée la possibilité que le pacte parsonien de l'économie fordiste stipulant la séparation entre la valeur économique et les valeurs éthiques et sociales va finir par s'effondrer. La notion de pacte parsonien fait référence à l'épisode où Parsons, au moment de la création de la discipline de la sociologie économique, rencontra ses collègues économistes à Harvard afin de les convaincre de la pertinence et de la dissemblance de cette nouvelle discipline.

⁶⁹ Cela emmène Arvidsson à affirmer que les théoriciens critiques se doivent de dévoiler de quelles manières les différents algorithmes existants calculent cet équivalent général, et de proposer des manières de calculer cet équivalent général qui vont au-delà du paradigme néolibéral de l'auto-"*branding*" qui domine actuellement (Arvidsson et Bonini, 2015).

Il leur expliqua que la sociologie économique, loin de vouloir empiéter sur le domaine des économistes, soit la valeur, s'intéresserait plutôt aux questions sociétales et organisationnelles relatives à ce qui est désirable, soit les valeurs. Ce qui, en d'autres termes, revenait à faire une distinction entre l'économie, et les relations sociales dans laquelle l'économie est encadrée (Stark, 2009). Contrairement aux différentes approches ayant été proposées afin de limiter l'importance de la sphère économique, et même de la subordonner à la sphère éthique (les plus notables étant celles se regroupant autour du thème du "*business ethic*"), la théorie de la valeur d'Arvidsson propose que, potentiellement, l'éthique ne sera plus conçue comme une limitation extrinsèque imposée à la sphère économique, mais lui deviendra intrinsèquement liée (Arvidsson, 2010). Ce qui ferait en sorte que valeur et valeurs deviendraient indissociables. Il explique cet éventuel développement par les hypothèses conjointes que l'accumulation du *Philia* est liée au respect des valeurs de la multitude, et que la prépondérance et l'accessibilité de l'information est devenue d'une telle ampleur, que les marchandises vont graduellement se dé-fétichiser (ce qui veut dire que les relations sociales permettant leurs créations vont être révélées au plein jour) (Arvidsson, 2008). A l'appui de cette thèse, Arvidsson affirme qu'il est maintenant possible, grâce à certaines applications, de connaître la teneur éthique d'un produit (c'est-à-dire la provenance du produit, les matériaux qu'il contient, et les conditions de travail des personnes le créant) simplement en scannant son code-barre à l'aide d'un cellulaire (Arvidsson et Peitersen, 2013). On peut citer comme exemple l'application iPhone Free2Work, qui permet de noter les entreprises sur des critères relatifs aux conditions de travail de leurs employés, afin d'inciter les consommateurs à se tourner vers celles qui n'ont pas des pratiques déplorables⁷⁰ (Banet-Weiser, 2012). Cette dé-fétichisation pourrait faire en sorte que l'on assiste à la création d'un nouveau contrat social puisque le succès commercial des entreprises pourrait devenir dépendant de leur capacité à s'aligner sur les valeurs de la multitude, et ce, afin de créer des communautés/publics qui sont les fondations de la valeur (Arvidsson et Peitersen, 2013). La balance du pouvoir tendrait ainsi à graduellement passer du côté du capital, à celui des

⁷⁰ Comme le note Banet-Weiser (2012), il est grandement ironique et hypocrite qu'une application visant à dénoncer les conditions de travail se rapprochant de l'esclavagisme ne soit disponible que sur les produits Apple, considérant que cette entreprise sous-traite ses activités de production à des entreprises dont les pratiques sont loin d'être idéales.

travailleurs, des consommateurs, des employés et des prosommateurs (Arvidsson, 2008; 2009; 2011a; 2011b; 2013). Arvidsson explique que:

this process of wealth creation is impossible to separate from the ethical practice of creating common values that is what unites publics in the first place. Publics produce, deliberate and evaluate at the same time. Publics are thus manifestations of the directly political nature of 'immaterial labor' [...] publics and the 'ethical economy' represent a new possibility to let a wider plurality of 'voices' have a say in the elaboration of economic values (Arvidsson, 2013: 385-386).

Dans cette perspective, la célèbre formule de Marx A-M-A' cède le pas à la formule P-A-P' - *Philia-argent-Philia*' (Arvidsson, 2009). Et la « cage de fer » de Weber, qui force les organisations et les individus à la maximisation du profit, indépendamment de leurs intentions subjectives et de leurs volontés, devient une cage de fer éthique ("*ethical iron cage*"), liant directement la vertu, et l'accumulation de richesse (Arvidsson et Peitersen, 2013).

Plusieurs critiques ont été adressées au niveau conceptuel à la théorie d'Arvidsson. Premièrement, Fuchs (2012; 2014a) affirme que la théorie d'Arvidsson comporte la lacune majeure de confondre prix et valeur, qui sont pourtant deux concepts distincts chez Marx. Comme il l'explique, la mesure de la valeur d'échange correspond aux nombres d'heures de travail abstrait socialement nécessaire pour la réalisation du bien, tandis que le prix, de son côté, correspond à la transformation d'une quantité de valeur y , en une quantité d'argent x . Il faut donc, selon la tradition marxiste, considérer l'argent comme étant une représentation de la valeur d'échange, de la même manière qu'une carte est une représentation de la réalité sociale qu'elle cherche à dépeindre. Ce qui implique que ces deux termes sont à la fois inséparables et distincts, car il existe toujours un écart entre cette représentation et ce fait social (Harvey, 2014). Cet écart découle du fait que la constitution de la valeur d'échange survient entièrement dans le processus de production (ce qui fait d'elle une donnée objective), tandis qu'au contraire, celle du prix découle uniquement de la circulation (ce qui fait d'elle une donnée subjective) (Cava, 2018). Fuchs exprime clairement cette critique en écrivant que :

When introducing the concept of brand value in an article, Adam Arvidsson (2005, 238) gives figures of brand values in US\$, which shows that he thinks of value in

terms of money (that signifies only the price of a commodity) and not in working hours (that signify the value of a commodity). The definition of brand value as “the present value of predictable future earnings generated by the brand” (Arvidsson 2005, 238) is not only circular and therefore absurd (definition of value by value), but also makes clear that Arvidsson defines value at the price level (“earnings”). Arvidsson and Colleoni (2012) mix up the concepts of labour value and commodity price [...] they ignore Marx's insights that there is a difference between value and price of a commodity. Marx (1857/58, 137) distinguishes therefore between the “real value” and the “nominal value” (price) of a commodity and says that the “price of a commodity constantly stands above or below the value of the commodity, and the value of the commodity itself exists only in this up-and-down movement of commodity prices (Fuchs, 2012: 634).

On doit donner en partie raison à Fuchs sur ce point, car bien qu'Arvidsson (2009) se défende rigoureusement d'effectuer un tel amalgame (il affirme que l'indistinction entre ces deux termes provient d'une fiction de l'idéologie néolibérale (Arvidsson et Peitersen, 2013)), force est d'admettre que son argumentaire tend, au contraire, à utiliser les deux termes de façon équivalente. Cette perspective le conduit, selon Fuchs (2014), à opter pour le point de vue erroné qui consiste à considérer la valeur comme inexistante dans les biens en tant que tels, mais la subordonne à leur vente sur le marché. Ce qui a une conséquence théorique importante, puisqu'elle rend la valeur d'échange dépendante du processus de circulation, et non pas du processus de production, et implique que la vente des biens soit un préalable à l'introduction du concept d'exploitation⁷¹ (Fuchs, 2014). Pour sa part, Andrejevic (2015, 2011) affirme que la théorie d'Arvidsson est mal adaptée pour conceptualiser la création de valeur dans la prosomation en ligne, car elle néglige l'importance de l'accaparement par les entreprises privées des données produites par les consommateurs. Elle semble surtout pertinente pour expliquer la création de la valeur des marques (il est à noter que les premiers travaux d'Arvidsson portaient directement sur cette question). Il ajoute également que l'agrégation des différentes données affectives individuelles en une entité ou un indicateur général perpétue une forme de fétichisme typique du capitalisme, soit la prosopopée, consistant à donner une voix unifiée et imaginée à un agrégat divisé et invisible (le marché étant l'exemple parfait de la prosopopée) (Andrejevic, 2011). Un tel fétichisme mènerait au nihilisme et à la résignation, puisqu'il implique que pratiquement personne ne se considère directement

⁷¹ En effet, puisque des biens invendus n'auraient aucune valeur, ils ne contiendraient également aucune survaleur.

responsable de l'indicateur créé, et que tous en viennent à s'accommoder des conséquences qu'il engendre. Finalement, on se doit de noter qu'Arvidsson est également critiqué par plusieurs auteurs qui lui reprochent d'avoir sombré, avec son concept de capitalisme éthique, dans une forme de réformisme fukumayen, étant plus proche du libéralisme que du communisme. Selon ceux-ci, le concept de capitalisme éthique d'Arvidsson sous-tend que le capitalisme est la seule forme de société possible, et entraîne une sous-estimation, voire une négation, de l'importance de l'exploitation et de l'aliénation dans le biocapitalisme et dans le labeur gratuit (Andrejevic, 2015; Denegri-Knott et Zwick, 2012; Fuchs, 2012; 2014a; Heaton et Proulx, 2015; Zwick, 2013a, 2013b).

Enfin, sur le plan empirique, les faits dont on dispose ne semblent guère donner raison à Arvidsson. Comme le soulignent Gabriel et Lang (1995), les études scientifiques montrent que pratiquement toutes les approches prônant une consommation citoyenne, c'est-à-dire un type de consommation visant à influencer de manière éthique le développement sociétal, n'ont donné que des résultats décevants, puisqu'elles tendent à être restreintes à des activités marginales qui sont rapidement ignorées ou commodifiées⁷². Par ailleurs, la grande majorité des communautés dans lesquelles les activités de labeur gratuit sont effectuées se regroupent autour de thèmes n'étant aucunement liés à la notion d'éthique, telles les célébrités et les marques de luxe (Comor, 2010). En tenant compte de ces considérations, on ne peut que convenir qu'il devient très difficile d'entrevoir dans ce développement une quelconque progression vers un monde et un capitalisme plus éthique.

La loi de la valeur basée sur l'audience

Bien que n'appartenant pas directement au mouvement autonomiste, même s'il reconnaît être grandement influencé par celui-ci⁷³ (Fuchs, 2014a; 2014c), une présentation de la

⁷² Il faut toutefois mentionner qu'Arvidsson souligne lui-même que ce développement est somme toute très peu probable, car les développements actuels semblent plutôt pointer vers une concentration accrue de la richesse et du pouvoir (2011a) et que les processus d'attribution de valeur restent encore très peu socialisés. De plus, il affirme que pour réaliser le potentiel émancipateur que ce concept recèle, il faut que les manières de le quantifier ne soient pas laissées au marché, comme c'est présentement le cas (Bandinelli et Arvidsson, 2012).

⁷³ D'ailleurs, Arvidsson et Colleoni (2012) affirment que la théorie de Fuchs est une tentative de concilier la théorie autonomiste et la loi de la valeur travail de Marx.

théorie de la valeur proposée par Fuchs nous semble indispensable compte tenu de son influence majeure dans le champ d'étude portant sur les activités de labeur gratuit, plus spécifiquement en ce qui a trait à la réalisation de ces activités sur Internet et les réseaux sociaux. De plus, l'importance de la présentation de cette théorie découle du fait qu'elle est au centre d'un débat secouant la littérature critique sur la prosommation, débat qui l'oppose justement à la théorie d'Arvidsson qui vient tout juste d'être présentée. Contrairement aux autonomistes majoritaires, Fuchs (2010) stipule que la théorie de la valeur de Marx est plus pertinente que jamais dans l'économie contemporaine. Il fait ce constat en se basant sur le fait que les conditions de production actuelles font en sorte que le processus de création de valeur ne se restreint pas aux lieux et aux moments de travail formellement définis, mais survient en grande partie à travers les activités que nous avons qualifiées de labeurs gratuits. En se basant sur l'exemple des sites Internet et des réseaux sociaux, Fuchs en arrive à la conclusion que les prosommateurs subissent une exploitation infinie⁷⁴, puisqu'ils produisent gratuitement la commodité principale de ces sites, soit l'audience, qui est ensuite monétarisée par des entreprises grâce à la vente de publicités⁷⁵.

Les prémisses théoriques de Fuchs sont les travaux de Dallas Smythe, plus particulièrement l'article *Communications: blindspot of western marxism* (1977). Smythe écrivit cet article afin de pallier à l'insatisfaction qu'il ressentait envers la notion de travail productif dans le marxisme orthodoxe, qui postule que tout ce qui a trait à la production d'information et de culture relève uniquement de la sphère de la circulation. Ce qui revient à dire que ces activités ne sont aucunement créatrices de valeur. Cette relégation des industries culturelles au seul domaine de la circulation faisait en sorte que leurs apports au système capitaliste étaient théorisés de deux manières (Manzerolle, 2010). La première consistait à considérer le domaine culturel comme étant complètement subordonné au domaine de la production, dans la mesure où ce qui était identifié comme étant sa production principale, la publicité, facilitait l'expansion de la circulation des

⁷⁴ Comme le souligne Andrejevec (2015), que l'on soit en accord ou non avec la théorie de Fuchs, le choix de ce terme est problématique en soi, car tend à donner l'impression que l'exploitation que subie les utilisateurs des réseaux sociaux est plus intense que celle que subie les employés des "sweatshops".

marchandises. Autrement dit, les industries culturelles ne feraient que faciliter l'accumulation du capital du secteur industriel, en incitant les individus à consommer plus. La deuxième approche, qui tirait principalement son origine des travaux des différents auteurs de l'école de Francfort, soutenait, de son côté, que les industries culturelles permettaient le renforcement de la superstructure capitaliste. Selon ce courant de pensée, la culture qui est produite par les médias de masse doit être assimilée à une tromperie de masse, dans la mesure où la culture créée aide au maintien du statu quo, en donnant l'illusion qu'il existe une liberté de choisir (Nixon, 2015). Ces industries permettraient la reproduction subjective de la force de travail ainsi que la stabilisation du système capitaliste, car elles pacifient la classe dominée potentiellement subversive (ce qui, en des termes strictement marxistes, revient à dire que la fonction des industries culturelles est de faire en sorte que le prolétariat, en tant que classe en soi, ne parvienne jamais à se métamorphoser en une classe pour soi). Bien que Smythe ne contredisait pas ces deux théories, il les jugeait incomplètes, puisqu'il affirmait qu'il fallait étudier les industries culturelles non seulement sous leur fonction d'appareil idéologique, mais également (et même principalement) en fonction de leurs aspects matériels et économiques. Cette opération requiert d'identifier les biens qu'elles produisent afin d'engendrer un processus d'accumulation (Fuchs, 2014c). La réponse que Smythe donne à cette question est simple, soit que: *"the principal product of the commercial mass media in monopoly capitalism is simple: audience power"*. (Smythe, 2001: 255. Cité dans Caraway, 2011: 697). L'originalité de la réponse de Smythe est que l'auditoire fait une forme de travail productif de par son écoute des publicités. Toujours selon Smythe, ce travail permet une forme d'accumulation spécifique au domaine culturel, puisque le processus d'affaire de ces entreprises consiste à vendre le temps d'écoute de leur auditoire à des publicistes (Caraway, 2007). Pour ce qui est de la programmation des chaînes de télévision, celle-ci doit être assimilée aux croustilles et arachides données aux clients d'un bar afin de les détendre et de les inciter à acheter plus de consommations, et n'a donc pour objectif que d'inciter les auditeurs à "travailler" plus (Smythe, 1981). Notons également que tout comme dans le travail à proprement parler, il est possible d'augmenter à la fois la plus-value absolue (en augmentant le temps de publicité relativement au temps de programmation) et la plus-value relative (en segmentant les auditoires et en réduisant la

durée de chaque message publicitaire) de cette forme de travail (Jhally, 2005). Comme on peut le constater, les arguments développés par Smythe sont très proches des concepts d'usine sociale et de labeur gratuit formulés par les autonomistes. Il existe toutefois une différence fondamentale entre les deux arguments. En effet, alors que pour la plupart des autonomistes la propagation du labeur gratuit rend possible la généralisation des contradictions du capitalisme (et donc la généralisation de la résistance envers celui-ci), Smythe adoptait une conclusion beaucoup plus pessimiste. Ces développements ne pouvaient conduire selon lui qu'à une domination toujours plus profonde (Caraway, 2011). Ce pessimisme le conduira, par exemple, à affirmer que la stratégie de réduction du temps de travail des prolétaires ne représentait aucunement un gain pour eux, considérant que tout le temps de vie en était venu à être transformé en temps de production. (Smythe, 1977).

Selon Fuchs, la théorie développée par Dallas Smythe s'applique intégralement aux différentes formes de travail sur les réseaux sociaux du Web 2.0, puisque le modèle d'affaire de ces plateformes consiste à vendre le temps de leurs utilisateurs à des publicistes, à la différence notoire que les prosommateurs sont également les créateurs du contenu de ces plateformes. Selon Beverungen et al. (2015), cette différence, loin de miner l'argument de Fuchs, lui est en fait bénéfique, car le fait que les utilisateurs de ces sites agissent de façon beaucoup plus active que les auditeurs traditionnels, rend beaucoup plus facilement justifiable l'argument selon lequel ils effectuent une forme de travail⁷⁶. Fuchs (2014a; 2014b) va ainsi postuler que la marchandise de ces industries est le "*prosumer commodity*". Il affirme que les utilisateurs de ces plateformes sont infiniment exploités, étant donné que les prosommateurs ne reçoivent aucune compensation financière pour leurs activités, tout le temps passé sur ces sites constituerait donc une forme de surtravail (Fuchs, 2014b). Ainsi, le temps de "travail" reste pour Fuchs le fondement de la valeur, car il affirme que plus un utilisateur passe du temps en ligne, plus il devient possible de collecter de l'information à son sujet et plus il sera possible de lui présenter des publicités

⁷⁶ Zukerfeld (2017) propose un argument similaire, et affirme que les utilisateurs de ces réseaux sociaux sont à la fois exploités au niveau de l'attention ainsi qu'au niveau de la reproduction et de l'appropriation de leurs connaissances.

(Fuchs, 2012). Comparativement à l'auditoire des médias traditionnels, les prosommateurs seraient d'autant plus exploités que les sites Internet et les applications Web permettent de rejoindre beaucoup plus efficacement le public cible. Par exemple, certaines de ces plateformes utilisent des services de géolocalisation afin de n'offrir que la publicité d'établissements installés à proximité de leurs cibles. En termes marxistes, il s'agit là d'une forme d'augmentation de la plus valeur relative (Dahlberg, 2005; Manzerolle, 2010). De plus, le recours à la prosommation permettrait également aux entreprises d'obtenir une plus-value extra ("*extra surplus value*"), qui est le terme utilisé par Marx pour définir les relations de production permettant de produire des biens dont la valeur individuelle sera en dessous de la valeur sociale de ces biens. En d'autres termes, cela veut dire que par le recours au *labour gratuit*⁷⁷, une frange du capital parvient à créer des biens à un moindre coût que la moyenne de ses concurrents⁷⁸ (Fuchs et Zimmermann, 2009). C'est le cas par exemple d'une compagnie de logiciel qui mobilise du *labour gratuit* afin de créer du contenu. Ce faisant les coûts de production de cette compagnie seront inférieurs à la moyenne sociale, étant donné que cette main-d'œuvre est "payée" en dessous de sa valeur de reproduction. Finalement, il est intéressant de constater que, selon Fuchs (2014b), l'exploitation que subiraient les utilisateurs des sites et applications Web doit être considérée comme une forme d'accumulation primitive du capital, permettant de transformer le temps de loisir non-commodifié en un temps de travail productif générant de la valeur d'échange et du profit pour le capital. L'intérêt de cette remarque provient du fait que bien que Fuchs, contrairement aux autonomistes que nous avons qualifiés de majoritaires, rejette l'obsolescence de la loi de la valeur travail, il rejoint tout de même le courant majoritaire en ce qui a trait à la similitude entre l'exploitation actuelle et le processus d'accumulation primitive⁷⁹.

Fuchs (2014a) soutient que le processus d'accumulation des réseaux sociaux est rendu possible par le fait que les biens créés par ces réseaux sociaux (tout comme ceux créés par

⁷⁷ Dans d'autres circonstances, cela peut également s'effectuer par le recours à des travailleurs illégaux ou par des contrats de travail au rendement, faisant en sorte que le salaire reçu sera moindre que le quantum de valeur socialement nécessaire à la reproduction de la force de travail.

⁷⁸ Tiffon (2009) propose sensiblement la même chose avec son concept de *néo plus-value extra*.

⁷⁹ Cette question sera étudiée plus en profondeur au cours de la section suivante

les médias traditionnels) ont la particularité de posséder deux valeurs d'usage, complètement distinctes l'une de l'autre. D'un côté, il y a une valeur d'usage pour les utilisateurs, qui consiste habituellement en une forme de divertissement et/ou de communication, et de l'autre, il y a une valeur d'usage pour le capital, qui correspond au temps et à l'attention des utilisateurs, et que Fuchs nomme la visibilité du public. La double valeur d'usage des biens produits par les réseaux sociaux ferait en sorte que l'on assiste à une inversion de la notion de fétichisme⁸⁰, puisque le côté marchand de ces biens (la commodification des activités des utilisateurs) est caché ou est rendu acceptable par la valeur d'usage sociale de ces mêmes biens (Fuchs, 2014a; Kruger et Johanssen, 2014). Ce fétichisme serait décelable dans des phrases telles que : "Facebook ne m'exploite pas puisque je bénéficie des services qu'il offre afin de me connecter avec les autres membres" (Van Dijck et Nieborg, 2009). D'ailleurs, certains auteurs notent que l'effort qui est mis afin de présenter la production de ces sites comme étant de nature relationnelle et communicationnelle a pour but de camoufler la valeur économique énorme des métadonnées qui sont ainsi créées (Allmer, Sevignani et Prodnik, 2015; Day, 2015; Van Dijck et Nieborg, 2009). Stratégie qui semble fonctionner puisqu'une étude empirique sur le sujet a relevé que la majorité des utilisateurs de Facebook n'étaient pas au courant du fait que l'information découlant de leurs activités sur le site est vendue à des publicistes, bien que plus des deux tiers des utilisateurs se sont déclarés opposés à de telles pratiques, une fois qu'elles leur ont été relevées (Lilley et al., 2012). Scholz (2017) va même jusqu'à affirmer que cette stratégie est primordiale au succès financier de la plupart des plateformes digitales, car leur valorisation en bourse serait directement proportionnelle à leur capacité de cacher le travail des consommateurs. Selon lui, ces plateformes, si elles parviennent à donner l'impression que le travail qu'elles obtiennent sera éternellement effectué gratuitement et en grande quantité, pourront mobiliser une bien plus grande somme de capital financier que les entreprises qui ont recours à un modèle d'affaires plus traditionnel. Ainsi, selon Fuchs (2014a), les usagers de ces sites sont pauvres, bien que cette pauvreté soit cachée sous les apparences d'une richesse sociale, puisqu'ils n'ont pas la liberté d'entrer dans des relations sociales non médiatisées par le capital et qu'ils ne

⁸⁰ Rappelons, encore une fois, que dans la théorie marxiste, cette notion stipule que l'échange marchand de biens permet de camoufler les relations sociales étant nécessaires à la production de ces biens.

possèdent aucune forme de propriété sur les biens qu'ils produisent, ni ne reçoivent de compensations financières.

Cette théorie élaborée par Fuchs fait évidemment l'objet de critiques. Premièrement, Arvidsson et Colleoni (2012) affirment qu'il est risible de parler d'exploitation infinie dans le cas des utilisateurs des sites et applications Web, considérant que l'ensemble des revenus publicitaires générés par les prosommateurs représente un total de 59\$ par utilisateur, par année⁸¹. Ils notent également que le principal moyen d'accumulation des sites de réseautage n'est pas la publicité, mais bien la cotation boursière, comme en témoigne le fait que les revenus publicitaires de Facebook étaient de 350 millions de dollars américains en 2010, alors que sa valeur boursière potentielle était évaluée par Goldman Sachs à 50 milliards de dollars américains pour la même année (il faut rappeler qu'à cette époque, Facebook n'avait pas encore effectué son introduction boursière). Hesmondhalgh soutient que l'utilisation de la théorie de Smythe pour étudier les industries culturelles contemporaines n'est pas adéquate. Il affirme que celle-ci serait vulgaire, réductionniste et fonctionnaliste, et sous-estimerait grandement les contradictions et les luttes au sein du capitalisme. Pour leur part, Jin et Feenberg (2015) affirment que la théorie de Fuchs néglige les différentes manières dont Facebook commodifie l'activité de ses utilisateurs pour ne se concentrer que sur l'une d'entre elles (la publicité). Ce qui est problématique dans la mesure où cette manière de créer de la valeur tend à perdre de l'importance pour Facebook. La vente de publicité ne correspond plus qu'à 84,2% de ses revenus en 2012, par rapport à 98% en 2009⁸². Jin et Feenberg (2015) rajoutent également que la théorie de Fuchs souffre de ne considérer que les aspects économiques des réseaux sociaux et de négliger complètement tout ce qui relève de leurs potentiels politiques et démocratiques. Robinson (2015) pour sa part, clame que les entreprises se basant sur la prosomation 2.0 ne créent pas de la valeur en soi, mais se contentent de détourner vers elles une partie de la valeur créée par le secteur productif de l'économie. Finalement,

⁸¹ Il faut toutefois noter que cet argument, dans la mesure où il semble indiquer qu'une relation d'exploitation nécessite une contribution importante de l'exploité, est éminemment discutable. Effectivement, si l'on se base sur la théorie marxiste, c'est la présence d'une asymétrie entre ce qui est donné et ce qui est reçu qui permet de caractériser l'exploitation. L'importance de cette asymétrie n'ayant aucune incidence (Zukerfeld, 2017)

⁸² Tendence à la baisse qui est similaire chez Google, qui bien que n'étant pas un site de réseautage à proprement parler, utilise encore principalement un modèle publicitaire pour réaliser principalement ses revenus (Srnicek, 2017).

notons que plusieurs auteurs reprochent à la théorie de Fuchs (tout comme celle de Smythe sur laquelle elle est basée) de négliger le fait que le travail réellement productif est effectué non par les prosommateurs mais par des statisticiens qui compilent les données brutes afin d'en faire de l'information utile et des ingénieurs qui mettent en place les infrastructures technologiques permettant de collecter ces données (Bolaño et Vieira, 2015; Caraway, 2011; Comor, 2015; Kangal, 2016; Reveley, 2013). À la rigueur, le travail des prosommateurs ne permettrait que la création d'un capital fictif ou bien l'augmentation de l'exploitation des employés formels (en se servant, par exemple, de la prosommation afin de diminuer leur salaire).

Toutefois, selon nous, le principal problème de la théorie de Fuchs est qu'elle ne s'applique qu'aux formes de prosommation permettant la création de publicités. En effet, les différents concepts que mobilise cette théorie ne permettent pas de comprendre comme s'effectue la création de valeur dans tout autre type de prosommation⁸³. Par exemple, en ce qui concerne la création de "*mods*" pour un jeu vidéo, la théorie de Fuchs ne permet pas de conceptualiser le processus de création de valeur, puisque ce n'est pas par la récolte de revenus publicitaires que les entreprises vont retirer une valeur d'échange de cette activité. Bien que la prosommation générée par les réseaux sociaux soit importante, elle est loin de représenter toutes les formes de prosommation, ni même la plus intéressante. De plus, comme le note Rifkin (2014), l'importance que prend cette forme de prosommation est probablement appelée à décroître, car il semble y avoir un essoufflement dans les dépenses de publicités digitales des grandes entreprises. Un nombre croissant d'entre elles en sont venues au constat que ces publicités n'avaient qu'un faible impact sur les ventes et le "*brand building*". La théorie d'Arvidsson quant à elle possède un potentiel d'application beaucoup plus étendu, car il est possible de justifier que la création de valeur d'échange dépend de la création d'un surplus éthique dans tout type d'activité de prosommation. Considérant cette lacune, ce travail ne retiendra pas la théorie de Fuchs, et optera plutôt pour l'utilisation de la théorie développée par Arvidsson.

⁸³ Sauf le concept de plus-value extra, mais ce concept n'est utilisé, à notre connaissance, que dans un seul des travaux de Fuchs, et est présenté de façon très succincte.

2.9 Le devenir rente du profit

Aujourd'hui, le capitalisme repose sur la rente. Plutôt que de réinvestir le profit, le grand industriel mise sur la rente. Aujourd'hui, le circuit, le sang du capital, se nomme rente, et cette rente remplit une fonction essentielle dans la circulation du capital et dans le maintien du système capitaliste : je veux dire dans le maintien de la hiérarchie sociale et de l'unité de direction du capital (Negri, 2011: 41).

Capitalism has to transform plenitude into scarcity, because it cannot endure its own abundance (Shapiro, 2015 : 46).

The main contradiction today is between the possibility of free, abundant goods and information and a system of monopolies, banks and governments trying to keep things private, scarce and commercial. Everything comes down to the struggle between the network and the hierarchy, between old forms of society moulded around capitalism and new forms of society that prefigure what comes next (Mason, 2015: xix)

Les autonomistes postulent que le capital ne peut se reproduire seul, et que pour ce faire, il requiert un point externe ("*outside point*"). À l'aide d'une métaphore, de Angelis explique que: "*As in the case of cells or complex organisms, capital too needs to feed on an outside, to derive from it the sources of its energies and to dispose in it the waste of its processes*" (de Angelis, 2007: 66). L'avènement du biocapitalisme ferait en sorte que ce point externe dont le capitalisme dépend s'est métamorphosé. Il ne s'agit plus d'une zone géographiquement exclue du monde capitaliste, comme c'était le cas dans le capitalisme industriel, mais d'un "espace" interne au capitalisme, régi par une logique d'action différente, celle du commun (Hardt et Negri, 2000). Selon les autonomistes, cette dépendance du capital envers le commun n'est pas nouvelle. Par exemple, lors de l'époque fordiste, l'un des meilleurs moyens de résistance dans les vastes bureaucraties caractéristiques de cette période consistait à appliquer les règlements de manières intransigeantes et rigoureuses, ce qui entraînait un dysfonctionnement dans les processus de production. Cette manière de résister faisait ressortir le fait qu'afin de fonctionner efficacement, même les bureaucraties (qui sont selon Weber, l'emblème des procédures et de la rationalité) devaient se baser sur l'ensemble des communications, coopérations, réciprocités et créativité informelles ayant lieu au sein de ces organisations, c'est-à-dire sur une forme de commun (Fleming, 2009; Fleming et Mandarini, 2009). Dans le même ordre d'idée, Vann (2004) ainsi que Hanlon (2016; 2017) postulent qu'à travers son histoire, le management a toujours dépendu de systèmes de communications informels afin d'atteindre les objectifs fixés. Toutefois, selon les autonomistes, la dépendance du capital envers le commun s'est grandement accentuée avec l'émergence du

biocapitalisme, le capital devenant de plus en plus dépendant de ce que Cederstrom et Fleming (2012) nomment ironiquement le ventre communiste du capitalisme. Selon Vercellone (2007), cet accroissement de la dépendance du capital envers le commun n'est pas surprenant, puisqu'une étude historique du capitalisme permet de constater que plus les processus de production sont fondés sur la coopération autonome des travailleurs, plus le capital va devoir se rabattre sur des formes indirectes d'accumulation qui seront réalisées dans la sphère de la circulation (par exemple, l'arbitrage ou la cotation boursière).

Pour les autonomistes, cette importance que prend le commun dans le biocapitalisme entraîne un autre changement théorique majeur par rapport au marxisme orthodoxe. Changement théorique portant sur l'un des concepts clés du marxiste, soit l'exploitation. Selon les autonomistes, l'exploitation, bien qu'elle subsiste, prend une forme plus diversifiée et raffinée, devenant beaucoup moins directe que ce qui se faisait sous le capitalisme industriel (Moulier-Boutang, 2013). Ils proposent de définir l'exploitation comme étant l'expropriation par le capital du commun, c'est-à-dire l'appropriation privée d'une partie de la valeur qui est créée de façon autonome par la multitude (Hardt et Negri, 2000). L'expropriation et la privatisation du commun ont pour effet de transformer des relations sociales fluides en des commodités fixes. Des exemples concrets de ce type d'exploitation sont la finance (Hardt et Negri, 2009; Negri, 2018), les brevets (Marazzi, 2008; Negri, 2018), les codes sources (Rigi, 2013), le "*merchandising*" (Stahl, 2010), le monopole symbolique des réseaux sociaux (Beverungen et al., 2015; Ouellet, 2015), le Web 2.0 (Zwick et Bradshaw, 2016) et les marques (Arvidsson, 2005), puisque tous ces dispositifs⁸⁴ permettent la capture du commun, rendant possible son échange et sa privatisation. Selon Dardot et Laval (2014), cette reformulation de la définition de la notion d'exploitation par les autonomistes les conduit à adopter une perspective beaucoup plus proudhonienne que marxiste. Effectivement, selon Marx, l'exploitation ne doit pas

⁸⁴ Il est ici nécessaire d'effectuer une précision en ce qui concerne le terme dispositif, puisque celui-ci sera utilisé à plusieurs reprises à travers le texte. La définition retenue sera celle d'Agamben, qui est elle-même en grande partie influencé par celle de Foucault, et qui définit un dispositif comme étant : tout ce qui a d'une manière ou d'une autre, la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants. (Agamben, 2014: 31).

être considérée comme le vol de quelque chose qui existait préalablement à son action, puisque c'est le capital lui-même qui organise la coopération des travailleurs afin d'en tirer une plus-value (Dardot et Laval, 2014). L'exploitation est plutôt une incongruité intrinsèque du système capitaliste, incongruité qui découle du caractère unique de la force de travail, qui est la seule marchandise pouvant créer une valeur d'échange supérieure à sa propre valeur d'échange, bien qu'elle soit payée à son juste prix (soit le temps de travail nécessaire à sa reproduction). Proudhon, au contraire, affirmait que l'exploitation était une forme de vol, car elle consiste selon lui en l'appropriation *a posteriori* de la synergie créée spontanément par le travail collectif. En effet, selon Proudhon: "Le capitaliste, dit-on, a payé les journées des ouvriers pour être exact, il faut dire que le capitaliste a payé autant de fois une journée qu'il a employé d'ouvriers chaque jour, ce qui n'est point du tout la même chose. Car, cette force immense qui résulte de l'union et de l'harmonie des travailleurs, de la convergence et de la simultanéité de leurs efforts, il ne l'a point payée. Deux cents grenadiers ont en quelques heures dressé l'obélisque de Luqsor sur sa base; suppose-t-on qu'un seul homme, en deux cents jours, en serait venu à bout ?" (Proudhon, 1840: 76). Comme on peut le constater, soutenir que l'exploitation consiste en un accaparement du commun créé de façon immanente par la multitude est beaucoup plus proche de cette dernière définition et revient à accréditer l'idée que la propriété du commun immatériel c'est le vol (Dardot, 2007). D'ailleurs, dans un des textes les plus récents de Néгри, on ne peut qu'être frappé de la ressemblance entre ces propos et ceux de Proudhon lorsqu'il affirme que :

Capital continues to exploit, but paradoxically in limited forms—when compared to its power of surplus-labor extraction from society as a whole. However, when we become aware of this new determination, we realize that fixed capital (i.e., the part of the capital directly involved in the production of surplus value) essentially establishes itself in the surplus determined by cooperation. Such a cooperation is something incommensurable: as Marx said, it is not the sum of the surplus labor of two or more workers but the surplus produced by the fact that they work together (in short, the surplus that is beyond the sum itself) (Negri, 2013: page non-disponible dans la version en ligne. Emphases présents dans la version originale).

Selon les autonomistes, la réalisation concrète de cette exploitation se fera par la création d'une rente qui est payée au capital (Negri, 2017). Le terme rente désigne toute activité accomplie par un agent afin de créer une situation de monopole qui permettra à celui-ci d'altérer artificiellement les flux des ressources à son avantage. Ce qui implique donc une perte sociale découlant de la mauvaise allocation de ces ressources (Chernoma et Baragar, 2011). Au contraire de nombreux courants marxistes, et de la théorie économique classique, les autonomistes ne perçoivent pas la rente comme un héritage féodal externe au capitalisme et appelé à disparaître sous l'effet de celui-ci, mais considèrent plutôt que la rente est devenue, du fait de l'importance du travail immatériel, le fondement même du capitalisme⁸⁵ (Vercellone, 2010: 2014). Ce développement a pour corollaire que le capital en vient à assumer une fonction strictement parasitaire, puisqu'à la différence des profits, qui étaient la forme d'extraction de survalueur emblématique du capitalisme industriel, la rente n'implique pas un réinvestissement de la survalueur extraite dans le processus de production ni même une intervention dans le processus de production⁸⁶ (Hardt et Negri, 2009). Cette transformation est nommée par les autonomistes le "devenir rente du profit" (*"the becoming rent of profit"*). O'Dwyer explique que:

capitalist accumulation is today characterised by a shift from the productive forms of capitalism that characterised the industrial era towards new modalities in which rent is no longer cast in opposition to profit. Through the growing role of property in extracting value from a position external to production, and the manipulation of the social and political environment in which economic activities occur, such as the management of scarcity and the increasingly speculative nature of capital itself, the core tenets of 'rent' are confused with 'profit' (O'Dwyer, 2013: 508).

Ainsi, selon les autonomistes, la compétitivité des firmes dépend principalement non pas de leurs processus internes, mais des économies externes, c'est-à-dire de leur capacité à capter les surplus productifs provenant des ressources cognitives et affectives d'un territoire, d'une population ou d'un public donnés, sans jouer aucune fonction positive dans la création de ces surplus (Negri et Vercellone, 2008). Le capitalisme est ainsi

⁸⁵ Il est intéressant de constater que même dans certains milieux capitalistes, un argument similaire est souvent proposé, comme en fait foi les lamentations de Fred Wilson, le fondateur d'Union Square Ventures, quant au fait que les entrepreneurs de la nouvelle économie mettent maintenant beaucoup plus d'effort à créer des monopoles permettant d'extraire une forme de rente, que d'utiliser pleinement les capacités des nouvelles technologies afin de réellement créer de la valeur (Rushkoff, 2016).

⁸⁶ Il est à noter que dans l'un de ses textes les plus récents, Negri (2018) utilise le terme de rente relative afin de désigner les profits et celui de rente absolue pour définir ce que nous avons décrit comme étant la rente, mais considérant la confusion que cela peut causer, nous préférons continuer à utiliser les termes classiques.

parvenu à escamoter l'étape qui l'obligeait à investir une somme d'argent afin de produire une valeur d'usage qui lui permettait de récolter une valeur d'échange (soit $A \rightarrow M \rightarrow A'$ en langage marxiste), pour simplement accumuler par le seul jeu des échanges monétaires ($A \rightarrow A'$) (Berardi, 2012). Le processus d'accumulation devenant entièrement abstrait. Toutefois, afin de pouvoir bénéficier de cette rente, le capital doit continuellement trouver de nouvelles choses à marchandiser, ce qui l'oblige à perpétuellement scruter les individus et les communautés évoluant autour de lui, de manière à identifier les nouvelles valeurs d'usage qui sont créées par ceux-ci, afin de les transformer en valeur d'échange (Cova et Paranque, 2013; Vercellone, 2010). Cette transformation sera réalisée via un acte symbolique permettant de commodifier et de privatiser ces valeurs d'usage gratuites, créant de facto une rareté artificielle (Böhm et al., 2012). La survie du capital devient donc dépendante de sa capacité à détourner la socialité primaire de la multitude (c'est-à-dire les relations interpersonnelles basées sur les principes du don) vers une sociabilité secondaire (qui est une socialité impersonnelle médiatisée ("*mediated*") par les institutions du marché) (Cova et Dalli, 2009).

La dissociation entre production et exploitation cause, selon les autonomistes, un grave problème de légitimité pour le capitalisme puisqu'elle a pour effet de complètement disjoindre les notions de valeur et de richesse ("*wealth*") qui étaient autrefois passablement liées (Hardt et Negri, 2012; Vercellone, 2010). En effet, comme le souligne Vercellone (2010), le capitalisme industriel tirait une grande partie de sa légitimité de la corrélation positive qu'il imposait entre valeur d'échange et valeur d'usage (la richesse), car dans sa quête perpétuelle d'augmenter la valeur créée, il permettait la création d'une quantité sans cesse plus importante de marchandises à un coût continuellement plus bas, satisfaisant ainsi un nombre croissant de besoins, réels ou superflus. L'existence de cette corrélation positive permettait donc au capitalisme de se justifier comme force progressiste, et de se présenter comme étant l'instrument le plus adapté pour mener à terme la lutte contre la rareté (ce qui était d'ailleurs reconnu par Marx lui-même, du moins jusqu'à un certain point). Argument qui ne peut plus être évoqué dans le biocapitalisme, car dans celui-ci, bien qu'il existe encore une corrélation entre les deux termes, celle-ci

est de nature négative. Considérant que la productivité de la multitude en termes de valeur d'usage est pratiquement illimitée, l'augmentation de la valeur d'échange est devenue dépendante de la capacité du capital à réduire la circulation de cette valeur d'usage (Berardi, 2012; Vercellone, 2010). Ce qui devient l'une des contradictions (si ce n'est un antagonisme) majeures de l'économie contemporaine, puisque bien que le capital se doit d'exproprier les communs afin de survivre, ces stratégies d'expropriation ont pour effet de nuire à la productivité du travail immatériel. En utilisant le langage économique, cela revient à affirmer que la propriété, contrairement à ce que les penseurs libéraux soutiennent, a pour effet de mener à une allocation sous-optimale des ressources sociales. Hardt affirme ainsi que:

Ideas, images, knowledges, code, languages, and even affects can be privatized and controlled as property, but it is more difficult to police ownership because they are so easily shared or reproduced. There is a constant pressure for such goods to escape the boundaries of property and become common. If you have an idea, sharing it with me does not reduce its utility to you but usually increases it. In fact, in order to realize their maximum productivity, ideas, images, and affects must be common and shared. When they are privatized their productivity reduces dramatically and, I would add, making the common into public property, that is, subjecting it to state control or management, similarly reduces productivity. Property is becoming a fetter on the capitalist mode of production. Here is an emerging contradiction internal to capital: the more the common is corralled as property, the more its productivity is reduced; and yet expansion of the common undermines the relations of property in a fundamental and general way (Hardt, 2010: 349-350).

Le capital est donc forcé de jouer un rôle d'équilibriste; il doit exproprier suffisamment le commun de façon à pouvoir survivre en tant que capital, mais doit faire attention à ne pas l'exproprier trop, puisque cela aurait pour effet de tarir la source même de sa richesse (Day, 2015; Negri, 2018; Terranova, 2004).

Cette stratégie d'expropriation est, selon les autonomistes, une continuation du processus d'accumulation primitive que Marx décrit comme étant : *"the process which divorces the worker from the ownership of the conditions of his own labour; it is a process which operates two transformations, whereby the social means of subsistence and production are turned into capital, and the immediate producers are turned into wage-labourers"*

(Marx, 1976: 874-875). Dans de nombreuses écoles marxistes, la notion d'accumulation primitive fait référence à une étape historique délimitée, au cours de laquelle les conditions permettant l'émergence du système capitaliste furent créées. Parmi ces conditions de possibilité : l'obligation pour une partie de la population de vendre sa force de travail pour vivre (le salariat), une stricte division sexuelle du travail (reléguant les femmes aux seules activités de reproduction de la force de travail), ainsi qu'une concentration élevée de la richesse, permettant de ce fait la création d'une classe de capitalistes ayant les moyens financiers de construire des manufactures et des fabriques (Frederici, 2004; Söderberg, 2008). Concrètement, la réalisation de ce processus a été rendue possible par deux mesures. La première fut l'"enclosure" des terres communes et leurs transformations en propriétés privées, empêchant de ce fait l'accès des paysans à leurs moyens de subsistance⁸⁷. La seconde a consisté infliger punitions et pénalités brutales aux individus qui ne voulaient pas ou ne pouvaient pas accepter le régime de production capitaliste (Brown, 2013). Cette délimitation a pour effet que les processus d'"enclosures" tendent à être très peu étudiés par la théorie marxiste, si ce n'est des historiens marxistes, puisque l'accumulation capitaliste est théorisée comme se réalisant strictement dans le processus de production (de Angelis, 2007). Toutefois, selon les autonomistes, l'accumulation primitive n'est pas un événement ayant un horizon temporel clos, mais constitue un processus permanent dans le capitalisme (Bonefeld, 2001). Cette position est conforme avec l'affirmation de Marx stipulant que l'accumulation primitive est principalement caractérisée non pas par une simple accumulation de biens matériels, mais plutôt par la séparation entre les travailleurs et les moyens de production (de Angelis, 2007). De ce fait, tout acte qui permet de réaffirmer cette séparation (dont entre autres les actions menant à des décompositions de classe⁸⁸), ainsi que toute expropriation du commun relèvent de l'accumulation primitive (de Angelis, 2001). Comme l'explique de Angelis: "*To the extent that social conflict creates bottlenecks in the accumulation process in the sense of reducing the distance between producers and the means of production, any*

⁸⁷ Comme le souligne Illich (1983), le processus d'"enclosure" entraîna également une modification sociale importante en ce qui a trait à l'attitude envers l'environnement. Suite à ce processus, l'environnement cessa d'être considéré comme un commun devant être chéri et partagé, et devint une ressource devant être valorisée et exploitée.

⁸⁸ Pour Frederici (2004) tout acte ayant pour effet de créer des divisions au sein des travailleurs, doit être considéré comme une forme d'accumulation primitive, car celui-ci permet de créer des hiérarchies indispensables pour la survie du capitalisme tout en affaiblissant la solidarité de la classe laborieuse (les divisions les plus notables étant les divisions sexuelles et raciales).

strategy used to reverse this movement of association is entitled to be categorised - consistently with Marx's theory and definition - as 'primitive accumulation'" (de Angelis, 2007: 141). Cette interprétation de la notion d'accumulation primitive par les marxistes autonomistes est sensiblement la même que celle proposée par David Harvey (2012), qu'il nomme accumulation par dépossession⁸⁹, et qui se définit comme un accroissement de valeur produit non pas par les mécanismes endogènes au procès de production, mais par un ensemble de moyens principalement politiques permettant à la classe dominante de s'emparer de ce qui était préalablement une propriété publique ou commune. Mais, contrairement à Harvey, les autonomistes ne considèrent pas que ces pratiques visent à répondre à un problème de capital inutilisé, en libérant un ensemble d'actifs à un coût pratiquement nul, ce qui permettra à ce capital de se rentabiliser (Dardot et Laval, 2014). Pour les autonomistes, la constance de ce phénomène à travers l'histoire du capitalisme a deux raisons (de Angelis, 2007). Premièrement, étant donné que la finalité du capitalisme, *son telos*, est, comme Marx l'avait mentionné, une accumulation infinie, il va de soi que celui-ci va chercher à étendre sa logique à un nombre sans cesse croissant d'activités humaines. Deuxièmement, les luttes de la classe dominée ont, à travers le temps, mené à l'extirpation de certaines activités de la logique du système capitaliste, ainsi qu'à leur récréation sous la forme du commun. Par contre, le résultat de ces luttes n'est aucunement final, et le capitalisme va constamment chercher à re-privatiser ce commun qui s'est échappé de son giron. Pour reprendre le langage autonomiste, cela correspond à la reprivatisation du commun créé par les activités de recomposition de la classe dominée.

Cependant, les autonomistes reconnaissent des particularités au phénomène d'accumulation actuel. Premièrement, de Angelis (2007) souligne que l'accumulation primitive nécessita un degré de force et de violence beaucoup plus élevé qu'aujourd'hui. A l'origine, les relations capitalistes n'étaient pas encore intériorisées par les individus, et il était donc nécessaire d'avoir recours à des forces supra-économiques afin d'imposer ces

⁸⁹ D'ailleurs, cet auteur affirme explicitement que la recherche d'une rente ("*rent-seeking*") est en fait une façon neutre et polie de se référer à ce qu'il nomme l'accumulation par dépossession (Harvey, 2014).

séparations⁹⁰. *"The key difference between what he (Marx) calls 'the ordinary run of things' - that is the normalised silent compulsion of economic relations - and 'primitive accumulation' seems to be the existence of 'a working class which by education, tradition and habit looks upon the requirements of that mode of production as self-evident natural laws"* (de Angelis, 2001: 15). Ce qui dans un langage bourdieusien, consiste à dire que la violence physique a considérablement cédé le pas à la violence symbolique, puisque les individus en sont venus à considérer comme légitimes et justes les significations que le capitalisme leur a imposées. Si l'on se fie à Hanlon (2016), l'école est l'un des grands responsables de ce développement, puisqu'en plus d'être obligatoire pour une période de temps sans cesse croissante, les programmes qu'elle dispense favorisent l'intériorisation de subjectivités encourageant l'individualisme et la rationalité économique. La deuxième différence entre l'accumulation primitive originelle et sa version actuelle (en Occident) porte sur la nature du commun qui est exproprié. Alors qu'auparavant le commun exproprié était principalement de nature matérielle (plus spécifiquement les terres communes), ce qui en faisait des biens rares et rivaux, le commun exproprié actuellement tend à être artificiel (les affects, la culture et les connaissances). Il est non-exclusif et non-rival, pour reprendre la typologie de Hess et Ostrom (Birkinbine, 2018; Hardt et Negri, 2009; 2017). Il en résulte que, contrairement à ce qui s'est passé lors des *"enclosures"*, l'expropriation du commun de nos jours ne reste que partielle, car il est impossible de complètement retirer l'accès à la communauté l'ayant produit (Birkinbine, 2018). Finalement, une dernière différence résiderait dans le caractère improductif de ces expropriations. Comme Moulier Boutang (2011) le fait remarquer, la politique des *"enclosures"*, malgré la misère qu'elle créa au niveau social, permit tout de même de faire grandement augmenter la productivité économique des terres communes expropriées. Ce qui contraste avec l'expropriation du commun artificiel, qui a un effet strictement négatif sur la productivité économique, car elle restreint l'accès de la multitude aux moyens de production et de communication lui permettant de réaliser ses activités productives.

⁹⁰ Il faut toutefois noter que cette conclusion est loin d'être adoptée par tous les autonomistes. Par exemple, Frederici (2004) affirme que la coercition supra-économique est loin d'avoir disparu dans le capitalisme actuel, mais a été exportée dans les régions périphériques.

L'importance de cette section dans le cadre d'un travail portant sur la prosommation est qu'elle permet de fournir les fondements théoriques permettant de conceptualiser l'exploitation dans ce type d'activité. En se basant sur ce qui a été présenté précédemment, on peut affirmer que la prosommation, de par le travail immatériel qu'elle implique, permet la création du commun. La valeur de ce commun dépend du surplus éthique qu'il permet de créer et l'exploitation consistera en l'expropriation et la privatisation d'une partie de ce commun conçu par la multitude. Toutefois, il convient de se demander si on peut réellement considérer cela comme une forme d'exploitation, dans le sens marxiste du terme. Selon Wright, l'usage du terme exploitation dans un sens marxiste dépend de trois principes (Wright, 1997). Premièrement, il faut que le bien-être matériel d'une classe dépende de la privation matérielle d'une autre. Deuxièmement, il faut que cette relation découle de l'exclusion de la classe exploitée des ressources productives clés, notamment de la propriété. Finalement, le mécanisme par lequel se réalisent les deux premiers principes doit être l'appropriation du travail de la classe exploitée. En se basant sur ces trois critères, on peut effectivement utiliser le terme exploitation dans le cas de l'expropriation du commun produit par la prosommation, puisqu'elle a pour effet d'enrichir une classe exploitante et d'appauvrir la multitude⁹¹ et qu'elle nécessite que la classe dominante contrôle les moyens de prosommation. Enfin, il y a bien appropriation du travail immatériel de la multitude (Terranova, 2012). Néanmoins, comme le souligne Hesmondhalgh (2010), pour que l'on puisse parler d'exploitation, il faut également rajouter à ces conditions la présence d'une source de compulsion illégitime qui pousse l'exploité à réaliser l'acte de travail qui crée son exploitation. La célèbre phrase de Marx affirmant que le prolétaire n'est libre que de choisir par qui il se fera exploité est un exemple de ce type de compulsion illégitime. En effet, selon la tradition marxiste, bien que la relation salariale semble être un marché librement conclu entre le travailleur et le capital, l'inégalité de la redistribution des forces productives entraîne une coercition cachée dans cet échange⁹². Plusieurs auteurs ont noté que cette compulsion illégitime

⁹¹ Cet appauvrissement survient non pas simplement par le retrait de la valeur qu'elle a créée, mais également par le fait que la qualité du travail de celle-ci est contrainte par le contrôle unilatéral sur les configurations techniques qu'exercent les propriétaires (Terranova, 2012).

⁹² D'ailleurs, selon Meiksins Wood (2002), cette compulsion cachée serait d'ailleurs la caractéristique distinctive et dominante du système social capitaliste, puisque l'accès aux ressources sociales et matérielles ne se fait pratiquement que par le marché, ce qui force

existe dans la prosomation, et ce, même si ce travail est effectué de façon libre et volontaire⁹³. Premièrement, selon plusieurs auteurs (Allmer, Sevignani et Prodnik, 2015; Andrejevic⁹⁴, 2009; 2015; Azam, 2013; Cockayne, 2016; Nixon, 2015; Postigo, 2003; Ritzer, 2014a; 2015b; Staab et Nachtwey, 2016), il faut considérer que les infrastructures permettant le labour gratuit (que Ritzer (2014a; 2015b) nomme les moyens de prosomation) sont sous le contrôle d'entités privées qui structurent leur accès de manière à accaparer une partie de la valeur créée par les prosommateurs. Cet argument est poussé plus loin par certains auteurs qui vont même jusqu'à affirmer que l'"enclosure" des activités de jeux et de communications en ligne fait en sorte que la seule liberté consiste à choisir qui exploitera ses activités de loisir et de communication (Day, 2015; Land et Böhm, 2012; Banks et Potts, 2010). En se basant sur les sites de réseaux sociaux, Fuchs (2014a; 2018c) affirme qu'il en résulte une forme de violence idéologique et structurelle, puisque la communication est fondamentale au développement et au maintien psychologique de l'être humain, et qu'il est pratiquement impossible pour un individu de se passer de l'usage de ce type de plateforme sans s'ostraciser socialement. Il souligne le caractère illégitime de cette compulsion en affirmant que: *"Audience are under the ideological control of capitalists who possess control over the means of communication. If for example people stop using Facebook and social networking sites, they may miss certain social contact opportunities. They can refuse to become a Facebook worker, just like employee can refuse to work for a wage, but they may as a consequence suffer social disadvantage in society"* (Fuchs, 2014a: 91). Cette affirmation est d'ailleurs confirmée par une étude empirique sur le sujet, qui révèle qu'environ 70% des utilisateurs de Facebook considèrent que ce site est très important ou absolument crucial, afin de permettre le maintien ainsi que l'augmentation de son capital social, et que près de 60% des utilisateurs jugent Facebook comme étant très important ou absolument crucial afin de se divertir et de communiquer (Lilley et al., 2012). De leur côté, certains auteurs (Arvidsson, 2006; Cova et al., 2010) proposent un argument similaire en se servant de l'exemple des

les individus à vivre leur vie à travers des relations marchandes, et ce, même si pour plusieurs, cela ne correspond pas nécessairement à leurs désirs.

⁹³ Qiu (2019) en va même jusqu'à affirmer que cette compulsion est tellement forte qu'il ne faut pas simplement parler d'exploitation, mais également d'esclavagisme. Nous jugeons toutefois qu'un tel argument est très faible au niveau analytique et théorique.

⁹⁴ Il faut toutefois mentionner que cet auteur affirme dans un autre texte (2013), qu'il faut faire attention lorsque l'on utilise le terme d'exploitation afin de catégoriser ce phénomène, puisque ce faisant, on effectue une certaine dévaluation du terme, étant donné que l'exploitation de la multitude est beaucoup moins brutale que celle que subissent les travailleurs industriels des pays en voie de développement.

marques, et affirment qu'il existe effectivement une compulsion illégitime dans cette situation, puisque celles-ci sont devenues pratiquement indispensables pour la construction de l'identité et l'exercice des relations sociales. Ce développement s'expliquerait par l'érosion de l'importance des identités stables et typiques de la modernité (telles que la classe, le groupe religieux, le lieu de naissance et/ou d'habitation, le sexe et l'âge), érosion qui fait en sorte que les individus doivent prendre en charge eux-mêmes leur construction identitaire. L'identité, puisqu'elle n'est plus une certitude, doit continuellement être recrée et réconfortée par les actions, même insignifiantes, des individus. Considérant que dans le monde contemporain, une grande partie des actions des individus (si ce n'est la majorité) se déroulent dans un contexte marchand, on peut comprendre pourquoi les marques se sont extirpées du rôle traditionnel auxquelles elles étaient cantonnées (soit celui d'indicateur de qualité), pour devenir le principal élément constructeur de l'identité (construction identitaire qui est, rappelons-le, essentielle afin de gérer l'angoisse existentielle propre aux êtres humains) (Holt, 2004). En tenant compte de ces divers arguments, nous croyons donc qu'il existe clairement une compulsion illégitime qui pousse les individus à se livrer à des activités de prosommation, et affirmons donc que l'expropriation du travail des prosommateurs doit être considérée comme une forme d'exploitation.

2.10 Biopolitique

Foucault clearly senses (without seeming to understand fully) the explosiveness of this situation: the biopolitical process is not limited to the reproduction of capital as a social relation but also presents the potential for an autonomous process that could destroy capital and create something entirely new. Biopolitical production obviously implies new mechanisms of exploitation and capitalist control, but we should also recognize, following Foucault's intuition, how biopolitical production, particularly in the ways it exceeds the bounds of capitalist relations and constantly refers to the common, grants labor increasing autonomy and provides the tools or weapons that could be wielded in a project of liberation (Hardt 2010: 354-355).

The immanent relation between production and the production of subjectivity announces itself most forcefully at the points in Marx's writing where he deals with the problem of the transition from one mode of production to another. At these points of historical transformation, where one mode of production is destroyed and another is constituted, Marx underscores that such a transformation is impossible without a corresponding transformation of subjectivity (Read, 2002: 131).

Le marxisme orthodoxe avait et a toujours tendance à ne mettre l'emphase que sur la soi-disant objectivité, ignorant pratiquement tout ce qui se rapporte aux questions de l'identité et de la subjectivité. En effet, comme le souligne Bourdieu: "Marx, attaché à déceler sous les idéologies de la légitimité les rapports de violence qui les fondent, tend à minimiser, dans son analyse des effets de l'idéologie dominante, l'efficacité réelle du renforcement

symbolique des rapports de force qu'implique la reconnaissance par les dominés de la légitimité de la domination" (Bourdieu, 1970: 19). En se basant sur de nombreux penseurs post-modernes (Baudrillard, Deleuze, Guattari et Lyotard en tête), les autonomistes, au contraire, accordent une grande importance à tout ce qui se rapporte aux processus de création des subjectivités dans le système capitaliste. Selon les autonomistes, la séparation classique entre les travailleurs et les moyens de production doit être supportée par un processus de désobjectivation des singularités, ayant pour but de les remodeler et de les rendre conformes au système capitaliste, processus qu'ils nomment subjugation sociale (Fumugalli, 2015; Negri, 2008a). L'exemple classique est celui de Henry Ford qui réussit à obtenir une augmentation de la productivité de ses employés non seulement en ayant recours à des méthodes objectives (soit les procédés tayloristes, les innovations technologiques et l'octroi d'un salaire notablement plus élevé que la moyenne de l'industrie), mais également par le remodelage de la subjectivité et des habitudes de vie des travailleurs, permettant ainsi de les rendre plus conformes aux exigences du travail à la chaîne (Hanlon, 2016). Ce processus fût principalement réalisé grâce à l'embauche d'une armée d'inspecteurs et de travailleurs sociaux dont la fonction principale consistait à littéralement espionner les travailleurs dans leur vie personnelle, puis à faire des rapports approfondis traitant, entre autres, de leur consommation d'alcool, de leur moralité, de leurs loisirs, de leurs opinions politiques et religieuses, et mêmes de leur vie sexuelle⁹⁵ (Frayssé, 2015). Comme le mentionne Frayssé (2015), ces inspecteurs eurent un effet déterminant dans l'instauration de ce que l'on pourrait appeler le fordisme culturel (le fameux "*american way of life*"), c'est-à-dire la généralisation à l'ensemble de la population américaine des normes culturelles que Ford jugeait les plus susceptibles d'engendrer un travailleur performant (la religiosité, la vie familiale traditionnelle, la tempérance, le patriotisme, l'anti-socialisme ainsi que la déférence à l'autorité rationnelle-légale), normes qui étaient beaucoup plus conservatrices que celles que l'on retrouvait auparavant au sein de la classe ouvrière.

⁹⁵ Puisque l'employé monogame tend à avoir des pulsions sexuelles beaucoup plus faibles, et est donc beaucoup moins susceptible de "gaspiller" son énergie à tenter de les assouvir.

Le passage d'une économie industrielle vers le biocapitalisme a toutefois, selon les autonomistes, des impacts importants sur ce processus, puisque l'un des éléments les plus singuliers du travail immatériel par rapport au travail industriel concerne justement son impact sur les subjectivités. En effet, celles-ci ne sont plus simplement affectées de façon négative par le travail, mais sont également affectées de façon constitutive (Negri, 2008a). Cela mène à l'un des postulats les plus importants de la théorie autonomiste, soit que le travail immatériel est biopolitique⁹⁶. Par ce terme, il s'agit de signifier que c'est un travail qui ne crée pas simplement, ni même principalement, un bien matériel, mais surtout des relations sociales, et ultimement, la vie sociale elle-même (Hardt et Negri, 2004). Selon les autonomistes, puisque le travail immatériel implique l'utilisation des aptitudes coopératives, intellectuelles, communicatives et affectives de la multitude, ce travail influence la façon dont les singularités formant la multitude se perçoivent, agissent et traitent les autres, et a donc un impact positif majeur sur leur subjectivité (Brown, 2013). Morini et Fumagalli expliquent que: *"immaterial labour is, therefore, constitutive of portions of one's subjectivity. In this immaterial context, the separation of mind and body, typical of the Taylorist labour organization, tends to disappear in an inextricable mix of working routine and intense participation in the productive process"* (Morini et Fumagalli, 2010: 237). Brown (2012) donne un exemple concret de ce processus biopolitique, puisqu'en observant le travail de la multitude sur des réseaux sociaux en ligne, il en arrive à la conclusion que le travail sur ces sites permet la création de subjectivités qui pourront potentiellement s'opposer au capitalisme. Il en veut pour preuve la coopération et la collaboration autonome de nombreux travailleurs, qui s'organisent et s'auto-contrôlent sans avoir recours à une quelconque hiérarchie ou relation salariale. Pour les autonomistes, contrairement à ce qui est soutenu par différents courants marxistes, l'école de Francfort en tête, la culture de la classe dominée n'est donc pas une version pauvre et bâtarde de la culture bourgeoise, mais est issue d'un processus d'auto-valorisation visant à la dissocier toujours plus de cette dernière, menant éventuellement à leur inintelligibilité mutuelle (Negri, 1989).

⁹⁶ Il est à noter que bien que ce terme provienne de Foucault, les autonomistes le séparent en deux notions distinctes, la première étant négative et transcendante (qu'ils nommeront biopouvoir, et qui sera présentée subséquentment) et la seconde étant immanente et positive, soit la biopolitique.

L'aspect biopolitique du travail immatériel tient aussi au fait qu'il excède toujours (Negri (2008c) parle d'excessivité) la capacité du capital d'en extraire de la valeur, car le capital ne peut capturer toutes les activités du bios (Eden, 2012; Negri, 2008c). Selon Negri:

the surplus permits the creation of spaces of self-valorization that cannot be entirely reabsorbed by capital: in the best case, it is only recuperated by a sort of permanent "pursuit-race" of this mass of autonomous labour — or, more exactly, of this multitude of productive singularities. The constitution of capitalist temporality (that is to say, capitalist power) can therefore no longer be acquired in a dialectical manner: the production of goods is always followed by the subjectivities that oppose it, under the form of a virtually antagonistic dispositif that comes to frustrate any capitalist synthesis of the process" (Negri, 2008c: 21).

En termes plus simples, cela signifie qu'une partie des collaborations, coopérations, connaissances et affects (ce qui fait donc partie du commun) créée par la multitude reste externe au capital et pourra même lui devenir ouvertement hostile, car elle peut encourager la création de subjectivités révolutionnaires (Hardt et Negri, 2004; Negri, 2018). Ces nouvelles subjectivités seront hostiles au capitalisme dans la mesure où elles développeront de nouvelles opportunités d'auto-management économique et d'auto-organisation sociale et politique (Hardt and Negri, 2009). Selon les autonomistes, cette portion excédentaire tendrait également à croître à un rythme exponentiel, puisque la création du commun créerait une spirale irrésistible et engendrerait une portion sans cesse croissante de richesse sociale que le capital ne peut totalement privatiser. Cette croissance exponentielle découlerait du fait que le commun forme une sorte de matière première dont la valeur d'usage n'est pas détruite par la consommation, mais est au contraire renforcée et amplifiée à mesure qu'il est utilisé (Hardt and Negri, 2009). Dardot (2007) explique que:

Au prix du détournement d'un concept marxiste bien connu, on pourrait dire qu'on a affaire à une sorte de "reproduction élargie", non du capital, mais de la richesse sociale produite indépendamment du capital [...] [puisque] il est impossible au capital de privatiser la totalité de ce "commun", ce qui veut dire en, d'autres termes, que l'expropriation ou la privatisation du "commun" [...] est condamné à rester partielle [...] C'est ce que l'on pourrait appeler la loi de l'excès du commun sur la capture du capital (Dardot, 2007: 55).

L'aspect biopolitique du travail immatériel permet ainsi aux autonomistes de réactualiser l'affirmation de Marx selon laquelle le capitalisme crée ses propres fossoyeurs. La thèse classique à ce sujet est que le développement structurel du capitalisme tendait à créer une classe vivant dans une telle misère, que la seule chose qu'elle risquait de perdre en faisant une révolution était ses propres chaînes (Adler, 2002). Dans le biocapitalisme, toutefois, les fossoyeurs seraient créés non pas par une continuelle dépossession de leurs moyens de subsistance, par leur réduction au rôle d'"*homo sacer*" (pour reprendre le terme d'Agamben), mais par le développement d'une force de travail continuellement plus sophistiquée, dans la mesure où elle est plus éduquée et a des capacités éthiques, communicatives et cognitives plus développées⁹⁷. Cette sophistication est à la fois nécessaire pour le capital (la seule véritable source de productivité découle désormais de l'activité autonome de la multitude) tout en lui étant potentiellement nuisible, puisqu'elle favorise l'autonomie des travailleurs envers le capital (Hardt et Negri, 2009). Ce développement théorique des autonomistes les conduit à questionner la primauté politique du prolétariat et à soutenir plutôt que dans le capitalisme contemporain l'ensemble de la multitude porte en elle un potentiel révolutionnaire (Hardt et Negri 2009). Le travail regagne son côté émancipateur, créatif et expressif identifié par Hegel et Marx, et permettrait éventuellement à la multitude d'effectuer un exode anthropologique, c'est-à-dire qu'elle parviendrait à créer à la fois de nouveaux modes de vie, de nouveaux modes de production et un nouvel humain (qu'Hardt et Negri qualifient de post-humain), qui serviront de base ontologique au communisme⁹⁸⁹⁹ (Dardot, Laval et Mouhoud, 2007). Laval explique que: "La constitution des réseaux coopératifs, l'intégration de la communication dans la production dépassent de très loin le seul terrain économique: il s'agit d'une réorganisation des liens sociaux et du cadre institutionnel. En un mot, la production biopolitique " pose les bases d'un pouvoir constituant", elle rend possible la démocratie de la multitude" (Laval, 2007: 105). Ici encore, les autonomistes affirment que

⁹⁷ À l'instar de Fuchs (2016), on peut toutefois se questionner si l'amélioration de l'éducation et de la connectivité permet réellement le développement de subjectivités progressistes et révolutionnaires, puisque pratiquement tous les managers, CEO et entrepreneurs de la nouvelle économie sont hautement éduqués et connectés, mais sont loin de remettre en question le système social et économique capitaliste.

⁹⁸ L'emphase qui est mise sur la notion d'exode par la théorie autonomiste fait en sorte qu'il faut la qualifier de théorie de la post-reconnaissance. À la différence des théories de la reconnaissance, qui visent à faire reconnaître un acteur social comme un interlocuteur légitime dans une institution ou un système, les théories de la post-reconnaissance jugent que l'intégration à cette institution ou ce système n'offre rien de constructif, et préfère au contraire prôner une autonomie complète par rapport à ceux-ci (Fleming, 2016).

⁹⁹ Fordyce et van Ryn (2014) donnent un exemple concret de cet exode, en pointant vers le réseau social Diaspora, qui est basé sur un rejet des principes mercantiles, intrusifs et autoritaires qui sont au centre des réseaux sociaux les plus connus.

Marx avait également anticipé ces développements, puisque dans "Fragment sur les machines" il suggère que :

l'origine de la crise n'est plus imputée aux disproportions inhérentes à un mode de production réellement fondé sur le temps de travail concédé par les individus (elle n'est donc plus imputée aux déséquilibres liés à l'existence pleine et entière de la loi de la valeur, par exemple la chute tendancielle du taux de profit). C'est au contraire la contradiction déchirante entre un procès de production qui s'appuie désormais directement et exclusivement sur la science, et une unité de mesure de la richesse qui coïncide encore avec la quantité de travail incorporée dans les produits, qui apparaît aujourd'hui au premier plan. L'élargissement progressif de cet écart conduit, selon Marx, à l'« effondrement de la production basée sur la valeur d'échange » et, donc, au, communisme (Virno, 1992 : page non-disponible dans la version Web).

Mouhoud (2007) utilise le terme de "communisme à portée de main invisible" afin de décrire cet argument autonomiste, puisque selon lui, cette logique consiste en une sorte d'inversion de la logique libérale d'Adam Smith. Alors que chez ce dernier, la main invisible consiste en une harmonisation spontanée des intérêts égoïstes par le jeu de l'échange marchand, les autonomistes prônent plutôt un processus spontané d'expansion du commun, donc une sorte de main invisible du commun, faisant en sorte que le communisme est à portée de main. Ainsi, l'émergence du communisme se ferait non pas avec fracas, mais bien de façon extrêmement douce et subtile. Selon Dardot et Laval (2014), cette vision de l'émancipation est un corolaire de leur théorisation proudhonienne de la notion de commun. Puisque le commun est selon les autonomistes le fruit immanent et spontané des activités de la multitude, l'atteinte du communisme se fait simplement par la création de nouvelles relations de production échappant au capital, et non pas par une révolution permettant d'exproprier les moyens de production. Considérant la forte similitude¹⁰⁰ de la pensée anarchiste avec la théorie autonomiste (Karatani, 2014), il n'est pas surprenant de constater que cette théorisation du passage à un monde post-capitalisme est très proche de celle proposée par Proudhon (Price, 2013). Selon ce dernier, le passage à un monde post-capitaliste ne sera pas le fruit d'une révolution prolétarienne violente renversant brusquement l'ordre existant, mais la conséquence du développement graduel et paisible de contre-institutions et de modes de vie alternatifs. Proudhon mettait en effet

¹⁰⁰ Pour ne pas dire influence, puisque cette filiation n'est pas directement assumée et est même parfois énergétiquement niée par les autonomistes.

l'emphase sur le développement de sociétés mutualistes, qui en viendraient à remplacer l'État et le système économique capitaliste (Price, 2013). Comme on peut le constater, cette thèse est très proche de celle prônée par les autonomistes, lorsqu'ils clament que l'aspect biopolitique du travail immatériel fait en sorte qu'il devient possible pour les travailleurs de s'organiser de façon indépendante, exposant ainsi au grand jour le rôle strictement parasitaire du capitalisme et créant la possibilité de son remplacement graduel (Hardt et Negri, 2009).

Le passage du capitalisme au communisme serait, selon les autonomistes, similaire à la période de transition entre le féodalisme et le capitalisme. Rappelons qu'au cours de cette période le système dominant tirait parti de certaines relations et pratiques proto-capitalistes qui ont favorisé finalement sa chute. Effectivement, les économies féodales tardives profitaient financièrement des activités bancaires et de productions artisanales entreprises par la classe bourgeoise naissante, et cherchèrent donc à encourager leur développement. Toutefois, au fur et à mesure de leur expansion, ces activités en vinrent à s'affranchir du cadre institutionnel féodal dans lequel elles étaient cantonnées, devenant de ce fait beaucoup plus capitalistes et corrosives pour ce système social et économique. Ce qui mena à la chute du féodalisme et à l'ascension du capitalisme. Pareillement, dans le biocapitalisme, les autonomistes soutiennent que la classe dominante se doit d'encourager le développement de la création du commun par la multitude, mais ce faisant, elle scie la branche sur laquelle elle est assise, et pose les jalons d'une société post-capitaliste.

Comme le souligne Nunes (2007), il faut toutefois tempérer l'aspect biopolitique et subversif du travail immatériel tel que proposé par Hardt et Negri, puisque ces caractéristiques ne sont pas nécessairement généralisables à l'ensemble du travail immatériel. En fait, celles-ci ne sont vraiment présentes que lorsque ce travail combine trois facteurs: la présence de travail créatif, un coût de reproductibilité nul ou quasi-nul de ce qui est créé et un investissement en capital fixe faible accessible ("*shouldered*") à la multitude. Ces conditions ne sont toutes présentes que dans une petite part du travail

immatériel effectué. De plus, et comme les expériences des organisations contrôlées par les travailleurs en Argentine l'ont démontré, le fait que l'organisation du travail s'opère de façon immanente, sans l'aide d'une classe managériale et "bourgeoise", n'entraîne pas nécessairement, ni même probablement, la création de subjectivités anti-capitalistes (Ozarow et Croucher, 2014).

2.11 Biopouvoir

Pour « rendre possible » le travail, le gouvernement libéral doit investir la subjectivité du travailleur, c'est-à-dire ses choix, ses décisions. L'économie doit devenir économie des conduites, économie des âmes (Lazzarato, 2005:59)

Un despote imbécile peut contraindre des esclaves avec des chaînes de fer; mais un vrai politique les lie bien plus fortement par la chaîne de leurs propres idées; c'est au plan fixe de la raison qu'il en attache le premier bout; lien d'autant plus fort que nous ignorons la texture et que nous la croyons de notre ouvrage: le désespoir et le temps rongent les liens de fer et d'acier, mais il [sic] ne peut rien contre l'union habituelle des idées, il ne fait que la resserrer davantage (Foucault, 1975 : 122).

Capital (in neoliberalism) wants the power of productive subjectivation to be recognised as a subject of the capital relationship. It wants voluntary servitude (Negri, 2018 : 173).

Selon les autonomistes, l'émergence du biocapitalisme est concomitante à celle d'un nouveau type de pouvoir, soit le biopouvoir. Lorsqu'utilisé par les autonomistes, le terme de biopouvoir fait référence à la définition foucauldienne¹⁰¹ de ce terme (Lemke, 2011). C'est-à-dire, une forme distinctive de gouvernement qui émerge parallèlement aux formes libérales de régulations sociales, et qui cherche à gouverner les sujets non pas en restreignant les libertés, mais au contraire en leur en accordant toujours plus de façon à les conduire à un état de gouvernance de soi ("*self-governance*"). Ce type de pouvoir va ainsi chercher à viser les caractéristiques vitales des sujets (leurs bios) afin de les encourager à développer une conscience relative au soin de soi, permettant ainsi une accommodation du pouvoir à des processus qui lui échappaient *a priori* (Coll, 2013; Genel, 2004).

¹⁰¹ Il faut noter qu'outre la définition retenue par les autonomistes, Foucault donne deux autres définitions de ce terme (Lemke, 2011). La première vise à caractériser certains discours politiques fondés sur la question raciale au cours du 19e et du 20e siècle. Les plus connus d'entre eux sont le nazisme et l'eugénisme, qui prônaient tous deux le perfectionnement racial, quoique de manières distinctes. La seconde décrit la rupture entre le pouvoir souverain, caractérisé par une relation opérant sous forme de déduction (prenant la plupart du temps la forme d'une déduction de biens physiques, mais qui dans les cas extrêmes consistait en la déduction de la vie du sujet), et une nouvelle forme de pouvoir qui cherche à administrer, sécuriser, développer et optimiser la vie des sujets. Cet objectif sera réalisé par le recours conjoint aux techniques disciplinaires agissant sur le corps des individus et aux techniques de contrôle sur le corps collectif de la population. Cette autre définition du biopouvoir mise de l'avant par Foucault recoupe sur certains points la définition retenue par les autonomistes, puisque celle-ci nécessite, afin d'être efficace, le recours aux techniques de contrôle de population (Coll, 2013; Lemke, 2011).

La notion de biopouvoir telle qu'utilisée par les autonomistes concorde avec la notion de société de contrôle proposée par Deleuze¹⁰² (1990), ce qui permet de la situer dans une perspective de domination de classe largement omise par la seule analyse foucauldienne (Fleming, 2015). Selon Deleuze, trois formes dominantes de pouvoir se sont succédé dans l'histoire moderne occidentale. La première caractérise les sociétés de souveraineté, dans lesquelles le souverain ne s'occupait nullement de stimuler le potentiel productif de ses sujets, mais se contentait de prélever et d'imposer, ce qui faisait en sorte que le pouvoir n'avait qu'un rôle strictement négatif (économiquement parlant). Avec l'avènement du capitalisme et de l'industrialisation, cette forme de société a laissé place à ce que Deleuze nomme "la société disciplinaire", caractérisée par de multiples lieux d'enfermement visant à concentrer, répartir dans l'espace et composer une force productive dont l'effet est supérieur à la somme des forces élémentaires. Pour en arriver là, la société disciplinaire imposa une double contrainte sur les corps, soit l'individuation et la massification. Alors que la première permet de remodeler les individus selon les besoins de la production industrielle, la seconde a comme objectif de rendre l'ensemble des individus interchangeables et indifférenciés, réduisant de facto leur capacité individuelle de perturbation (Negri, 2018). Toutefois, le temps de vie privée des individus échappait à ces instances disciplinaires (Crary, 2014). Les crises des années 60 et 70 sonnèrent le glas des sociétés disciplinaires, et l'on assista à l'émergence de la société de contrôle, société dans laquelle l'entreprise remplace l'usine, la formation continue tend à remplacer l'école, et le contrôle continu remplace l'examen, permettant la pénétration de facto du pouvoir, sous une forme plus insidieuse, dans tous les pores de la société. Negri (2008c) reprend à son compte les conclusions de Deleuze, et explique que les crises marquant le passage d'une société disciplinaire vers une société de contrôle étaient en partie liées aux limites des techniques disciplinaires de type fordiste et tayloriste concernant le contrôle de la force de travail. Les changements économiques requéraient en effet une main-d'œuvre beaucoup plus créative et mobilisée, ce que ne peuvent produire les techniques disciplinaires. En revanche, les dispositifs de contrôle qui émergent à partir des années 1960 et 1970 encouragent une série de comportements variés et différents, pour ne pas dire déviants, pour autant qu'ils restent dans une marge acceptable (Lazzarato, 2009b). Les

¹⁰² Étant lui-même influencé par Foucault.

techniques de contrôle vont donc chercher à stimuler le potentiel créatif des individus non pas en accaparant les corps, comme c'est le cas pour les techniques disciplinaires, mais plutôt les esprits et les subjectivités (Berardi, 2009; Crary, 2014). Il en résulte que, dans la société de contrôle, la coercition s'effectue de manière beaucoup plus subtile que dans la société disciplinaire, puisqu'aucune personne ni institution ne semblent forcer les individus à agir d'une manière spécifique.

Les autonomistes soutiennent donc que le biopouvoir remplace la discipline comme mécanisme de pouvoir prédominant dans l'économie contemporaine, ce dont témoigne par exemple la prépondérance de processus poussant les individus à s'auto-former, s'auto-diriger et s'auto-contrôler (Carnera, 2012; Carter et al., 2002; Munro, 2012). Cela ne signifie pas que la normalisation disciplinaire disparaît, mais plutôt que celle-ci n'est plus effectuée par une institution en particulier. Les systèmes de contrôles sont plutôt déployés sous forme de réseaux dans toutes les sphères de la vie, rendant cette normalisation disciplinaire plus immanente au champ social (Lazzarato, 2015). Pour Fleming (2015) la logique de la prison et de l'usine s'est évadée de son domaine traditionnel pour se propager dans l'ensemble du corps social. On retrouve encore ici le thème de la lutte entre l'immanence et la transcendance chère aux autonomistes, car tout comme la coordination transcendante a cédé le pas à la coordination immanente, il en est de même pour le pouvoir, qui en est venu à adopter un caractère immanent, à se retrouver au sein même des individus, au détriment du pouvoir transcendant, qui lui perd de son importance.

Selon les autonomistes, le biopouvoir est la forme de pouvoir la plus adaptée au contrôle du travail immatériel, puisqu'il est une forme de contrôle subtil qui ne brime pas directement la multitude et permet de laisser les possibilités d'actions ouvertes, tout en amoindrissant le risque de bifurcation extrême de ses actions (Lazzarato, 2004a). A l'opposé des techniques disciplinaires, le contrôle de la multitude nécessite avant tout une parole persuasive, une parole qui semble être sans autorité et qui s'entrelace avec la propre parole des singularités, ouvrant ainsi des espaces de création de possibles (Berardi, 2009).

C'est ce type de parole que le biopouvoir va tenter de créer, et qui permettra le contrôle des activités productives de la multitude de manière à monétariser et capitaliser les externalités que le travail immatériel crée. Il offre la possibilité de moduler les comportements de la multitude tout en lui permettant de conserver en grande partie son autonomie et son potentiel de créativité, conditions de sa productivité (Arvidsson, 2006; Lazzarato, 2004a). Le biopouvoir devient donc la forme de pouvoir le plus adaptée à une économie où l'extraction de la valeur s'effectue dans tous les instants de la vie, car il fait en sorte que les sujets en viennent à intérioriser ainsi qu'à confondre les objectifs et les valeurs du système capitaliste avec les leurs (Cederstrom et Fleming, 2012). Fleming (2014) souligne d'ailleurs que la notion de biopouvoir permet de comprendre une des tendances lourdes du monde du travail contemporain, soit l'impossibilité qu'éprouvent un nombre sans cesse croissant de personnes de complètement "décrocher" de leurs emplois, même lorsqu'elles sont en vacances.

Sur le plan empirique, la littérature a identifié plusieurs exemples concrets de l'exercice du biopouvoir. Le plus connu est probablement celui des marques. En effet, les techniques de brand management qui sont utilisées afin de bâtir le capital de marque sont souvent identifiées comme étant une forme de biopouvoir, puisqu'elles ont pour effet de faire en sorte que les activités productives autonomes des individus se déroulent dans un contexte déterminé par l'entreprise, et ce, sans qu'ils ne le ressentent comme une pratique autoritaire (Arvidsson, 2006; Banet-Weiser, 2012). Un autre exemple concret de biopouvoir est donné par Coll (2013), qui souligne que l'étude de la consommation des individus permet d'obtenir de l'information qui servira à influencer les corps et les mentalités des consommateurs. En fait, comme le mentionnent Cova et Cova (2012), toute l'action marketing depuis les trente dernières années peut être considérée comme une forme de biopouvoir¹⁰³. Tout comme les techniques de marketing, la plupart des techniques managériales depuis Mayo relèvent également du biopouvoir, puisque celles-ci visent à faire en sorte que les travailleurs perçoivent leurs actions comme découlant de

¹⁰³ Ces auteurs utilisent en fait le terme gouvernementalité, mais comme le souligne Lucarelli (2010), chez Foucault, ces deux mots visent sensiblement à désigner les mêmes modalités de contrôle.

leur propre volition, alors que celles-ci sont en grande partie contrôlées de façon subtile par les organisations¹⁰⁴ (Gabriel, 2005; Michel, 2011). Cette forme de contrôle est extrêmement utile et puissante pour les organisations, puisque les employés ne sont aucunement conscients du fait qu'ils subissent une forme de contrôle et qu'il devient alors beaucoup plus difficile pour eux de le contester (Michel, 2011). L'internalisation du pouvoir fait en sorte que la résistance contre celui-ci devient pratiquement impossible, puisqu'il n'y a plus de figure pour l'incarner. Les employés deviennent ainsi les artisans de leur propre domination et exercent eux-mêmes le rôle de manager (Fleming, 2012a; 2014). De plus, étant donné le degré élevé d'intériorisation des valeurs et des objectifs des organisations, les formes de résistances traditionnelles telles le sabotage, l'absentéisme et le "heel dragging", deviennent beaucoup moins attrayantes pour les travailleurs, puisqu'en se livrant à de telles activités de résistance, ils ont l'impression de se punir eux-mêmes (Lucas, 2010).

De par l'intériorisation de la relation de pouvoir qu'il produit chez les individus, on pourrait être porté à croire que le biopouvoir signifie l'avènement d'un état de réification totale tel que prophétisé par Adorno. Bewes, par exemple, se range derrière une telle position lorsqu'il affirme que:

Late capitalism may be described similarly as a stage in which the administration of reality reaches its logical conclusion - a society of perfectly disciplined, or self-disciplining, 'integrated' subjects, whose relationship to their labour seems less 'alienated' than 'organic'. In the recent appearance of 'organizational holism' as a discourse of business management, for example, workers are subject to what is in effect a new modality of the operation of power: spiritual integration - an ideology which coincides with the increasing disposability of the individual workers themselves: the consequence of the holistic vision seems to be a general implementation of corporate ideology so convincing that each employee will want to discipline her or himself accordingly, without being directly controlled or managed by superiors (Bewes, 2002:79).

¹⁰⁴ Un exemple concret récent de l'utilisation du biopouvoir dans les pratiques managériales est décelable dans la notion de "organizational wellness", notion qui a pris une grande importance au cours des dernières années (Dale et Burrell, 2014). Ce mouvement cherche à valoriser le bien-être au travail en individualisant ce concept (ce sont les employés qui deviennent responsables de leur propre bien-être, et non plus l'organisation) et consiste en une forme de biopouvoir dans la mesure où il a pour effet de mettre de l'avant certaines formes de subjectivité qui serviront de ressources économiques pour l'organisation (Dale et Burrell, 2014).

Cette vision des choses est toutefois contestée par les autonomistes, qui considèrent que l'infiltration du pouvoir dans l'ensemble des relations sociales n'implique pas que celui-ci soit totalisant, puisque cette infiltration propage également les antagonismes à travers l'ensemble du monde social, créant donc de multiples possibilités de résistance (Hardt et Negri, 2004). Fleming explique que :

when work aspires to capture everything about us – transcending the old vertical boundaries (i.e. ruling and subordinate classes) and horizontal divisions (i.e., occupational differentiation, work and non-work) – a new universal emerges. Unlike preceding eras of capitalist accumulation, labor's lament is just as likely to be heard among perversely salaried bankers as it is with lowly call-centre workers. Since the curse of work is now detached from its material moorings and is inserted inside all of us as something properly concrete, its malaise becomes generalized and bodily. This is why the line in the sand today is no longer only between labor and capital but capital and life. (Fleming, 2013: 637-638).

Ainsi, selon les autonomistes, l'émergence du biopouvoir ne doit pas être considérée de façon linéaire; comme la conquête de la résistance par le pouvoir, mais de manière dialectique, puisqu'il suscite également un mouvement inverse, c'est-à-dire l'infiltration de la résistance dans le mode de fonctionnement du pouvoir (Holloway, 2005). Cette vision des choses découle de l'origine foucauldienne du terme dans la pensée autonomiste. Contrairement à une interprétation erronée, mais grandement répandue, Foucault n'affirme pas que le pouvoir façonne complètement le sujet. Selon lui, le pouvoir, quel que soit sa forme, ne permet que des subjectivations partielles, et crée inéluctablement des formes de résistance, qu'il nomme des contre-conduites. Ces contre-conduites permettent un processus de subjectivation autonome et indépendant, distinguant des subjectivités prescrites par les dispositifs de pouvoir en place (Lazzarato, 2009a).

Finalement, il est important de considérer que selon les autonomistes, il existe une relation antagoniste entre biopouvoir et biopolitique, puisque le premier sert à exprimer une commande sur la vie à travers des technologies et des dispositifs de pouvoir, tandis que le second est une expérience de subjectivation provenant du bas, visant l'émancipation et la liberté par la création de nouvelles formes de vie, ce qui l'incite à chercher à s'affranchir des techniques de biopouvoir (Negri, 2008a; Negri, 2008c). Ou, pour reprendre les mots exacts de Negri (2004), le biopouvoir correspond à un pouvoir sur la vie, tandis que le

biopolitique correspond au pouvoir de la vie. Bien qu'influencée par Foucault, la séparation des termes de biopouvoir et de biopolitique en deux concepts distincts et antagonistes, voire dialectiques, est propre aux autonomistes, et permet de différencier cette école de pensée des diverses autres théories d'inspiration foucauldienne en proposant une possibilité d'émancipation face à cette nouvelle forme de pouvoir (Madra et Özselçuk, 2010). En effet, pour Hardt et Negri, l'erreur de certains disciples de Foucault est de ne mettre l'accent que sur les mécanismes de biopouvoir permettant la création de relation sociale, tout en négligeant que ces relations sont également créées de manières immanentes par la multitude (par le travail biopolitique) (Brown, 2004; Hardt et Negri, 2017). Selon les autonomistes, la biopolitique n'est pas simplement opposée au biopouvoir, elle le précède également ontologiquement, puisque la biopolitique correspond au pouvoir constitutif (*potenza*) de la vie sociale de la multitude, que le capital devra approprier et exploiter afin de survivre (Day, 2002; Murtola, 2014).

2.12 L'entrepreneur politique

Be as different from the social norm as you wish, experience your autonomy in its fullness, as long as the outcome of your behaviour is translatable into the homogeneous grammar of the general equivalent – money' finally rests on the paradox of a coercive freedom, of a refined governmental dispositif which controls while inciting to subjective autonomy (Leonardi, 2010: 259).

Contemporary capitalism does not first arrive with factories; these follow, if they follow at all. It arrives with words, signs, and images. (Lazzarato, 2004b: 190)

Comme les chapitres précédents l'ont démontré, la pensée autonomiste prône que l'activité de production est réalisée à la fois de manière autonome par rapport au capital ainsi que de façon coopérative entre les différentes singularités formant la multitude. Une telle vision du processus de production semble avoir pour effet de rendre anachronique la figure de l'entrepreneur, puisque cette figure est basée sur une mystification idéologique individualisante qui ne semble pas cadrer avec les conditions de production actuelles (Jones et Murtola 2012). D'ailleurs, Hardt et Negri proclament l'obsolescence de la figure de l'entrepreneur: "*Corporations such as Apple and Microsoft survive by feeding off the innovative energies that emerge from the vast networks of computer and Internet-based producers that extend well beyond the boundaries of the corporation and its employees.*

Biopolitical production, in fact, is driven from below by a multitudinous entrepreneurship" (Hardt et Negri, 2009: 297-298). L'entrepreneur contemporain aurait ainsi abandonné le rôle que lui conférait Schumpeter dans le processus de destruction créatrice et ne serait plus qu'un parasite se nourrissant des activités de la multitude (Hardt et Negri, 2017). Toutefois certains autonomistes ne partagent pas ce point de vue et affirment que la figure de l'entrepreneur, ne se réduit pas à un rôle strictement parasitaire. Selon Lazzarato (2014; 2015) puisque l'une des caractéristiques du capitalisme actuel consiste en ce que le capital doit contrôler les capacités communicatives et les dimensions affectives de la multitude, la fonction entrepreneuriale va se transformer et se définir principalement par l'établissement d'une forme de commande sur les désirs et les personnalités. L'entrepreneuriat passant d'une prescription et d'une définition des tâches, à une prescription et une définition des subjectivités (Lazzarato, 1996). C'est en faisant miroiter ce que Lazzarato nomme un monde, ce qui correspond sensiblement à un mode de vie, que l'entrepreneur réussirait à transformer et créer ces subjectivités (Lazzarato, 2001; 2014). Lazzarato et Murphy (2007) utilisent le terme d'entrepreneur politique ("*political entrepreneur*") pour désigner cette nouvelle figure, qui regroupe les rôles d'entrepreneur, de politicien et de "*media boss*". Le terme politique est utilisé afin de souligner l'impossibilité de séparer les activités politiques et les activités économiques dans le capitalisme contemporain, les activités principales de l'entrepreneur politique relevant directement de la sphère politique traditionnelle tout en étant créatrice de valeur économique (Böhm et Land, 2012). En effet, comme le note Banet-Weiser (2012), dans le monde contemporain il devient de plus en plus manifeste que les entreprises (principalement par le développement des images de marque) structurent et déterminent non plus simplement les habitudes de consommation, mais également (et dans une proportion toujours plus croissante) les pratiques civiques, culturelles et politiques. L'entrepreneur contemporaine ne vise pas uniquement, ni même principalement, à créer des objets, mais cherche plutôt à créer des sujets.

Plus précisément, l'entrepreneuriat politique se définit comme un moyen d'accumuler du profit non pas par l'exploitation directe du travail matériel, mais bien par l'exploitation

de la communauté, de l'affection et de la communication (Arvidson 2006). Lazzarato et Murphy expliquent que: "*The [...] production cycle is coextensive with the production of society, and exploits it. Social, productive and communicative relations are traversed and set to work by the political entrepreneur. The production of surplus-value and of society are tightly connected. This is the sense in which "the entrepreneur freed from the political produces the political"* (Lazzarato et Murphy, 2007: 93). L'entrepreneur politique ne va donc pas chercher à organiser la production directement, mais à organiser les conditions générales d'organisation, à mettre en mouvement les conditions sociales rendant possible le développement de réseaux productifs basés autour d'une marque ou d'une entreprise¹⁰⁵ (Böhm et Land, 2012). Les communautés ainsi engendrées vont par la suite créer de la valeur de manières autonomes, valeur qui sera finalement expropriée au bénéfice de l'entrepreneur politique et de son entreprise. L'entrepreneur politique brise donc la séparation entre le politique et l'économique, puisqu'il agit à la fois dans ces deux sphères. La création de valeur économique devient concomitante de la création d'une opinion, d'un mode de vie et d'une sphère publique de délibération politique, puisque l'adhésion des prosommateurs au monde mis de l'avant par l'entrepreneur politique va faire en sorte que ceux-ci vont en venir à être impliqués dans le processus de création et d'innovation de l'entreprise (Palmas, 2012). En utilisant le terme proposé par Zwick et Bradshaw (2016), on peut affirmer que les tâches de l'entrepreneur politique consistent en la réalisation d'une forme de marketing biopolitique, c'est-à-dire un marketing qui cherche à capturer et à diriger les consommateurs dans un réseau de divertissement, consommation, production et surveillance, permettant ainsi à l'entreprise de privatiser l'ethos communiste et de subsumer au cycle de production capitaliste l'entièreté des affects, communications et subjectivités de la multitude. Cette thèse n'est pas qu'un simple fantasme des autonomistes. Elle est accréditée par un grand nombre de sommités académiques en marketing, comme le prouve l'exemple de Cova et al. (2010) qui affirment qu': "un enjeu majeur pour le marketing réside dans l'idée de faire participer les marques aux communications-conversations initiées par les consommateurs" (Cova et al., 2010 : 22).

¹⁰⁵ En se basant sur les travaux de Cova et Guernezi (2016), on peut croire que l'entrepreneur politique va, dans la plupart des cas, pouvoir bénéficier du soutien de plusieurs entrepreneurs tribaux, c'est-à-dire des personnes passionnées par un produit, une marque et/ou une entreprise, qui vont, afin de pouvoir vivre pleinement leurs dites passions, fédérer la communauté (ou tribu) gravitant autour de cet objet (tout en en retirant certains bénéfices monétaires ou statutaires).

La campagne publicitaire de Dove nommé "Campaign for real beauty" fournit un exemple frappant de ce nouvel entrepreneuriat. Cette campagne, qui rencontra un vif succès commercial et entraîna un accroissement considérable du capital marque de l'entreprise, s'articulait autour de la création d'un espace culturel virtuel (sites Web, forums de discussion, vidéos) permettant aux femmes d'aborder un phénomène social jugé problématique, à savoir la représentation irréaliste du corps féminin dans les médias. La marque devenait ainsi une forme d'usine décentralisée permettant à la fois de créer un surplus éthique et de fédérer le travail immatériel de nombre de prosommateurs, tout en les réifiant dans des objets dont la valeur d'échange était grandement bonifiée (Mumby, 2016).

Les actions de cette nouvelle forme d'entrepreneur sont également politiques dans la mesure où elles imposent une division dans le cycle de production, car les différentes actions de cet entrepreneur vont permettre à la compagnie de s'attribuer l'acte de création, fragmentant ainsi artificiellement le processus de co-création de la multitude. Ce qui crée une hiérarchisation sociale déterminant quel type de travail est considéré comme productif (et donc rémunéré) ou improductif (et donc non-rémunéré) (Lazzarato 2004a). Cette séparation constitue l'action politique par excellence, car comme l'explique Graber (2011), le but premier de la politique consiste à définir la valeur et les activités créatrices de valeur dans une société donnée. Les actes de l'entrepreneur politique auront donc pour effet d'individualiser un groupe restreint d'acteurs et de désindividualiser la grande majorité, puisque leurs actions ne seront pas reconnues et tomberont sous la désignation d'effet de masse (Galloway et Thacker, 2007). L'entrepreneur politique est en mesure d'agir ainsi du fait que le processus de création de valeur du biocapitalisme rend extrêmement difficile, si ce n'est impossible, d'assigner et de mesurer directement la contribution d'une personne à la production économique (Lazzarato, 2014).

Il faut toutefois spécifier que les actions de l'entrepreneur politique ne créeront pas nécessairement ce qu'il désire, car il est fort possible que les prosommateurs prennent une voie divergente et deviennent même subversifs. L'œuvre de Michel de Certeau (1990)

permet d'éclairer les mécanismes de cette réappropriation subversive de la signification et de l'utilisation des marques et des marchandises. Selon cet auteur, les théories critiques du marketing postulant que la valeur signe d'un produit est passivement reçue par les consommateurs sont erronées, puisqu'elles négligent la capacité qu'ont les consommateurs à résister et à se rebeller. Afin de comprendre comment s'effectue cette résistance, de Certeau a recours à deux métaphores, soit l'anti-colonisation et la guérilla (Gabriel et Lang, 1995). La première métaphore tente de démontrer qu'à l'instar des Amérindiens, qui résistèrent au code culturel et religieux des colonisateurs, non pas en les rejetant, mais en les altérant et en les métamorphosant de manière à les rendre inintelligibles aux colonisateurs, les consommateurs vont modifier un cadre de référence imposé par un pouvoir externe. Bien que semblant accepter passivement la valeur signe et la valeur d'usage encodée dans les produits de consommation de masse, les consommateurs vont en fait les transformer, les saper et les distordre, en ayant recours au bricolage (utilisé dans le sens que Levi-Strauss a donné à ce terme), c'est-à-dire un mélange de ruse, de créativité et d'improvisation (de Certeau, 1990; Gabriel et Lang, 1995). La deuxième métaphore, celle de la guérilla, permet quant à elle de faire un parallèle entre ce type de guerre et la consommation. Par cela, de Certeau propose que la consommation est une forme de guérilla, car ce sont les puissants qui vont définir les endroits où celle-ci s'effectue ainsi que les pratiques qu'il convient d'adopter (ce qui est nommé procédure stratégique par de Certeau), tandis que les faibles, bien que forcés d'opérer dans ces endroits, vont toujours tenter de se les approprier, et de subvertir et détourner les pratiques de leurs fonctions originelles (ce qui est nommé procédure tactique par de Certeau). Ces réappropriations vont habituellement viser à instaurer subtilement dans ces lieux marchands des systèmes d'échanges sociaux basés sur le don ainsi qu'une éthique de la ténacité prônant le refus de l'ordre établi (de Certeau, 1990). Ainsi, de façon analogue à Barthes qui clamait la mort de l'auteur comme arbitre final de la signification d'un texte, la théorie de de Certeau propose que nous sommes en train d'assister au trépas de l'entreprise comme guide suprême de la détermination de la valeur d'usage et de la valeur signe de la commodité (Miller, 1987). La bonne façon d'utiliser une commodité ou une marque ne doit donc pas être considérée comme un fait objectif, mais est, à l'instar des croyances et des valeurs, éminemment contestable et discutable. De par l'autonomie

accrue que le biocapitalisme laisse aux consommateurs/prosommateurs, ainsi que par la présence du Web 2.0 qui offre un endroit indépendant à partir duquel les consommateurs peuvent agir (Reardon et al., 2017), ces possibilités de bifurcations et de réappropriations deviennent d'autant plus probables et soutenues, rendant de ce fait, le processus d'accumulation biocapitaliste extrêmement sensible aux effets des différentes activités de résistance telles le "*culture jamming*", le "*hacking*" et le "*ad-busting*" (Land et Taylor, 2010). Cette fragilité est également accentuée par le caractère instable et arbitraire de la relation entre le signifiant et le signifié dans le capitalisme contemporain (Mumby, 2016). Les travaux de Baudrillard ont permis depuis bien longtemps de démontrer que dans nos sociétés, les marques et les objets de consommation sont devenus un répertoire langagier sans syntaxe, dans la mesure où on peut leur apposer n'importe quel signifiant¹⁰⁶, mais que celui-ci ne sera que toujours éphémère. Cette éphémérité faite en sorte qu'il n'existe pas de référents stables sur lesquels on peut se baser afin d'interpréter les différentes valeurs signe des marques et des objets commerciaux, ce qui réduit pratiquement à néant leur capacité circulatoire (c'est-à-dire leur capacité à avoir la même signification d'un contexte à un autre), et les rend donc extrêmement propices à être réappropriés de manière subversive. Mumby explique, en se servant de l'exemple des marques, que :

Deployment of the 'floating signifier' has thus become one of the primary strategies through which value is created in neoliberal, post-Fordist capitalism (Firat and Dholakia, 2006)[...] However, the arbitrariness of these systems of meaning implies that they are, by definition, indeterminate and thus under constant threat of breakdown and instability. As Kornberger (2010) points out, brands are simultaneously incredibly powerful and incredibly vulnerable. There is thus an additional contradiction at the heart of all branding efforts in that brands are designed to be stable and enduring, and yet they are precarious and subject to (mis)appropriation. Brands, in this sense, always contain an excess of meaning—an indeterminacy—that creates the possibility for political engagement. Brands, then, are a site of struggle through which contestations over meaning and identity occur. They have the power to mediate many aspects of people's lives, including their sense of a coherent identity, but they can also be appropriated in ways that are beyond the control of the brand strategists (Mumby, 2016: 894-895).

¹⁰⁶ Phénomène qui est nommé par Mumby (2016), indétermination de la signification.

Afin d'illustrer concrètement ce phénomène de réappropriation subversive, on peut se référer à l'exemple des communautés regroupées autour d'une marque, mais qui s'opposent et contestent le management et l'image officielle de celle-ci (Cova et Cova, 2012; Cova et White, 2010). Ces communautés (ou tribu, pour reprendre l'expression utilisée par ces auteurs) peuvent utiliser deux formes d'oppositions, soit la création d'une contre-marque visant délibérément à concurrencer la marque officielle¹⁰⁷ ou la création d'une vision alternative de la marque (par rapport à celle proposée officiellement par l'entreprise). Cette dernière stratégie, quoique ne cherchant pas directement à nuire à la marque officielle, peut toutefois générer une concurrence indirecte envers celle-ci (Cova et White, 2010). En effet, bien que les consommateurs qui agissent ainsi sont généralement motivés, non pas par une haine envers la marque, mais au contraire, par un profond attachement envers celle-ci, et tentent, en quelque sorte, de la purifier et de lui redonner une identité qu'ils jugent authentique, leurs actions vont parfois se révéler néfastes pour l'entreprise (Cova, Kozinets et Shankar, 2007). On peut, à ce sujet, citer l'exemple d'un segment de la communauté Star-Trek qui, déçu par la promesse trahie du réalisateur de la série d'y inclure un personnage ouvertement homosexuel, décidèrent de réaliser eux-mêmes des épisodes comportant de tels personnages (Kozinets, 2007). De même, des admirateurs du jeu Duke Nukem 3D créèrent un mod permettant de recréer les caractères, tableaux et armes de ce jeu dans un autre jeu plus récent (soit Quake 3), ce qui provoqua l'ire de l'entreprise commercialisant le jeu Duke Nukem 3D (Postigo, 2008). Afin d'amoindrir ces risques de bifurcation, les mondes qui seront proposés par les entrepreneurs politiques devront être homogénéisants. C'est-à-dire qu'ils ne proposeront qu'une variation minime des modes de vie déjà existants (Lazzarato, 2004a). Ainsi, comme le souligne Lazzarato, l'entrepreneur politique va définir: "Un cadre assez « lâche » (puisque, précisément, il s'agit de l'action sur des possibles) à l'intérieur duquel, d'une part, l'individu pourra exercer ses « libres » choix sur des possibles déterminés par d'autres et au sein duquel, d'autre part, il sera suffisamment maniable, gouvernable, pour répondre aux aléas des modifications de son milieu, comme le requiert la situation

¹⁰⁷ Deux cas emblématiques de contremarque sont ceux de Premium-Cola, qui fut créé par un collectif de fans d'Afri-Cola suite à la décision de l'entreprise commercialisant cette boisson d'en changer le goût ainsi que la teneur en caféine, et de Confrontation, qui était un jeu de figurines créé par deux ex-joueurs de Warhammer désabusés par les pratiques commerciales de Games Workshop, l'entreprise dominante dans cette industrie (Cova et Paranque, 2012).

d'innovation permanente de nos sociétés" (Lazzarato, 2005: 62). L'entrepreneur politique doit donc laisser suffisamment d'espace et de latitude à la multitude, afin de ne pas la restreindre dans ses activités spontanées de création du commun, tout en faisant en sorte que ces activités soient dirigées vers des formes qui permettront de facilement le commodifier (Brown, 2013; Denegri-Knott et Zwick, 2012; Moulier Boutang 2010; Zwick et Bradshaw, 2016). En se servant de l'exemple de Facebook, Beverungen et al. expliquent que:

It is, therefore, not so much a question of discouraging misbehaviour as to encourage user activity that produces the right kind of content and data to be valorized, by prescribing certain kinds of user activity via the user interface and the codes and protocols that ensure its function. To give one example, the 'Like' button is not only a technology of enclosure (Halpern, 2012), it also facilitates specific forms of interaction and prevents others. In fact, it is probably the most reductive kind of code there is, allowing only two options: either a user 'likes' something (a link, a post, an article, a video, whatever), or they don't interact (Beverungen et al., 2015: 484).

Étant donné que la création de valeur pour l'entreprise passe en grande partie par l'expropriation du commun, une autre des tâches primordiales de l'entrepreneur politique consiste justement à trouver de nouvelles façons de séparer, clôturer et privatiser une partie de celui-ci (Fleming, 2012b). Cela comporte toutefois une difficulté majeure, puisque comme il a été mentionné précédemment, chaque action d'expropriation du commun a pour effet d'appauvrir et de ce fait d'exploiter la multitude. Considérant que la réalisation d'une telle tâche implique de s'insérer dans les flux de production et par la suite d'en restreindre systématiquement l'accès à ceux ayant réalisé cette production, l'entrepreneur politique devra donc impérativement trouver des justifications permettant de rendre cette expropriation socialement acceptable; de faire croire que cette expropriation est légitime (Jones et Murtola, 2012). Ce faisant, il cherchera donc à masquer à la multitude que ce qui est exproprié est en fait créé par elle. Jones et Murtola soulignent à ce sujet que l'entrepreneuriat permet de:

disguise the way that the particular individuals who claim responsibility for 'value creation' are not so much creating value as they are claiming value for themselves, which is in fact produced in common from the common. Entrepreneurship is a

matter of dispossession or expropriation of value produced in common, of inserting oneself into the flows of capital and labour and then systematically denying one's place in that network so as to claim that one has created by oneself, that one or one's corporation has been the source and locus of creation. In doing so, the entrepreneur and the society that believes in the myth of entrepreneurship denies the necessary history of collective social production that is antecedent to and coincident with entrepreneurship (Jones et Murtola, 2012: 648-649).

Cette tâche est d'une importance capitale, car les relations entre les entreprises et la multitude peuvent rapidement se détériorer si celle-ci a l'impression de se faire exploiter. La multitude s'identifie fortement au fruit de son travail (qui est considéré comme étant une expansion de soi), et une entreprise qui tente de l'accaparer d'une manière trop peu délicate, va souvent en subir les contrecoups, sous la forme d'une désaffectation profonde ou d'une réelle rébellion (Huws, 2014; van den Broek, 2010). C'est ainsi par exemple que les joueurs du jeu en ligne "Star Wars Galaxies" ont procédé à un exode massif et provoqué alors la fermeture du jeu suite à l'introduction de nouvelles politiques par l'entreprise qui le commercialisait. (Jenkins, 2006). Suite à leur mise en application, nombre de joueurs se mirent à considérer que le jeu était devenu trop dépendant du contenu créé par les joueurs, et que paradoxalement, l'entreprise introduisait de plus en plus de restrictions et de contrôles dans les façons de réaliser ce contenu (Jenkins, 2006). Afin d'éviter qu'une telle situation se produise, l'entrepreneur politique se doit de faire preuve d'empathie et de respecter les particularités de la communauté de prosommateurs qu'il tente d'exploiter, et de ne commercialiser qu'avec modération ce qu'elle produit (Bruns, 2012; Zwick et Bradshaw, 2016). Si l'on se fie à Ritzer (2015a), on peut croire que ces activités d'obscurcissement et de justification sont dans une large mesure extrêmement efficaces, puisque les prosommateurs ne demandent que très rarement à recevoir une compensation financière. Comme il l'explique :

They [les prosommateurs] seem quite satisfied with the mostly noneconomic rewards that they derive from these systems. However, this is, in the view of this analysis, to a large degree a function of the fact that they do not see themselves as prosumers [...] Thus, they are unaware of the productive role they play [...] If they saw themselves in this way, they might well see themselves as deserving of at least some of the economic gain that is being derived from their substantive contributions to them (Ritzer, 2015a: 434).

Les actions de l'entrepreneur politique vont ainsi permettre la co-optation du commun par le capital, c'est-à-dire que le commun servira principalement les intérêts du système social capitaliste, soit la réalisation de profit (de Angelis, 2013). Afin de conceptualiser ces entités qui sont vues différemment par leurs propriétaires et leurs utilisateurs (les premiers cherchant à l'exploiter tandis que les seconds s'en servent pour innover, communiquer et créer des relations sociales), Brown (2013) propose d'utiliser le terme de quasi-commun.

2.13 La prosommation, une voie vers l'émancipation ?

Le présent chapitre nous a permis de présenter de façon détaillée les différents concepts tournant autour de la prosommation qui sont proposés par les autonomistes. Bien que cette présentation puisse sembler trop vaste et trop large dans le cadre de ce travail, elle était selon nous indispensable afin de théoriser et de conceptualiser à la fois les effets actuels de la prosommation, ainsi que ses implications potentielles. Rappelons que lors de la conclusion du premier chapitre, nous avons soutenu que toute étude portant sur la prosommation se devait de tenir compte du contexte capitaliste dans lequel cette activité survient, et ce, d'autant plus que celui-ci était trop souvent ignoré du fait de l'"athéorisme" de la plupart des travaux sur le sujet (Fuchs, 2017). De même, nous avons également proposé que la mutabilité du capitalisme fait en sorte qu'une simple transposition des concepts marxistes classiques à la situation actuelle ne ferait qu'obscurcir notre compréhension de celle-ci. C'est pourquoi il nous semblait pertinent de présenter la théorie autonomiste de façon aussi extensive, car elle permet une lecture fine, profonde et nuancée des transformations qu'a subies le capitalisme au cours des dernières décennies. Transformations qui ont fait en sorte que la prosommation en est venue à non seulement assumer le rôle d'activité dominante du système économique, mais également de devenir la principale force pointant vers son dépassement éventuel. Ainsi, ce chapitre nous a permis de proposer que les activités de prosommation sont réalisées par une nouvelle classe révolutionnaire dominante nommée multitude, sur la base d'un travail immatériel impliquant une coopération sociale subjective et donc immanente au processus même de production. Au niveau conceptuel, nous avons également vu que la

prosommation métamorphosait complètement le processus de création de valeur, car celui-ci ne serait plus dépendant du temps de travail socialement nécessaire, mais devient plutôt fonction de la création d'un surplus éthique. Surplus éthique qui peut prendre diverses formes, tels une relation sociale, une expérience commune ou un sentiment d'appartenance (qui sont toutes des formes de commun dans la perspective autonomiste). De plus, il a également été avancé que les activités de labeur gratuit sont à la fois dépendantes et engendrent du commun, et que l'expropriation d'une partie de ce commun par l'entrepreneur politique est la forme emblématique de l'exploitation dans le biocapitalisme. À la différence des approches que nous avons qualifiées de "*mainstreams*" qui considèrent que les activités de prosommation profitent équitablement à la fois aux entreprises et aux prosommateurs, la pensée autonomiste nous permet de questionner l'existence de cette logique gagnant-gagnant-gagnant, et de postuler qu'elles consistent principalement en une forme d'exploitation parasitaire, et ce, même si les personnes réalisant ces activités le font tout à fait "volontairement". Lopdrup-Hjorth résume bien cette position lorsqu'il affirme que: "*co-creation - or co-production - is viewed as the unpolluted cooperation and creation of value that is exploited by corporations. In this sense, the common, the process of co-creation, is taking the place labor had previously held within political economy. It is becoming the source of value creation and it is becoming that which is exploited in contemporary capitalism*" (Lopdrup-Hjorth, 2013: 161). Finalement, l'utilisation de la théorie autonomiste nous a également permis de mettre de l'avant le côté potentiellement émancipateur et révolutionnaire des activités de prosommation (l'aspect biopolitique du travail immatériel), ainsi que la nouvelle forme de pouvoir utilisée afin de contrôler ces activités, soit le biopouvoir. Grâce à ces différents concepts, il nous a été possible d'effectuer une théorisation néo-marxiste de la prosommation, ce qui était l'un des objectifs principaux de cette thèse.

Cependant, bien que l'étendue de la théorie autonomiste soit vaste et qu'elle contienne de nombreux aspects nous semblant indispensables pour la compréhension du phénomène de la prosommation et des changements qu'il a apporté au système capitaliste, on se doit d'admettre qu'elle comporte tout de même une carence importante. En effet, nous ne

pouvons que partager le sentiment de nombreux auteurs lui reprochant son excès d'optimisme face aux nouvelles technologies et nouvelles formes de travail, ainsi que son traitement négligé des questions du contrôle, du pouvoir et de l'idéologie (qui ne sont qu'expliquées brièvement et abstraitement par la notion de biopouvoir) (Böhm et Land, 2012; Dardot et al., 2007; Dardot et Laval, 2014; Dean, 2019; Dyer-Whiteford, 2015; Eden, 2012; Greaves, 2015; Jappe et Kurze, 2003). Comme le mentionne Beverungen et al. (2015), la théorie autonomiste tend à accorder une importance démesurée à l'aspect spontané des activités de prosommation et néglige en grande partie le fait que ces activités sont contrôlées à l'aide de techniques managériales permettant à la fois de les rendre productives du point de vue des entreprises, et de dissimuler les relations d'exploitation qu'elles entretiennent. Ce contrôle, qui se réalise en grande partie dans le processus même de production immatérielle, mène à ce que Dardot et Laval (2014) nomment la subsomption subjective, c'est-à-dire une intériorisation des objectifs et finalités des entreprises. Ce traitement négligé de toute question tournant autour de la notion de pouvoir, est une grave lacune de la théorie autonomiste, surtout si l'on envisage de l'utiliser à des fins émancipatrices. Effectivement, comme le mentionne Rehmann (2013), toute tentative d'estompement de l'efficacité des pratiques de pouvoir et d'idéologie doit se baser sur une étude préalable des raisons qui font que ces pratiques sont si attirantes et efficaces pour ceux qui les subissent.

Afin de combler cette lacune, nous proposons d'appliquer au marxisme autonomiste et à la prosommation de façon générale certains des concepts développés par la théorie des processus du travail ("*labour process theory*" (LPT)). Cette théorie se concentre spécifiquement sur les mécanismes de contrôle managérial, et cherche à démontrer que derrière les techniques managériales prônant l'autonomie des travailleurs ainsi que leurs participations, se terrent des mécanismes de subordination et de domination (Sewell, 2007). L'application des concepts issus de la LPT aux activités de prosommation permettra de révéler que loin de mener nécessairement à l'émancipation, ces activités vont bien souvent mener à la création et à la propagation de l'illusion du commun digital, expression forgée par Ossewaarde et Reijers (2017) afin de décrire le fait que les valeurs

de partage et de collaboration exaltées par les plateformes faisant usage de la prosommation servent principalement à obscurcir les relations de pouvoir et d'exploitation qu'elles instaurent. Cette fusion sera également utile à la LPT, dans la mesure où elle permettra de répondre à l'une des critiques qui lui est souvent adressée, à savoir qu'elle se focalise uniquement et étroitement sur les processus de travail formel, ignorant de ce fait les activités de reproduction, de pré-production et de post-production liées au travail (Manza et McCarthy, 2011; Thompson et Smith, 2009). Comme le soulignent Böhm et Land (2012), l'amalgame de ces deux théories est salutaire afin de comprendre à la fois les transformations du capitalisme contemporain, dans lequel l'extraction de valeur survient non pas simplement dans la relation salariale, mais dans tous les moments de vie, ainsi que d'éviter de sombrer dans un optimisme puéril prônant le seul potentiel émancipateur de cette nouvelle économie. Le chapitre suivant va permettre de présenter cette théorie qui forme le deuxième des trois piliers théoriques centraux de cette thèse.

Chapitre 3 : Théorie des processus de travail et consentement

On sait que, de Marx à Bourdieu, l'une des ruptures accomplies dans la théorie de la révolution a consisté à poser que ce qui est mystérieux n'est pas l'existence de troubles et de révolutions mais l'absence d'un plus grand nombre de révoltes, de cris de protestations : Pourquoi y a-t-il de la soumission plutôt que de la rébellion? (de Lagasnerie, 2017 : 25)

Despots rely on fear... Market democracies operate quite differently, and the element of consent is essential (Fraser, 2015: 212).

La théorie des processus de travail est une théorie qui, comme son nom l'indique, vise l'étude du processus de travail capitaliste. Cette théorie a vu le jour suite à la publication de *Labor and Monopoly Capital* en 1974 par Braverman, et peut être considérée comme étant la première véritable application de la théorie marxiste au monde managérial (Littler, 1990). Bolton et Wibberley (2014: 685) soulignent que bien que cette théorie ait changée considérablement au cours des années ses sujets d'étude centraux restent toujours sensiblement les mêmes: la transformation continue des organisations et des modalités de pouvoir, l'intensification et la dégradation du travail à l'intérieur des nouvelles formes d'organisation, ainsi que l'exploitation et la transformation de la force de travail en marchandise. Au contraire de nombres de théories managériales, qui mettent l'emphase sur le consensus unissant les membres d'une organisation, la LPT soutient qu'il existe de nombreux dissensions et conflits au sein des organisations, du fait de la répartition inégale des ressources entre les groupes la composant (Bolton, 2005). En effet, alors que pour la plupart des théories managériales tout ce qui a trait à l'existence des conflits dans les organisations tend à être considéré comme résultant d'employés déviants, selon la LPT, ces conflits et dissensions sont inhérents à la vie organisationnelle et il est impossible de les éliminer complètement (Wright, 2011). Ce postulat de la LPT permet de la rapprocher du marxisme autonomiste, car ces deux théories se démarquent du marxisme structurel à la Althusser, en affirmant que les travailleurs ne sont pas complètement dominés et aliénés par le capital, mais possèdent une capacité d'action et de résistance. L'un des points les plus importants de cette théorie, et celui qui occupera une place centrale dans cette recherche, consiste à souligner l'indétermination du travail. Par ce terme, la LPT cherche à démontrer que le travail est une commodité unique dans le système capitaliste, étant donné que contrairement aux autres commodités, elle n'a pas d'identité stable. Ce que le capital achète est un potentiel de production, et ce potentiel de production doit être

transformé en un travail productif par les entreprises (O'Doherty et Willmott, 2009; Smith, 2010). Smith (2010) explique que:

Labour power is variable and plastic. When we buy a TV or packet of crisps, these commodities are quite fixed in terms of their utility. When an employer hires a worker, it is possible to train and retrain the worker, and it is possible for the workers to acquire new skills and qualifications thereby transforming themselves and their 'utility' repeatedly over a working life cycle. This makes labour power an altogether different commodity from other commodities that are purchased through sales contracts in the market (Smith, 2010, 280).

Selon la LPT, cette indétermination est une spécificité du capitalisme, puisque contrairement aux autres systèmes sociaux, celui-ci ne se caractérise pas par l'échange de marchandises entre des producteurs indépendants, mais par la relation salariale. Cette théorie place donc l'étude des questions relatives à cette indétermination au cœur de l'analyse du processus d'accumulation capitaliste (Bridi, 2013). Pour ce faire, la LPT propose quatre postulats qui forment le cœur de cette théorie, soit : 1) la relation travail-capital est la spécificité la plus distinctive du capitalisme (ce qui fait d'elle l'unité principale d'analyse); 2) il existe une logique d'accumulation poussant les entreprises à toujours améliorer le processus de production; 3) il existe une volonté continue des entreprises de contrôler les travailleurs ; 4) la relation travail-capital est basée à la fois sur des logiques contradictoires de conflits et de coopérations (Bolton, 2005)

La LPT postule également que la principale source de l'indétermination de la marchandise-travail découle du fait qu'il n'y a pas d'accord mutuel entre travailleurs et employeurs quant à l'intensité de l'effort requis en échange du salaire (Smith, 2006). Par ailleurs, le travailleur, contrairement aux autres marchandises, a ses propres aspirations et besoins, et il est doté d'une capacité de résistance à l'égard des demandes qui lui sont faites (Wright, 2011). En soit, ces deux propositions ne sont pas nécessairement problématiques pour les employeurs, mais elles le deviennent lorsque l'on considère que le travail salarié est marqué par un déficit de motivation de la part des employés, déficit s'expliquant par l'aliénation et la subordination qu'implique leur état (Kazmi et al., 2016). Selon la LPT, la transformation de la potentialité du travail en un travail réalisé exige que le processus de travail soit contrôlé par le capital de manière à réduire le plus possible l'écart entre ces

deux termes. C'est là une source de nombreuses tensions et disputes qui ne seront jamais réglées définitivement, puisque le jeu de la compétition ainsi que la partition du capital vont faire en sorte que les mesures qui ont été apportées afin de fixer l'effort de travail dans une situation et un endroit précis seront sans cesse remises en question à la fois par les travailleurs et le capital (Ainsworth et Harley, 2014; Smith, 2006). Cette théorie permet également d'expliquer l'émergence du management, puisque la réduction de l'indétermination se fera en grande partie à l'aide de diverses techniques managériales permettant le contrôle ainsi que l'accroissement de l'intensité du travail (Littler, 1990).

Bien que la LPT ait connu un essor important au cours des années 80, sa popularité s'est par la suite quelque peu essoufflée principalement à cause de divergences concernant le traitement de la notion de subjectivité ou, pour reprendre les termes du débat en question, la question du sujet manquant (Lloyd, 2017; Thompson et O'Doherty, 2009; Wright, 2011). Cette question visait à répondre au postulat selon lequel l'indétermination du travail ne se limite pas simplement à l'effort de travail, mais doit également comprendre l'indétermination existentielle, subjective et identitaire des travailleurs, puisque celles-ci ont un impact ultérieur sur la réalisation de l'accumulation (Böhm et Land, 2012). Par exemple, un travailleur qui s'identifie fortement à l'entreprise dans laquelle il travaille risque d'être beaucoup plus productif qu'un travailleur ayant développé une subjectivité révolutionnaire. La théorie de Braverman, bien que stipulant implicitement que la déqualification en termes de tâches que subissaient les travailleurs par les méthodes de management avait un impact au niveau de leurs consciences et identités, restait aveugle à cette indétermination existentielle et subjective et ne s'attardait explicitement qu'aux aspects objectifs du processus de travail (du Gay, 1996). Cette limite était d'ailleurs expressément reconnue par Braverman dans son livre, et il anticipa également le débat que ce choix méthodologique causerait: "*The self-imposed limitation to the "objective" content of class and the omission of the "subjective" will, I fear, hopelessly compromise this study in the eyes of some*" (Braverman, 1998 : 19). Selon O'Doherty et Willmott, (2009), cette question de l'indétermination subjective des travailleurs a suscité deux approches relativement incompatibles au sein de la LPT. La première, qu'ils qualifient de

néo-orthodoxe, aurait en grande partie évité cette question, en considérant que la focalisation sur la notion de subjectivité, isolée des conditions matérielles, renvoie à un humanisme bourgeois dans lequel la notion d'individu est abstraite de la dynamique structurelle des forces et relations de production capitaliste. La seconde, au contraire, aurait accordé à cette question une place centrale, ce qui l'a poussée à abandonner progressivement la théorie marxiste afin de se tourner vers des problématiques que l'on pourrait qualifier de post-marxistes, tels l'identité, la race et le genre (O'Doherty et Willmott, 2009). Cette approche se base principalement sur l'œuvre de Foucault afin d'affirmer que les travailleurs modernes sont à la fois constitués et asservis par les discours et les pratiques disciplinaires ayant cours dans les entreprises modernes (Fleming et Spicer, 2008; Thompson et Smith, 2009). Selon les partisans de cette approche :

the formulation of indeterminacy in neo-orthodoxy is unjustifiably narrow and insufficiently radical, as it is restricted to the (key) distinction between the purchase of labour power and the productivity of wage labour [...] In closing off dimensions of struggle, contradiction and contestation made available only by a closer attentiveness to subjectivity, neo-orthodoxy has, perversely, harboured a conservative atheoreticism and endorsed an unnecessarily restrictive and impoverished style of empirical inquiry (Doherty et Willmott, 2009: 932-933).

La critique de ces auteurs envers le mouvement néo-orthodoxe est selon nous bien trop acerbe puisque contrairement à ce qu'ils laissent croire, le mouvement néo-orthodoxe n'a pas complètement ignoré la question de la subjectivité. Il a plutôt décidé de s'attaquer à cette problématique grâce à des concepts explicitement marxistes tels la résistance et le consentement (Marks et Thompson, 2010). C'est ce dernier concept, soit celui du consentement, que nous proposons d'associer à la théorie autonomiste, et qui formera l'un des piliers de notre recherche. Ce concept trouve son origine dans le livre *Manufacturing consent*, écrit par Burawoy afin de remédier à ce qu'il considérait comme une dérive objectiviste de la part de Braverman. Au contraire de Braverman, Burawoy affirme qu'une compréhension du processus de travail capitaliste ne peut être adéquate si elle ne tient pas compte des expériences subjectives du travail (Thompson et O'Doherty, 2009; du Gay, 1996). L'intérêt de la théorie de Burawoy est que, contrairement à la LPT foucauldienne, elle s'intéresse à la question de la subjectivité sans toutefois la détacher complètement des

relations sociales et économiques inhérentes aux organisations capitalistes, et la réduire, de ce fait, à sa seule dimension discursive.

3.1 La fabrication du consentement

La théorie de Burawoy tire ses origines de son insatisfaction envers la sociologie industrielle de son époque. La problématique centrale de celle-ci consistait à déterminer les raisons pour lesquelles les ouvriers ne travaillaient pas aussi dur qu'ils le pouvaient. Ce qui impliquait également de déterminer pour quelles raisons les travailleurs résistaient aux demandes managériales, voire en sabotaient activement la réalisation. Deux écoles de pensée pouvaient être distinguées. La première, qualifiée de radicale, voyait dans cette résistance des travailleurs une expression de leur conscience de classe, puisque la restriction de leurs efforts de travail était considérée comme une forme de lutte de classe. La seconde, qui était d'allégeance conservatrice, attribuait ce manque d'effort soit à la nature paresseuse des travailleurs, à une mauvaise communication entre les managers et les travailleurs ou bien à une fausse conscience des travailleurs, qui les empêchait de se rendre compte que leurs intérêts s'accordaient avec ceux des managers et propriétaires (Burawoy, 1979). Burawoy de son côté s'est intéressée à la question inverse. Sa problématique centrale était de comprendre pour quelles raisons les travailleurs travaillent aussi intensément, alors même que cet effort ne leur donne que très rarement des avantages accrus au niveau matériel et social (Kojima, 2015). Selon Burawoy, l'explication de Marx stipulant que la réduction de l'indétermination du travail est obtenue de façon coercitive ne tenait plus. Bien qu'à l'époque de Marx cette explication était plausible, l'émergence lors de la période fordiste des syndicats et de lois protégeant les travailleurs impliquait une diminution de cette coercition (Burawoy, 1979). En partant de ce constat, Burawoy en est arrivé à la conclusion que c'est la mise en place de conditions permettant l'obtention du consentement des travailleurs qui permet désormais de réduire l'indétermination du travail (Delfini et Picchetti, 2007). Le "consentement" se définissant comme la participation active des travailleurs à la réalisation des buts managériaux (Mollick et Rothbard, 2014). En d'autres termes, la théorie de Burawoy peut se résumer à

l'hypothèse que dans un contexte de capitalisme avancé et monopolistique, les régimes de travail "despotiques" (qui est le terme qu'il utilise pour définir les organisations dans lesquelles la coercition est la principale raison emmenant les travailleurs à transformer leur potentiel de travail en travail réellement effectué) vont être remplacés par des régimes de travail "hégémoniques" (Degiuli et Kollmeyer, 2007). Bien qu'ayant été en quelques sortes imposée au capitalisme par les luttes ouvrières et les pressions sociales, cette transformation des régimes de travail s'est finalement avérée bénéfique pour les entreprises, car les nombreuses études sur le sujet ont démontré que les entreprises évoluant sous un régime de travail despotique sont caractérisées par un manque de flexibilité dans leur fonctionnement, une plus grande instabilité, une qualité du travail plus faible ainsi qu'une propension plus élevée à subir des conflits de travail brutaux, par comparaison avec les entreprises évoluant sous un régime hégémonique (McKay, 2006). Ces bénéfices s'expliquent par le fait que les régimes hégémoniques parviennent à créer une identification forte des travailleurs envers l'organisation, ce qui va engendrer une acceptation généralisée des buts et objectifs de l'organisation, une volonté de fournir un effort supplémentaire par rapport aux exigences minimales du poste, ainsi qu'un désir élevé de rester un membre de l'organisation (McKay, 2006). Cela dit, le régime "hégémonique" ne signifie pas que la coercition disparaît totalement, mais plutôt que la combinaison entre la coercition et le consentement va tourner à l'avantage du second terme, et que même l'application des mesures coercitives va devenir un objet de consentement (Burawoy, 2012b). Pour ces raisons, il faut considérer la théorie de Burawoy comme une critique de l'approche dualiste classique des rapports sociaux de production, stipulant que le contrôle et la résistance doivent être traités comme des pôles opposés (Calderon, 2008). Burawoy explique ainsi que: *"Force never disappears but recedes in visibility as the arena of consent expands. Force moves offstage to be mobilized against individual deviants and in anticipation of moments of crisis [...] Thus, consent is not to be understood as the sociologist's "spontaneous consensus" that holds society together but rather as something that is organized through specific institutions and always (and necessarily) backed up by the potential application of force"* (Burawoy, 2003: 214-215).

Comme l'utilisation du terme hégémonique le laisse présager, l'assise théorique de Burawoy est la théorie de l'hégémonie culturelle de Gramsci. Cette théorie, développée afin d'expliquer pourquoi la classe prolétarienne ne s'est pas révoltée contre le capitalisme, soutient que la superstructure de ce système permet d'organiser et de fabriquer le consentement de la classe dominée, tout en absorbant et désamorçant les conflits et les situations potentiellement subversifs pour ce système. L'hégémonie, une fois établie, aura pour effet de limiter l'imagination collective, puisqu'elle réduira la fenêtre d'Overton, c'est-à-dire l'ensemble des idées et des opinions qui sont considérées par le public comme légitimes et acceptables dans le champ politique (Williams et Srnicek, 2015). Concrètement, selon Gramsci, la classe dominante peut obtenir le consentement des classes dominées de diverses manières : 1) par la formation d'alliances politiques avec certains groupes sociaux; 2) par la dissémination de valeurs culturelles supportant une façon particulière d'organiser la société; 3) par l'alignement matériel entre les différentes classes de la société; 4) par la construction de certaines infrastructures ou certains développements technologiques visant à réduire la possibilité de conflits sociaux (par exemple en construisant des routes plus larges, de manière à rendre l'érection de barricades plus difficile (Williams et Srnicek, 2015)). Bien que s'en rapprochant sur de nombreux points, le concept de consentement développé par Gramsci se différencie sur un point majeur des différentes théories de la fausse conscience. Ces dernières accèdent toutes le postulat matérialiste selon lequel, dans une économie capitaliste, la classe possédant les moyens de production va produire et disséminer des idées et des idéologies permettant de justifier et dissimuler à la fois la domination qu'elle exerce, ainsi que l'exploitation qu'elle fait subir aux classes dominées. Du fait de la mainmise de la classe capitaliste sur la superstructure, ces idées et idéologies en viendraient à avoir une diffusion et une pénétration si importantes que les classes dominées oublieraient les processus sociaux ayant mené à leur création, et deviendraient convaincues que celles-ci proviennent de leurs propres activités réflexives (Frayssé et O'Neil, 2015). Gramsci de son côté rejetait cette interprétation de la domination et proposait plutôt de considérer le consentement passif des classes dominées dans un système hégémonique non pas comme l'effet d'une simple colonisation des cerveaux par une idéologie dominante, mais comme

une conformité en partie stratégique, basée sur une évaluation réaliste du rapport des forces entre chacune des classes (Levy et al., 2003). En d'autres termes, l'obtention de ce consentement supposerait des compromis de la part de la classe dominante, l'obligeant à assimiler des fragments de la culture et des valeurs des autres classes, puisque toute hégémonie est par nature même instable et sujette à être renversée (Cassar, 2013; Jhally, 2005). Vidal et al. expliquent que: "*For Gramsci, hegemony operates at both the ideological level, in the form of a compelling narrative in which the interests of the dominant group are presented as the interests of all, and at the material level, in the form of the "concrete coordination of interests" between dominant and subordinate groups (e.g., the democratic vote, high wages).*" (Vidal et al., 2015: 410). Cette emphase sur l'aspect stratégique et négocié du consentement permet à cette théorie d'éviter certaines des critiques adressées aux différentes théories de la fausse conscience: sous-estimation de la volition des dominés, surévaluation du pouvoir de la classe dominante, prétention de l'intellectuel qui présume être l'un des seuls heureux élus qui soient parvenus à connaître les véritables intérêts d'autrui (Levy et al., 2003).

Toutefois, Burawoy (2012a) n'effectue qu'un emprunt partiel à la théorie gramscienne. Il se base sur l'affirmation de Gramsci selon laquelle l'aspect central que prend la superstructure dans l'obtention du consentement est spécifique à l'Europe, étant donné qu'en Amérique, l'absence de résidus institutionnels aristocratiques et féodaux fait en sorte que l'hégémonie se construit principalement non pas dans la société civile, mais dans l'usine (ce qui implique donc une division entre structure et superstructure beaucoup plus faible). Dans son étude du fordisme, Gramsci affirme que l'hégémonie créée sur les lieux de production est dépendante d'une double stratégie (Degiuli et Kollmeyer, 2007). La première est la plus connue, et consiste en l'alignement des intérêts matériels des travailleurs sur ceux des managers et des propriétaires. L'exemple classique est celui de la politique de Ford, qui augmentait le salaire des ouvriers en fonction de la productivité de l'usine. La deuxième dimension de cette stratégie fait référence à ce qui a été nommé le "paternalisme" de Ford, qui consistait à aligner les valeurs, attitudes et comportements des travailleurs (et ce même à l'extérieur des heures de travail), afin qu'ils soient les plus

conformes possibles aux besoins et exigences des systèmes de production de masse¹⁰⁸ (Degiuli et Kollmeyer, 2007). Toutefois, Burawoy jugeait que la théorie de Gramsci à ce sujet restait fragmentaire et incomplète. Il a donc cherché à approfondir ces apports partiels de Gramsci, en démontrant de quelles manières le consentement se créait concrètement à partir même du processus de production, puisque selon lui, les processus idéologiques et politiques imputés exclusivement à la superstructure sont également présents dans le processus même de production (Burawoy, 2001; 2006). Burawoy explique ainsi que: *"I tried to demonstrate that the workplace was not the locus for the crystallization of class consciousness hostile to capitalism but was an arena for manufacturing consent. I showed on the political and ideological apparatuses of the state, so fondly theorized by Gramsci, Poulantzas, Miliband, Habermas, Althusser, and others, found their counterpart within production"* (Burawoy, 2009: 86-87). La théorie de Burawoy consiste donc en une étude approfondie des manières dont des structures de production particulières permettent la création de subjectivités "consentantes" (Salzinger, 2001).

Pour bien comprendre la démarche de Burawoy, il faut tout d'abord définir certains termes qu'il utilise tout au long de son ouvrage. Tout d'abord, le terme "mode de production" fait référence aux relations sociales qui sont adoptées afin d'effectuer les actes de production. Les modes de production comprennent deux types de relation sociale. La première, qu'il nomme "relation de production", correspond à la forme que prend l'expropriation de la survaleur produite par la classe laborieuse au profit de la classe dominante. Cette relation de production peut prendre, par exemple, la forme d'une corvée, d'une rente ou d'un profit. Selon Burawoy, cette relation de production permet de différencier les sociétés, reprenant ainsi la périodisation de Marx affirmant que l'histoire est une succession de modes de production dominants. Le deuxième type de relations sociales comprises dans les modes de production sont celles qui correspondent à l'acte de production à proprement

¹⁰⁸ Ce paternalisme se faisait ressentir encore plus fortement chez les travailleurs immigrants, puisqu'ils devaient passer au travers plusieurs rituels de "normalisation" ayant pour but de les emmener à rejeter leurs anciennes coutumes et à leur faire adopter le mode de vie à l'américaine. Une fois ceux-ci accomplis, le travailleur immigrant avait droit à une cérémonie au cours de laquelle il entrait sur une passerelle habillé en haillon et en ressortait vêtit d'un costume : ce qui était censé signifier qu'il était maintenant devenu un homme civilisé (Hanlon, 2016).

parler. Burawoy nomme ce type de relations sociales le "processus de production" (*labor process*) et affirme que lui aussi se divise en deux composantes distinctes : l'aspect relationnel (qu'il nomme également "relations dans la production") et l'aspect pratique. Le premier comprend les "relations dans la production et sur les lieux de production" (*relations in production*), ce qui correspond concrètement aux relations qui se nouent au sein d'une usine aussi bien entre les travailleurs eux-mêmes, qu'entre les travailleurs et les managers. L'aspect pratique quant à lui fait référence aux activités qui permettent physiquement de créer le produit qui sera vendu. Burawoy explique que: "*It is in this practical activity that the humans species exhibit it's potential for creativity, while the relational aspect expresses the potential for an ethical community of freely associated producers*" (Burawoy, 1979: 15).

Il existe des liens entre ces différentes notions, puisque les relations de production définissent les formes et le développement du processus de production, tandis que celui-ci de son côté impose des limites à la transformation du mode de production. Concrètement, cela signifie que la forme que prend l'expropriation de la survalueur impose certaines conditions qui doivent être remplies afin que les relations sociales de productions soient reproduites (Burawoy, 1979). Les mécanismes permettant la reproduction des relations sociales de production sont des structures politiques, qui encore une fois peuvent prendre deux formes, soit les politiques de production et les politiques globales. Les politiques globales sont celles qui relèvent traditionnellement de la sphère politique. Ce sont celles qui ont été étudiées en détail par Gramsci. De leur côté, les politiques de production sont celles qui cherchent à obtenir le consentement des travailleurs à l'intérieur même du processus de production, permettant ainsi de réduire l'indétermination du travail. Selon Burawoy, le consentement s'obtient de deux manières. Premièrement, cela demande que l'acte de prélèvement de la survalueur par l'entreprise soit dissimulé aux travailleurs. Historiquement, cette dissimulation a été principalement réalisée par le recours à la fragmentation et la parcellisation du processus de travail. Effectivement, lorsque l'individu en vient à simplement effectuer une tâche minime dans la réalisation du produit final, il devient difficile pour lui de percevoir dans quelle mesure

son travail apporte une plus-value à l'entreprise. Toutefois, cette condition, bien que nécessaire, n'est pas suffisante afin de sécuriser la plus-value. Selon Burawoy, l'obtention du consentement des travailleurs par les entreprises nécessite également l'organisation des activités de manière à faire croire que les travailleurs ont de réels choix à prendre en ce qui a trait à l'exécution de leur travail. Ce qui donne aux travailleurs un certain degré d'auto-organisation. Toutefois, ces choix n'ont en réalité que très peu de conséquences, leurs buts principaux étant en fait la création de subjectivités réactionnaires et conservatrices. En effet, selon Burawoy, la présence de cette marge discrétionnaire tenue dans la réalisation de leur travail va faire en sorte que les ouvriers vont en venir à adopter et même défendre les relations de production leur étant imposées par le management. Contredisant l'argument majeur de Braverman¹⁰⁹ (1998) dans *Labor and Monopoly Capital*, Burawoy soutient que le contrôle des employés dans le capitalisme contemporain ne se réalise pas principalement par une déqualification de plus en plus poussée et par une accentuation de la séparation entre les tâches d'exécution et de conception, mais plutôt par un accroissement marginal de leur autonomie (Delfini et Picchetti, 2007). Burawoy explique que:

in identifying the separation of conception and execution, the expropriation of skill, or the narrowing of the scope of discretion as the broad tendency in the development of the capitalist labor process, Harry Braverman missed the equally important tendency toward the expansion of choices within those narrower limits. It is the latter tendency that constitutes a basis of consent and allows the degradation of works to pursue its course without continuing crisis (Burawoy, 1979: 15).

Cet argument implique que, contrairement à ce que maintes recherches en théorie des organisations affirment, la réduction de l'incertitude n'est pas souhaitable pour les organisations, puisqu'elle mène à l'ennui et à la rébellion. En réduisant la marge de manœuvre discrétionnaire des travailleurs (aussi tenue soit-elle) et la zone d'intérêt permettant aux travailleurs de se définir comme des individus libres, on retire également la source de leur consentement à la relation salariale capitaliste (Freeland, 2001). Ce

¹⁰⁹ Il faut toutefois mentionner que Braverman avait en quelque sorte posé les bases de la théorie de Burawoy, car on trouve dans son livre une brève critique des nouvelles techniques de management. Il écrit à leur sujet que : "*They are characterized by a studied pretense of worker 'participation', a gracious liberality in allowing the worker to adjust a machine, replace a light bulb, move from one fractional job to another, and to have the illusion of making decisions by choosing among fixed and limited alternatives designed by a management which deliberately leaves insignificant matters open to choice*" (Braverman, 1998: 26-27).

constat est très similaire à celui de Bourdieu, qui remarquait que moins un travailleur possède d'amplitude et d'autonomie dans l'exécution de son travail, plus il aura tendance à se considérer comme étant exploité, car il n'aura pas la possibilité de s'investir émotionnellement dans son travail (Burawoy, 2012a). C'est là une divergence majeure entre la théorie de Burawoy et la théorie autonomiste. Alors que cette dernière soutient que l'auto-organisation des travailleurs entraîne une remise en question du capitalisme (soit ce qui a été nommé l'aspect biopolitique du travail), selon Burawoy, cette auto-organisation va plutôt mener à une servitude volontaire des travailleurs envers l'entreprise et le système capitaliste.

Pour en arriver à ce constat, Burawoy a effectué une étude ethnographique s'étalant sur une période de plusieurs mois dans une usine d'équipements agricoles. Cette étude lui a permis de découvrir que la politique de production principale dans cette usine était basée sur le principe du "*making out*", c'est-à-dire que le salaire des employés était majoré en fonction de leurs performances par rapport aux quotas de production qui leur étaient imposés. Selon lui, ce système pouvait être comparé à un jeu¹¹⁰ dont les règles étaient des relations de travail imposées aux travailleurs de façon externe (c'est-à-dire des relations avec les autres employés et avec des machines), le jeu consistant en la manipulation de ces relations de manière à effectuer son travail le plus efficacement et le plus rapidement possible. Par exemple, Burawoy a observé les stratégies déployées par les ouvriers pour obtenir les équipements nécessaires à leurs tâches en début de quart de travail. Ces équipements étant distribués par un préposé, il était essentiel de l' "amadouer" du mieux possible, sous peine de ne pas disposer des moyens d'attendre les quotas de production prévus¹¹¹. Bien que réticent d'entrer dans de tels jeux, car cela avait pour conséquence d'augmenter davantage les profits de l'entreprise que le bien-être des travailleurs, avec le

¹¹⁰ Il est intéressant de noter que selon Rehmann (2013), le concept de jeu est à la base de pratiquement toute pratique idéologique néolibérale, et ce, pour trois raisons. Premièrement, bien qu'un jeu impose certaines restrictions sous la forme de règles, il donne l'illusion de liberté en laissant aux individus la latitude de faire ce qu'ils veulent à l'intérieur de ces règles. Deuxièmement, un jeu implique toujours un vainqueur et un perdant (ou plusieurs d'entre eux), ce qui permet d'évacuer les principes de coopération qui sont inhérents à la nature humaine, au bénéfice des principes de compétition et d'individualisation. Finalement, la métaphore du jeu donne l'illusion de l'égalité des chances, c'est-à-dire l'illusion que tous débutent avec les mêmes possibilités de gagner, éclipant donc les asymétries en termes de capital qui existent entre les individus.

¹¹¹ Burawoy raconte que sa relation avec le préposé a été mauvaise, ce qui lui occasionnait de graves délais, jusqu'à ce qu'il lui offre un jambon à Noël!

temps, la culture du "making out" avait une telle emprise qu'il en est venu, pour reprendre ses propres termes, à participer activement à sa propre exploitation.

In 'making out', workers secure 'compensatory satisfactions and consolation prizes', winning freedoms at the margin that become the centre of their lives on the shop floor. To the outsider 'making out' appears as absurd, to the insider it is what gives meaning to life. Through their small gains and the relative satisfactions they bring – 'I am so excited today, I made 129 percent on that lousy drilling job' – alienating work not only becomes enchanting, but workers think they are outwitting management even as they are unwittingly contributing to their own exploitation.(Burawoy, 2012a: 195).

Le plus paradoxal est que le jeu du "making out", qui était pour Burawoy la source même de la subjugation des employés, était vu par plusieurs d'entre eux comme une façon de résister au système de travail mis en place par le management. Cette résistance, loin d'être perturbatrice, était donc, au contraire, bénéfique en ce qui a trait à la productivité, et cadrerait parfaitement dans le système qu'il était censé combattre (Fleming et Spicer, 2003). Ce qui fait dire à Burawoy que certaines formes de résistance sont de facto complice de la domination, puisqu'ont pour effet de canaliser l'énergie et les efforts vers des actions sommes toutes futiles, et de délégitimer d'autres formes de résistance qui seraient beaucoup plus efficaces (Fleming et Spicer, 2003).

Comme on peut le constater, le jeu du "making out" permet de remplir les deux conditions qu'une politique de production doit avoir afin de réduire l'indétermination du travail. Premièrement, le jeu va obscurcir les relations de production, c'est-à-dire que le jeu va voiler le fait que le travail correspond à une expropriation de la survaleur qu'une classe produit au bénéfice d'une autre classe. Du Gay (1996) explique à ce sujet que l'absorption des travailleurs dans le jeu permet de garantir et d'obscurcir le prélèvement de la survaleur, puisqu'il génère un sentiment d'autonomie et de liberté chez ceux qui y prennent part, leur faisant perdre tout esprit critique. Deuxièmement, en donnant une certaine latitude aux travailleurs quant à la réalisation des tâches leur étant imposées, le jeu va créer un consentement quant aux relations sociales dans la production, qui sont décidées par le management. Cependant, l'autonomie offerte par un tel jeu est partielle, car c'est le capital qui impose les règles absolues du jeu (l'atteinte des quotas). Les travailleurs ne décident que de la façon dont ils vont atteindre ces quotas de production. Toutefois, cette

autonomie partielle parvient tout de même à créer une "logique compensatoire" par laquelle les travailleurs vont obtenir une satisfaction relative dans leur travail, satisfaction aidant au maintien et à la reproduction des formes de contrôle et de subordination capitalistes (O'Doherty et Willmott, 2009). Burawoy explique à ce sujet que: "*The game is entered into for its relative satisfactions, or what Herbert Marcuse calls repressive satisfactions. The game represents a need that is strictly the product of a society whose dominant interests demand repression. The satisfaction of that need reproduces not only voluntary servitude (consent) but also greater material wealth*" (Burawoy, 1979: 81). Selon Burawoy, cette logique compensatoire, cette satisfaction répressive, permet de créer un consentement tellement fort des travailleurs envers le système capitaliste, qu'il affirme qu'il faut rompre avec le postulat de Marx selon lequel la production fournit les fondations de l'opposition au capitalisme (Burawoy, 2013). Dans le cadre d'un tel "jeu", les actions de résistance des employés vont surtout avoir pour effet le maintien des règles actuelles de ce jeu, et toute critique envers le travail en viendra à être formulée dans les termes triviaux imposés par le jeu, ce qui élimine toute velléité de changements réels de la part des travailleurs (Hughes, 2006; Sherman, 2007). À ce sujet, Burawoy (1979) relate un incident au cours duquel les travailleurs de son unité ont approuvé et même encouragé les sanctions découlant d'une violation des règlements du jeu par certains travailleurs, et ce, même si certains d'entre-eux étaient visés par ces sanctions.

Le jeu en vient donc à masquer complètement les antagonismes de classe inhérents à l'entreprise capitaliste. D'ailleurs Burawoy (1979: 85) stipule que: "*When the labor process is organized into some form of game involving the active participation of both management and worker, the interest of both are concretely coordinated. In other work situations the labor process organized different constellations of interests, of a kind that may render the interest of workers and management irrevocably antagonistic*". Ainsi, selon Burawoy, l'engagement des travailleurs dans le jeu créé par l'entreprise provoque leur "mystification", quelles que soient d'ailleurs leurs caractéristiques socio-

démographiques (âge, origine ethnique, etc.)¹¹². Il remarque même que bien qu'il possédait plusieurs dispositions qui auraient dû rationnellement l'amener à résister activement à cette mystification (soit d'être un universitaire marxiste qui n'occupait cet emploi que pour une courte période de temps), l'attrait du jeu du "making out" était si puissant qu'il en est venu à être aussi subjugué que les autres travailleurs (Burawoy, 1979). Ce constat conduit d'ailleurs Burawoy (2012a) à relativiser l'importance de la notion d'habitus de la théorie bourdieusienne afin d'expliquer le comportement des individus. Comme il l'explique:

So we arrive at my crucial difference with Bourdieu. Both of us recognize a fundamental gap between the objective and the subjective truth of labour, but for Bourdieu this is achieved through misrecognition rooted in the individual's habitus whereas I claim it is achieved through mystification rooted in the social relations into which men and women enter – a mystification that operates on all individuals independent of their inherited dispositions. Symbolic domination through misrecognition rests on the bodily inculcation of social structure and the formation of a deep unconscious habitus. There is no need for any concept of hegemony because we are programmed to act out the social structure. Mystification, on the other hand, rests on individuals being inserted into specific social relations. It is the necessary condition for a stable hegemony, that is, for the organization of consent to domination. (Burawoy, 2012a: 198).

Cependant, l'atteinte de ce consentement n'élimine pas complètement tout conflit au sein du processus de travail. Comme le notent Burawoy et Wright (1990), le conflit et le consentement ne doivent pas être considérés comme des termes antagonistes, mais sont plutôt complémentaires. Mais, dans un contexte tel que celui qu'analyse Burawoy, les conflits au sein de l'entreprise sont diffusés latéralement, et non pas hiérarchiquement (Manza et McCarthy, 2011). Autrement dit, les actions de l'entreprise créent une forme d'hostilité entre différents groupes de travailleurs, plutôt qu'entre les travailleurs et la direction. Burawoy évoque à ce propos la décision de l'entreprise de diminuer le nombre d'inspecteurs. Les ouvriers étant contraints de faire examiner leurs pièces par ces inspecteurs avant la production en séries, cette diminution a généré des difficultés nouvelles pour atteindre les quotas de production prévus. Mais loin de mettre en cause la

¹¹²Il faut cependant noter que cette affirmation est contredite par plusieurs auteurs (Davies, 1990; McKay, 2006; Salzinger, 2001; Vallas, 2001) qui affirment que les femmes et/ou les différentes races/cultures ne sont pas affectées pareillement par les processus et structures mis en place afin d'obtenir le consentement.

décision prise par la direction de l'entreprise, les ouvriers ont blâmé les inspecteurs restants... La diffusion latérale des conflits est évidemment désastreuse selon une perspective marxiste, car elle a pour effet de démolir le fondement même de ce qui permet l'émergence d'une classe en soi, c'est-à-dire la solidarité (Calderon, 2008; Leidner, 2001).

Burawoy analyse également deux autres types de politique de production permettant la création du consentement, soit le marché de l'emploi interne ainsi que l'État interne. Le premier dispositif est caractéristique de ces grandes bureaucraties qui, de par les multiples possibilités d'avancement qu'elles offrent à leurs employés, reproduisent en leur sein le marché de l'emploi. Selon Burawoy (1979), cela a pour effet de créer le consentement des travailleurs étant donné que l'ancienneté y garantit la possibilité d'obtenir un nombre sans cesse croissant d'emplois associés à des conditions salariales et de travail plus avantageuses. Ce marché de l'emploi interne a pour effet de réduire ce que Smith (2006) nomme l'indétermination du travail en termes de mobilité, c'est-à-dire le fait que le travailleur peut mettre fin à sa relation de travail avec un employeur, afin d'en débiter une nouvelle avec un autre employeur. Cette réduction a des impacts avantageux pour les entreprises, comme Freeland l'explique: *"Once bound to the firm, workers' interests are transformed: Because their long term pay, pro-motion, and status are tied to performance within a specific firm, it is in their interest to work hard as a means of achieving these"* (Freeland, 2001: 447). Notons toutefois que la pertinence de cet argument a diminué avec le temps, puisque les bouleversements économiques, politiques et sociaux des dernières décennies ont causé une diminution draconienne des possibilités de progression hiérarchique au sein d'une même entreprise (Sennet, 2006).

En ce qui concerne la politique de consolidation d'un État interne, elle consiste à établir, au sein de l'entreprise, une forme de processus politique interne, reposant sur des processus de négociations collectives et de traitements de griefs. Cette politique de production est souvent instaurée lorsqu'il y a présence d'un syndicat et permettra de faire diminuer drastiquement les conflits et les tensions au sein de l'entreprise. Dans un certain sens, cela revient à la mise en place d'une forme de contrat social dans l'enceinte de

l'entreprise: contrat social donnant à chacun des droits et des obligations (Burawoy, 1979). Burawoy explique que: *"the internal state orchestrated what Gramsci called the concrete coordination of the interests of capital and labour through collective bargaining, which provided the material basis of hegemony. Capital granted labour concessions that were necessary for the latter's consent, concessions, as Gramsci would say, that do not touch the essential"* (Burawoy, 2012a: 193). Selon Burawoy, la présence de cet état interne va permettre de cadrer les conflits au sein de l'entreprise d'une manière plus propice à la négociation, et aussi d'orienter les critiques des travailleurs davantage vers les instances régulant cet État interne que vers la direction de l'entreprise. Burawoy (1979) affirme que l'élection des représentants syndicaux va mener les travailleurs à blâmer ces représentants pour les frustrations vécues sur les lieux de travail et pour leurs mauvaises conditions de travail, plutôt que l'entreprise. Encore une fois, cet argument a perdu de sa pertinence avec le temps, car la désindustrialisation des pays occidentaux a causé une diminution continue des taux de syndicalisation (Burawoy, 2012b). Selon Burawoy, ces trois différentes politiques de production étaient interreliées et avaient pour effet de réduire à néant les ambitions révolutionnaires des travailleurs. Comme il l'explique: *"Work was constituted as an absorbing game that eclipsed the condition of its existence: the internal labor market and grievance machinery constituted workers as individuals ready to play game, while the internal state coordinated the interest of those individuals with those of management in the pursuit of profit"*. (Burawoy, 2009: 207).

3.2 Pour une étude des politiques de prosomation

Avec la présentation de la théorie de Burawoy, nous ajoutons une pièce maitresse à notre cadre théorique. Bien que la théorie autonomiste nous ait permis d'aborder certaines notions qui nous semblent primordiales afin de comprendre et conceptualiser la prosomation, ainsi que d'identifier et théoriser les changements qu'elle crée au niveau économique et social, celle-ci néglige toutefois grandement ce qui relève du contrôle de ce type d'activité par les entreprises. L'introduction des concepts d'indétermination, de politique de production et de consentement, permet selon nous une théorisation beaucoup plus complète de la prosomation. En effet, tout comme Böhm et Land (2012), nous

croyons que le travail immatériel: "*pushes the indeterminacy of labour to the point that it can no longer be simply located in 'work' as paid employment. Instead, it extends into life itself*" (Böhm et Land, 2012: 234). L'hypothèse sous-jacente à notre recherche est donc que l'obtention du consentement des travailleurs reste un élément essentiel du capitalisme contemporain, et qu'il est encore plus crucial lorsqu'il s'agit de mettre au "travail" les prosommateurs. Ce qui a d'ailleurs été souligné par Zajc (2015), lorsqu'il mentionne que la subjectivation des prosommateurs est bien souvent une étape préalable indispensable à la réalisation d'un quelconque revenu ou profit économique. Considérant que le modèle économique du Web 2.0 dépend en grande partie de la participation du public et que cette participation dépend en grande partie de la perception du caractère équitable ou non de l'échange dans lequel on s'engage avec l'entreprise (Bruns, 2012), il va de soi que la capacité à nier ou dissimuler la relation d'exploitation devient essentielle pour maintes entreprises. L'atteinte de ce consentement permet, selon nous, d'infirmier partiellement l'aspect biopolitique du travail immatériel, et donc de tempérer les propos des autonomistes en ce qui concerne cette forme de travail.

Rappelons que dans l'introduction de cette thèse, nous avons formulé notre question de recherche comme étant la suivante¹¹³ :

Pourquoi les prosommateurs travaillent-ils aussi fort qu'ils le font et pourquoi consentent-ils à leur propre exploitation?

Bien que cette question était adéquate pour débiter notre recherche, nous croyons qu'il est pertinent de la reformuler et de l'enrichir en y intégrant certains des concepts clés issus de la théorie autonomiste et du LPT renouvelé par Burawoy, qui ont été présentés précédemment. Concrètement, la nouvelle question de recherche que nous proposons est la suivante :

De quelle manière les entreprises parviennent-elles à obtenir le consentement des prosommateurs dans l'usine sociale?

¹¹³ Il est à noter que cette question de recherche est pratiquement la même que celle que Burawoy (1979) avait formulée, si ce n'est que le terme "travailleurs" a été remplacé par celui de "prosommateurs".

Cette nouvelle question de recherche implique implicitement l'hypothèse que les politiques de production permettant l'obtention du consentement des prosommateurs ne sont pas les mêmes que celles identifiées par Burawoy. Bien que, comme le souligne Hanlon (2017), les tentatives de modulation des subjectivités sont en quelque sorte une constante dans l'histoire du management (du moins depuis l'école des relations humaines), les formes concrètes que ces tentatives vont prendre varient grandement selon les conditions, les époques, les caractéristiques du modèle d'accumulation capitaliste dominant ainsi que les spécificités organisationnelles¹¹⁴ (Sturdy et al, (2010). D'ailleurs, on peut croire que Burawoy lui-même serait d'accord avec une telle modification de son oeuvre, car dans un l'un de ses derniers ouvrages, il souligne fortement qu'il est important de revisiter et modifier les théories sociales en tenant compte des forces¹¹⁵ qui les rendent inadaptées afin d'expliquer la situation actuelle (Burawoy, 2006).

Soulignons qu'une étude s'est déjà efforcée de répondre à une question de recherche proche de celle que nous nous sommes donnée. Kroeber et al. (2012) ont tenté en effet d'identifier la façon dont se crée le consentement dans des activités de libre-service accomplies par des clients. La conclusion de ces auteurs est que le consentement est obtenu grâce à la propagation par l'entreprise d'une l'idéologie du "service amélioré". Autrement dit, c'est en en appelant aux désirs d'un service plus rapide et commode ("*convenient*"), que les entreprises concernées parviennent à créer le consentement chez leurs clients. Les auteurs se servent du concept de Mcdonaldisation développé par Ritzer, qui regroupe les principes d'efficience, de calculabilité, de prédictibilité et de contrôle, afin de décrire la politique de production que crée le management afin d'arriver à ses fins. En d'autres termes, ce qui conduirait les consommateurs à opter pour le libre-service serait une croyance que ce faisant ils peuvent "Mcdonaldiser" leurs consommations. Le terme "croyance" est utilisé ici parce qu'il n'est pas possible de vérifier si cette Mcdonaldisation

¹¹⁴ D'ailleurs, toujours selon Hanlon (2017), l'époque actuelle est caractérisée par un accroissement marqué de ces tentatives de modulation des subjectivités.

¹¹⁵ La force externe la plus importante dans le cas de cette recherche étant bien sûr l'importance accrue que prennent les activités de prosommation dans le système économique contemporain.

s'effectue effectivement ou si elle n'est qu'une apparence. Cette croyance permet, selon Koeber et al. (2012), d'obscurcir l'extraction de valeur du travail des consommateurs que le libre-service implique, et donc de créer le consentement des consommateurs à exécuter volontairement de telles activités. Toutefois, les conclusions de ces auteurs ne s'appliquent qu'aux activités de prosommation consistant pour l'individu à produire ce qu'il consomme. Comme il a été mentionné précédemment, ce type de labeur gratuit ne constitue qu'une forme "faible" de prosommation, dans la mesure où elle ne permet pas de réellement combiner les rôles du producteur et du consommateur, étant donné qu'il n'implique la création que d'une valeur d'usage, et non pas d'une valeur d'échange ni d'une marchandise. En ce qui nous concerne, nous cherchons à comprendre comment se crée le consentement dans des activités de prosommation qui consistent à fournir à l'entreprise de l'information et des connaissances. Donc de créer à la fois une valeur d'échange, une valeur d'usage et une marchandise.

Chapitre 4 : La reconnaissance idéologique

Les deux premiers chapitres de cette partie de notre thèse nous ont permis de proposer plusieurs éléments théoriques relatifs à la prosommation et au capitalisme contemporain. Plus précisément, nous avons, en premier lieu, mobilisé la théorie autonomiste afin de conceptualiser les changements engendrés par la prosommation, ainsi que les potentialités que cette activité ouvre. Toutefois, nous avons également exprimé une certaine insatisfaction envers cette théorie, insatisfaction découlant de la faible place qu'elle accorde aux pratiques managériales et aux relations de pouvoir inhérentes aux entreprises capitalistes. Afin d'y remédier, nous nous sommes tournés vers la LPT, qui nous a permis de saisir l'importance qu'a la réduction de l'indétermination subjective des travailleurs (par l'obtention du consentement) pour les entreprises capitalistes, ainsi que d'identifier certaines des politiques de production qui étaient utilisées pour ce faire lors de la période fordiste. Nous avons également proposé que l'obtention du consentement des prosommateurs était d'une importance capitale dans l'économie actuelle, puisqu'ils sont devenus l'une des principales sources de création de valeur, et que leurs activités sont réalisées de manière volontaire et bénévole. De plus, nous avons suggéré que les politiques de production permettant l'obtention du consentement des prosommateurs n'étaient pas les mêmes que celles identifiées par Burawoy (1979): l'identification de celles-ci devenant l'objectif principal de cette thèse. Afin de les découvrir, nous proposons de nous tourner vers les travaux de Honneth qui, en dépit de leur influence dans les études philosophiques et politiques, restent largement absents des publications en sciences de la gestion (Pierson, 2011; Roche, 2015). L'utilisation de Honneth pourrait sembler surprenante pour les lecteurs ayant une certaine connaissance de son œuvre, car la grande majorité de celle-ci n'aborde pas les questions relatives au pouvoir, questions qui sont centrales à la compréhension du consentement des travailleurs. Toutefois, bien que cette partie de son œuvre soit relativement méconnue, dans sa tentative de régénérer la théorie critique, Honneth a tout de même décrit et théorisé une forme de pouvoir visant à manipuler la subjectivité.

4.1 Honneth et la théorie critique

La compréhension de la théorie de Honneth ne peut qu'être partielle si l'on ne tient pas compte de la tradition philosophique dans laquelle elle se situe, soit celle de la théorie critique de l'école de Francfort, plus précisément à l'intérieur du tournant communicationnel impulsé par Jürgen Habermas (Guéguen, 2014). Comme Honneth (1991) le rappelle lui-même dans le prologue de la deuxième édition de la version allemande de *The Critique of power*, la théorie critique s'est intéressée principalement à la compréhension des structures sociales permettant la domination, ainsi qu'à l'identification des ressources sociales permettant de surmonter cette domination. Effectivement, l'objectif avoué de la première génération d'auteurs de la théorie critique visait explicitement : 1) à comprendre les processus de domination qui ont fait que la révolution prolétarienne, pourtant inéluctable selon Marx, n'est pas survenue dans les pays capitalistes développés; 2) à fournir les outils théoriques permettant à la classe ouvrière de sortir de son apathie. Selon Honneth, ces auteurs n'ont pas atteint leurs objectifs notamment parce qu'ils ont négligé le fait que la domination peut-être sécurisée de manière consensuelle par des pratiques communicatives entre les membres de la société (Allen, 2014). Les travaux d'Habermas peuvent être lus comme une tentative de surmonter cette aporie. Bien qu'il soit impossible de rentrer dans les détails d'une théorie aussi vaste et complexe considérant les limites de ce travail, rappelons que celle-ci est basée sur deux idées majeures (Guéguen, 2014). Tout d'abord, Habermas soutient que nos sociétés sont divisées en deux champs distincts, au sein desquels l'action obéit tendanciellement à une forme spécifique de rationalité. Le premier de ces champs, que Habermas nomme système, regroupe les activités que l'on pourrait qualifier de productives, et se distingue par une rationalité instrumentale - l'action est déterminée par les normes techniques de l'efficacité, de la productivité et de la rentabilité. Le deuxième champ est celui de l'action politique, de l'espace public et des interactions interpersonnelles. Il est nommé par Habermas, qui se base ici sur la phénoménologie, "monde vécu". Dans ce champ, l'action n'est pas commandée par une rationalité instrumentale, mais bien par une rationalité pratique, ayant comme finalité intrinsèque le juste ou le bien, ce qui fait que l'action est normativement orientée vers l'entente. L'autre idée majeure de la théorie d'Habermas est celle de la colonisation du "monde vécu" par le

"système" et de ses effets pathologiques sur le plan social. Une telle colonisation se caractérise par la soumission du "monde vécu" à la rationalité instrumentale, aux dépens de la rationalité pratique censée présider dans ce champ, ce qui occasionne un court-circuitage du processus communicationnel (Guéguen, 2014). Or, selon Habermas, l'émancipation n'est possible que par l'agir communicationnel, c'est-à-dire la discussion ou l'argumentation.

Bien que s'inscrivant dans le tournant communicationnel d'Habermas, Honneth n'accepte pas l'intégralité des arguments de ce dernier, et son œuvre doit en fait être considérée comme une tentative d'approfondissement, voire de transformation, de la théorie d'Habermas. Tout d'abord, Honneth, reproche à théorisation bipartite de la société proposée par Habermas, de donner naissance à deux fictions complémentaires, soit une organisation de l'action instrumentale sans norme ("*norm-free organizations of action*"), et une sphère communicationnelle dépourvue de relations de pouvoir ("*power-free spheres of communication*") (Honneth, 1991). La première fiction ignore les apports de la théorie de la communication ("*communication theory*") concernant l'importance des interactions sociales basées sur les normes pour le fonctionnement de tout système de production le moins complexe¹¹⁶, tandis que la seconde fiction néglige complètement les travaux de Foucault portant sur la pénétration du pouvoir (et des relations de pouvoir) dans l'ensemble du corps social. Une autre limite de la théorie d'Habermas identifiée par Honneth concerne le caractère restrictif de celle-ci, car elle limite le processus communicationnel aux simples éléments langagiers (Guéguen, 2014). Honneth juge une telle délimitation particulièrement néfaste, dans la mesure où elle entraîne l'exclusion de processus non langagiers qui s'avèrent centraux dans les différentes luttes sociales (luttes qui comme nous le verrons, sont la prémisse de sa théorie). En effet, selon Honneth, bien que le processus langagier soit souvent un élément central des luttes sociales, il n'est en aucun cas essentiel, ni même le plus important, puisque la genèse de ces luttes est souvent liée à un sentiment d'offense, d'humiliation ou

¹¹⁶ Il juge cette fiction néfaste dans la mesure où elle réduit le travail à sa seule logique instrumentale. Par cette logique, la possibilité de critiquer le travail à partir d'autre chose que des règles d'efficacité et d'efficacité devient pratiquement impossible, ce qui consiste en une grave lacune pour Honneth, car selon lui, les conflits professionnels sont de nature essentiellement morale (Guéguen, 2014).

de mépris, ne pouvant pas toujours être formulé clairement en termes langagiers (Guéguen, 2014). De plus, Honneth (2007b) juge que le tournant communicationnel entrepris par Habermas, du fait qu'il tire une grande partie de son inspiration d'Arendt¹¹⁷, a complètement abandonné les apports de Marx concernant le potentiel émancipateur du travail, et son importance en tant qu'activité constitutive de la conscience de soi. Rappelons que selon Marx, le travail, du moins dans sa version non-aliénée, est une composante essentielle de la nature humaine, et que l'expropriation des techniques de conception du travail ainsi que du fruit du travail constitue pour les travailleurs une forme de déni d'humanité.

L'intention de Honneth est de réactualiser le potentiel critique de la théorie critique, largement mis de côté sous Habermas (Honneth, 1991). Ce dernier s'appuie en effet sur les prémisses de la démocratie procédurale issue de la théorie libérale et en vient ainsi à concevoir le monde social comme pratiquement exempt de conflits et de tensions, occultant de ce fait une grande partie des apports de la première génération d'auteurs de l'école de Francfort. Comme le rappelle Azmanova (2014), à l'origine la théorie critique se divisait en deux composantes distinctes que l'on pourrait nommer critique relationnelle et critique systémique. Le premier type de critique consistait à déplorer la distribution asymétrique des ressources économiques, politiques et culturelles entre les différents acteurs et classes de la société capitaliste; asymétrie étant source du pouvoir exercé par les instances dominantes. Cette critique ne cherchait pas simplement à combattre les inégalités qui découlent de la répartition inégale des ressources, mais également à mettre au jour les structures sociales qui permettent cette domination d'une classe ou d'un groupe sur une (ou des) autre (s). L'objectif sous-jacent à cette critique n'était pas simplement d'améliorer le lot des classes dominées en prônant une meilleure redistribution des différentes ressources, mais bien d'aboutir à un projet politique visant l'élimination des différences structurelles entre les classes. La deuxième forme de critique, soit la critique systémique, était de son côté beaucoup plus ambitieuse. Au-delà de la répartition inégale

¹¹⁷ Honneth considère Arendt comme l'une des protagonistes majeures dans les tentatives de la part de la philosophie sociale de contester et de démanteler de différentes manières le statut théorique émancipatoire du concept de travail hérité du XIX^e siècle (Honneth, 2007b : 35-36).

de ce qui est créé par le système, cette critique déplorait à la fois les créations de celui-ci, ainsi que la façon dont il s'y prend pour les générer. Autrement dit, l'objectif de cette seconde critique était certes de mettre fin à l'exploitation que subissent certains dans le processus de production, mais aussi de permettre à l'Homme de s'émanciper des impératifs productivistes, qui, rappelons-le, ne se retrouvent pas simplement pas dans le capitalisme, mais également dans tous les systèmes qui se proclament (ou proclamaient) socialistes. Toujours selon Azmanova (2014), les héritiers de l'école de Francfort ont eu tendance à accorder une importance disproportionnée à la critique relationnelle, au détriment de la critique systémique qui, elle, a été grandement négligée. Ce qui s'avéra désastreux pour le potentiel révolutionnaire de cette théorie, car l'un des problèmes de ces critiques "relationnelles" est qu'elles sont assez facilement récupérées par le capitalisme, qui peut même y trouver une source de légitimation¹¹⁸. En partie juste, cette critique semble toutefois trop sévère envers Honneth, puisque ses œuvres les plus récentes contribuent à un renouveau de la critique systémique (Honneth, 2006; 2007a).

4.2 La reconnaissance

If there is no struggle there is no progress. Those who profess to favour freedom and yet depreciate agitation... want crops without ploughing up the ground, they want rain without thunder and lightning. They want the ocean without the awful roar of its many waters. ... Power concedes nothing without a demand. It never did and it never will. (Douglass, 1857/1985: 204. Cité dans Fleming et Spicer, 2007 : 47)

Afin de renouveler la théorie critique, Honneth propose une théorie de la reconnaissance qui se base sur les écrits du jeune Hegel de la période d'Iéna, tournant autour de la dialectique du maître et de l'esclave. Dans la perspective hégélienne (et donc honnethienne), la reconnaissance consiste, pour un individu ou un groupe, à attribuer un statut positif à une tierce partie. De ce fait, la reconnaissance implique donc une dimension double; la première étant active et consistant à reconnaître l'autre, tandis que la seconde est passive puisque basée sur le besoin d'être reconnu (Roche, 2015). Sur le plan

¹¹⁸ On peut citer à cet égard la reprise et l'intégration par le capitalisme des luttes féministes et du mouvement des droits civiques. Bien que ces mouvements ont sans contredits aidé à améliorer le sort de groupes historiquement opprimés, l'intégration de ces groupes dans le système capitaliste n'a d'aucune façon menée à une remise en question de ce système. Au contraire, la progression sociale et économique de ces groupes au cours des dernières décennies (ou du moins, de certains membres de ces groupes) est souvent utilisée comme argument afin de glorifier le capitalisme.

philosophique, l'importance qu'Hegel accorde au lien de reconnaissance, s'explique par le fait qu'il tente, à cette époque, d'élaborer une philosophie de la société moderne de laquelle serait extirpée l'approche atomiste, qui dominait la philosophie sociale et politique depuis au moins les travaux de Hobbes, si ce n'est ceux de Machiavel. Selon Hegel, la reconnaissance permet de rompre avec la vision purement individualiste de l'être humain, et d'exprimer le lien social entre les individus, car elle est le présupposé à la notion même de coexistence humaine. En effet, Hegel affirme que toute forme de reconnaissance repose sur un rapport d'acquiescement mutuel comportant un certain degré d'autolimitation, aussi tenu soit-il. Honneth reprend cet argument et explique que: "reconnaître quelqu'un signifie percevoir en lui des qualités qui nous incitent de manière intrinsèque à nous comporter non plus de manière égocentrique, mais conformément aux intentions, besoins ou désirs de cette autre personne" (Honneth, 2006 : 261). Les apports de la reconnaissance ne se limitent toutefois pas uniquement à cette limitation volontaire; elle est également la condition intersubjective permettant le développement de l'autonomie, de l'identité et de l'estime de soi, tandis qu'au niveau social, les relations de reconnaissance mutuelle conditionnent la reproduction de nos sociétés ainsi que leur transformation. En ce qui concerne la transformation sociale, celle-ci nécessite, selon Honneth, la présence de luttes pour la reconnaissance entre divers groupes sociaux, luttes qui sont la force morale permettant l'évolution ascendante de la société humaine. En effet, Honneth affirme que : "c'est à travers les luttes que les groupes sociaux se livrent en fonction de mobiles moraux, c'est par leur tentative collective pour promouvoir sur le plan institutionnel et culturel des formes élargies de reconnaissance mutuelle que s'opère en pratique la transformation normative des sociétés". (Honneth, 2000: 157).

Le point de départ de ces luttes pour la reconnaissance est la présence de "crimes", c'est-à-dire l'usage destructeur par certains membres de la communauté de leurs libertés, provoquant une méconnaissance de certains membres de cette même communauté. Autrement dit, les crimes consistent en un déni injustifié de la reconnaissance attendue par un groupe ou un individu (Decker, 2012). Ces crimes, qui sont une forme d'agression, engendrent un "effet de retour" sur leurs auteurs, puisque les individus méprisés vont

s'engager dans une lutte afin de se faire reconnaître par la communauté. Honneth explique que: "les émotions négatives suscitées par l'expérience du mépris des exigences de reconnaissance comportent en effet la possibilité que le sujet concerné prenne clairement conscience de l'injustice qui lui est faite, et y trouve un motif de résistance politique" (Honneth, 2000 : 235-236). Ces expériences individuelles de mépris peuvent finalement servir d'élément déclencheur à des luttes sociales, dans la mesure où ceux qui les subissent personnellement parviennent à les formuler de façon à ce qu'elles soient interprétées comme des expériences typiques d'un groupe entier. Ce qui est nommé "création d'une sémantique commune" dans le langage honnethien (Worsdale, 2017). Une fois ce travail de généralisation accomplie, le groupe se mobilisera afin d'obtenir de plus larges relations de reconnaissance, et s'engagera dans une lutte, qui peut être aussi bien physique que symbolique, contre un ennemi désigné responsable du mépris qu'il subit (Honneth et al., 2009). Malgré la violence qu'elles peuvent engendrer, ces luttes s'accompagnent inévitablement d'une réconciliation entre les deux groupes, et auront, *a posteriori*, des conséquences positives pour la communauté dans lesquelles elles ont lieu. La résolution de chacune d'entre elles permet en principe d'atteindre un stade plus avancé des rapports éthiques au sein de la communauté. Ce qui conduit Honneth à soutenir, de manière contre intuitive, que le nombre de groupes et de personnes engagés dans une lutte est positivement corrélé avec le potentiel qu'a cette lutte de déboucher sur une augmentation du développement humain (Bartos et Wehr, 2002).

D'un côté, chaque nouveau défi auquel les sujets se trouvent confrontés par les formes successives du crime accroît manifestement la connaissance qu'ils ont de leur identité et de leur singularité propres [...] Mais que d'un autre côté, les sujets, en accédant à une plus grande autonomie, prennent également une mesure plus exacte de leur dépendance mutuelle [...] Après avoir fait face aux différentes formes de crimes, les individus ne s'opposent finalement plus comme des sujets agissant uniquement en fonction d'eux-mêmes, mais comme les membres d'un tout (Honneth, 2000 : 44-45).

Contrairement à bon nombre de théories sociales, qui voient les conflits et les luttes comme des événements strictement négatifs, la théorie de la reconnaissance d'Honneth leur confère donc un rôle essentiel dans le développement éthique des communautés et de la justice. Bien qu'ils puissent paraître de prime abord destructeurs, ces conflits ont pour conséquence d'exhiber l'importance de la communauté dans la construction des

personnalités individuelles, forçant ainsi les sujets à se reconnaître mutuellement comme des êtres à la fois dépendants les uns des autres tout en étant entièrement individualisés (Honneth, 2000). La lutte pour la reconnaissance honnethienne ne doit donc pas être assimilée à une simple lutte utilitariste visant la conservation de l'être ou la maximisation des intérêts, comme c'est le cas chez des auteurs aussi disparates que Hobbes, Machiavel ou Bourdieu, mais doit être considérée pour sa nature morale, puisqu'elle débouche sur une reconnaissance qui est la prémisse de la liberté et de la solidarité humaine (Guéguen, 2014)¹¹⁹.

L'hypothèse d'une conclusion inévitablement positive des conflits découle de l'épistémologie néo-hégélienne adoptée par Honneth, épistémologie ayant pour axiome principal que l'histoire est une succession de progrès (Deranty et Renault, 2007). Les gains éthiques obtenus par la lutte sociale se matérialiseront à deux niveaux pour la communauté. Premièrement, il en découlera un gain au niveau de l'extension des droits accordés aux membres de la communauté, puisque la lutte pour la reconnaissance permettra un accroissement des espaces de libertés individuelle. Deuxièmement, ces luttes vont contribuer à une généralisation des normes sociales, c'est-à-dire à une augmentation du nombre de personnes auxquelles est attribué le statut de membre de la communauté, impliquant donc qu'elles pourront bénéficier des droits individuels accordés par la communauté. Cette emphase sur la notion de lutte permet à Honneth de se rapprocher de la théorie marxiste qui était au centre des écrits de la première génération d'auteurs de l'école de Francfort, mais qui, sous l'impulsion de Habermas, avait été largement mise de côté. Toutefois, bien que Honneth ne conteste pas la définition marxiste du capitalisme, stipulant que par le monopole qu'elle exerce sur les moyens de production, une classe dominante institue un ordre social qui redistribue de façon inéquitable les richesses créées,

¹¹⁹ Considérant cela, on ne peut que constater un parallèle entre l'œuvre de Honneth et celle de Simmel (1955), en ce qui concerne les rôles sociaux qui sont réalisés par la lutte. Rappelons que pour ce dernier, la lutte, loin d'être uniquement socialement destructrice, accomplit trois fonctions étant indispensables à la création et au maintien de la cohésion sociale. Premièrement, de par l'effort d'engagement qu'elle demande, la lutte va permettre le développement du sens de l'action ("*sense of agency*") de ceux qui l'effectuent, dans la mesure où elle va leur faire réaliser que le fait social n'est pas simplement déterminé par les structures sociales, mais est également construit par les actions des divers acteurs le formant. Deuxièmement, considérant l'importance que prend l'unité dans les confrontations sociales, la lutte entraîne l'augmentation (autant quantitative que qualitative) des interactions sociales au sein même d'un groupe. Finalement, le troisième rôle social que Simmel donne à la lutte est de promouvoir une augmentation (encore une fois autant quantitativement que qualitativement) des interactions sociales entre les groupes étant en lutte, dans la mesure où la résolution de cette lutte va nécessairement demander un processus communicationnel (parfois très limité) entre ces groupes.

il croit, au contraire de Marx, que les luttes sociales ne sont pas engendrées principalement par des considérations de natures économiques, mais sont suscitées par un désir de reconnaissance des classes opprimées (Gauthier, 2010). Honneth soutenant que : "*it is in general more meaningful to assume the experience of disrespect or humiliation as motivational cause for protest and resistance instead of presupposing, as was common in Marxist theory for a long time, the (utilitarian) dynamic of injured interest.*" (Honneth, 1999: 250). Cela ne signifie pas que les considérations économiques sont strictement absentes de son analyse, mais plutôt que celles-ci s'expliquent par le principe de la reconnaissance¹²⁰. Pour Honneth, la reconnaissance ne se réduit pas simplement au domaine culturel et n'est pas un concept parmi tant d'autres, mais constitue le principe structurant la vie normative de l'ensemble de la société (Ohlström et al., 2011). La distribution des biens matériels s'explique donc, selon la théorie honnethienne, par le degré de respect social qu'ont obtenu les divers groupes sociaux selon la hiérarchie de valeurs institutionnalisée par la société (Ohlström et al., 2011).

Par la suite, Honneth propose une division tripartite des formes de reconnaissances mutuelles qui permettent chacune une forme unique de développement moral et qui sont dominées par un principe normatif distinct. Chacune de ces trois formes de reconnaissance est associée à une forme de mépris spécifique. La première forme de reconnaissance identifiée par Honneth est celle qu'il nomme amour. L'utilisation qu'Honneth fait de ce terme diffère du sens romantique lui étant habituellement attribué, soit un certain rapport d'intimité sexuel entre deux personnes formant un couple, mais englobe plutôt : "toutes les relations primaires qui, sur le modèle des rapports érotiques, amicaux ou familiaux, impliquent des liens affectifs entre un nombre restreint de personnes" (Honneth, 2000: 161). Selon Roche (2015), dans le monde organisationnel, cette forme de reconnaissance va prendre la forme de relation d'entraide et de réciprocité avec des collègues de travail. Selon Honneth, la relation d'amour correspond à un double processus, permettant à la fois l'affranchissement de la personne (puisque la relation d'amour

¹²⁰ Pour une critique de ce postulat, l'ouvrage de référence reste indubitablement *Redistribution or recognition?: A political-philosophical exchange* (2003), ouvrage consistant en un échange d'arguments entre Honneth et Fraser.

implique l'acceptation de l'autonomie de la personne aimée) ainsi qu'un attachement réciproque entre les deux partenaires, ayant pour impact de les lier émotionnellement. Cette forme de reconnaissance est première en ce qu'elle conditionne l'atteinte des deux autres formes de reconnaissances. La forme de mépris qui est identifiée à la reconnaissance amoureuse est la violence physique, car celle-ci crée chez celui qui la subit une humiliation telle qu'elle entraîne une perte de confiance en soi et dans le monde. Le mépris qui est subi dans la sphère amoureuse relève strictement de la relation personnelle, et à ce titre ne peut permettre la création d'une "sémantique commune" et déboucher sur des conflits sociaux.

La reconnaissance amoureuse nécessite une interaction intense et prolongée entre les deux partenaires, ce qui implique leur proximité physique. La création d'une communauté élargie ne peut donc se réaliser sur cette base. Pour ce faire, une deuxième forme de reconnaissance est nécessaire. Honneth la nomme reconnaissance égalitaire (ou juridique) et la définit comme une relation de respect entre individus qui se reconnaissent réciproquement comme porteurs de droits et de devoirs permettant la participation à la vie collective. Cette reconnaissance mutuelle peut être étendue à tous les membres d'une communauté et ce, même si les partenaires n'entretiennent aucun lien direct les uns avec les autres ni même aucune sympathie mutuelle. Comme le souligne Honneth: "Nous pouvons reconnaître un individu en tant que personne sans pour autant apprécier ses services ni son caractère" (Honneth, 2000 : 190). Il faut noter que les droits et devoirs permettant la reconnaissance égalitaire ne correspondent pas à des idéaux universels énoncés une fois pour toutes, mais sont continuellement remis en question, précisés, transformés et élargis. Il en résulte que cette forme de reconnaissance est continuellement élargie : "Se reconnaître mutuellement comme des personnes juridiques, aujourd'hui, cela implique plus de choses qu'au moment où est né le droit moderne [...] [et de plus,] la relation juridique est universalisée de telle manière qu'un nombre croissant de groupes jusque-là exclus et défavorisés se voient reconnus les mêmes droits que les autres membres de la société" (Honneth, 2000 : 200-201). Cet élargissement est le fruit des luttes pour la reconnaissance que mèneront les différents groupes et personnes subissant

l'expérience du mépris associé à ce type de reconnaissance, soit la privation de droits et l'exclusion sociale. Selon Honneth, cette forme de reconnaissance n'a réellement émergé que dans les communautés post-traditionnelles, car dans les communautés traditionnelles, les droits et les devoirs qui sont attribués à une personne dépendent principalement d'un statut social prédéfini, et ne sont donc pas universels. L'exemple emblématique est celui de la société aristocratique dans laquelle le sang (la filiation) détermine les prérogatives de chacun.

Les deux formes de reconnaissances identifiées précédemment ne parviennent toutefois pas à couvrir l'ensemble des formes de reconnaissances ayant cours dans une communauté. En effet, comme le souligne Honneth: "La relation juridique ne peut cependant intégrer toutes les dimensions de l'estime sociale, ne serait-ce que parce que celle-ci, par sa fonction même, ne s'applique qu'aux qualités et aux capacités par lesquelles les membres de la société se différencient les uns des autres. Une personne ne peut se juger "estimable" qui si elle se sent reconnue dans des prestations qui ne pourraient être aussi bien assurées par d'autres" (Honneth, 2000 : 213). Une troisième forme de reconnaissance joue donc un rôle essentiel, selon Honneth. Il s'agit de l'estime sociale, dont l'individu peut jouir ou non. Par estime sociale, Honneth désigne les qualités particulières individuelles qui permettent à chacun de se caractériser sur une échelle de valeur partagée par l'ensemble de la communauté. En termes plus simples, cette forme de reconnaissance souligne les contributions individuelles apportées par les différents membres d'une communauté à la réalisation des objectifs qu'elle s'est fixée, ce qui se traduit concrètement par une hiérarchisation des membres de la communauté. Dans la société actuelle, la reconnaissance liée à l'estime se joue principalement via les institutions économiques, plus précisément dans la structure institutionnelle de l'emploi et du marché (Deranty, 2013; Deranty et Renaut, 2007). Selon Tweedie et Holley (2016), la reconnaissance liée à l'estime dans la sphère du travail peut prendre deux formes. La première, que les auteurs nomment reconnaissance communautaire, est attribuée aux activités considérées comme des contributions positives au bien être de la communauté., et ce, même s'il y a méconnaissance presque complète des habiletés et des connaissances

qu'un tel travail implique. Le travail d'un médecin, par exemple sera généralement apprécié par les membres de la communauté, bien que pratiquement aucun de ceux-ci ne soit en mesure d'évaluer précisément l'ampleur des connaissances et des habiletés que ce médecin en particulier possède. La seconde forme d'estime en milieu de travail identifiée par Tweedie et Holley (2016), elle la reconnaissance entre collègues exerçant une même activité. Elle est accordée à celles et ceux dont la contribution à l'activité en question est jugée exceptionnelle. Ces deux formes d'estime professionnelle ne sont pas nécessairement corrélées. Un chirurgien jugé médiocre par ses collègues peut jouir d'une forte reconnaissance communautaire. A l'inverse, on sait que même un plombier de grand talent pourra éprouver des difficultés à jouir de l'estime de la communauté!

Comme pour la forme de reconnaissance égalitaire, les déterminants de la reconnaissance liée à l'estime ne sont pas fixes, et vont évoluer en fonction des luttes que mènent des groupes afin de corriger une appréciation qu'ils jugent injuste de leur apport à ces objectifs sociaux, ce qui correspond au mépris associé à cette forme de reconnaissances. Ces luttes mèneront éventuellement à l'instauration de nouveaux principes de valeur, qui permettront une hiérarchisation sociale jugée plus équitable (Honneth, 2000). Ces luttes sont extrêmement fréquentes dans les sociétés modernes, puisque la division et l'abstraction sans cesse accrue du travail rendent très ardue l'évaluation de la contribution de chacun aux objectifs de la communauté. Dans un tel contexte, la probabilité que différents groupes se sentent méprisés augmente (Smith, 2012). Honneth affirme que : "les rapports d'estime sociale sont, dans les sociétés modernes, l'enjeu d'une lutte permanente, dans laquelle les différents groupes s'efforcent sur le plan symbolique de valoriser les capacités liées à leur mode de vie particulier et de démontrer leur importance pour les fins communes" (Honneth, 2000 : 216). Toutefois, malgré les luttes générées continuellement par ce besoin d'estime, celui-ci engendre tout de même au sein de la communauté une solidarité basée sur le principe de différence complémentaire : solidarité que l'on peut qualifier d'organique, en utilisant le langage durkheimien. Les différents groupes et individus en viennent à reconnaître en effet que l'atteinte des objectifs

communs n'est réalisable que par la présence de groupes et individus possédant des qualités et des aptitudes distinctes.

4.3 Honneth et le pouvoir

Any given society tends to form the character-structure of its member in such a way as to make them desire to do what they have to do in order to fulfill their social function [...] Even slaves have learned to be satisfied with their lot; oppressors to enjoy cruelty (Fromm, 1965: 198-199).

Bien que dans des textes précédant la parution de *La lutte pour la reconnaissance*, Honneth s'attaquait spécifiquement à la question du pouvoir et de la domination (qui sont deux questions centrales à la théorie critique francfortoise), il n'en fait aucunement mention dans ce livre qui est considéré comme son œuvre principale. D'ailleurs, de nombreux auteurs lui reprochent cette omission, et affirment que sa théorie reste aveugle au fait que les formes de reconnaissances et les identités sont construites en fonction de relations de pouvoir asymétriques, et négligent complètement les formes de persuasions idéologiques (Kalyvas, 1999). Le problème, comme Butler (1997) le souligne, est que le besoin humain de reconnaissance est tellement fort (particulièrement lors de l'enfance), que les individus peuvent en venir à accepter et à s'attacher à pratiquement toute forme de reconnaissance même si ce faisant ils participent ainsi à leur propre sujétion. C'est justement afin de pallier à ce problème, et également afin d'actualiser les problématiques liées au pouvoir qui étaient centrales chez la première génération de théoriciens de l'école de Francfort, qu'Honneth va, dans *La société du mépris*, chercher à effectuer un traitement de ces thèmes en se servant de la théorie de la reconnaissance qu'il a élaborée¹²¹. Il juge ce développement indispensable, afin de revigorer le potentiel critique de cette théorie, qui semblait jusqu'à présent relativement faible. En se basant sur la notion d'interpellation d'Althusser, Honneth affirme dans ce livre que dans la société actuelle, la reconnaissance peut avoir un rôle strictement instrumental, voire oppressif. Il y affirme explicitement que :

Le fait d'être couvert d'éloges pour certaines qualités ou certaines compétences semble être devenu un instrument de politique symbolique, dont la fonction sous-jacente est d'intégrer des individus ou des groupes sociaux dans l'ordre social

¹²¹ Il faut toutefois noter que Honneth (1999) jette les bases de son argumentation à ce sujet dans un article intitulé : *Reply to Andreas Kalyvas. critical theory at the crossroads: Comments on Axel Honneth's theory of recognition*.

dominant en leur offrant une image positive d'eux-mêmes. Bien loin de contribuer à l'amélioration durable de l'autonomie des membres de notre société, la reconnaissance sociale semble apparemment servir à la production de représentations conformes au système. Par conséquent, les doutes qui se sont entre-temps manifestés quant à cette nouvelle approche débouchent sur l'idée selon laquelle les pratiques de la reconnaissance n'entraînent pas un accroissement du pouvoir des sujets sociaux, mais au contraire leurs assujettissements (Honneth, 2006: 245).

Ainsi, Honneth propose que la reconnaissance n'est pas toujours l'opposé de la domination et de l'assujettissement, mais peut en fait amplifier ces phénomènes¹²². À la différence de ses travaux antérieurs sur le pouvoir, dans lesquels il avait tendance à amalgamer les concepts de domination sociale et de lutte sociale (puisque la domination sociale donnait nécessairement naissance à la lutte sociale), Honneth affirme dans ce texte plus récent qu'un système de domination peut être tellement subtil qu'il ne crée aucun désir de lutte chez ceux qui le subissent (Allen, 2010). En guise d'illustration, Honneth se réfère à l'exemple de l'oncle Tom, dans le célèbre roman de Harriet Beecher Stowe. Ce noir vivant aux États-Unis à l'époque esclavagiste retirait une grande fierté des éloges concernant sa soumission et sa docilité adressés par ses maîtres blancs, et s'efforçait d'agir de manière à entretenir cette forme de reconnaissance. Un tel exemple permet de démontrer que la reconnaissance n'a pas toujours un potentiel émancipateur, puisqu'elle peut parfois être un moyen d'obtenir, d'un individu ou d'un groupe, des actions et conduites qu'il n'accepterait pas sans celle-ci (Guéguen, 2014). Ce type de reconnaissance est nommé par Honneth "reconnaissance idéologique", qu'il oppose à la "reconnaissance justifiée" qui, elle, permet le développement éthique de la société. Bien que ces deux formes de reconnaissances puissent être dispensées par des institutions, la reconnaissance idéologique est intrinsèquement liée aux institutions, et ne peut émaner de rapports intersubjectifs. Honneth explique qu' : "Avec Marx, qui considère la forme du contrat civil comme une institution productrice d'idéologie, nous supposons que la formation de convictions trompeuses ou fictives est la conséquence de la constitution spécifique de certaines institutions" (Honneth, 2006 : 259). Avec ce concept de reconnaissance idéologique, Honneth tente donc de remettre à l'avant-plan le programme initial de la

¹²² Comme le fait remarquer McQueen (2015), cette affirmation semble toutefois contredire le postulat qu'Honneth avait lui-même fait concernant la direction positivement ascendante qu'à la reconnaissance sur le développement social.

théorie critique, soit l'exhibition des relations de dominations, en montrant comment certaines formes de reconnaissance sont des moyens de domination sociale (Smith, 2012).

En reprenant la terminologie de la LPT, on peut affirmer que la reconnaissance idéologique, dans la sphère du travail, est un moyen d'amoindrir l'indétermination subjective des travailleurs, puisqu'elle crée des dispositions émotionnelles conduisant les sujets à se conformer aux exigences du mode de production capitaliste. Il est également intéressant de noter qu'Honneth effectue un certain rapprochement entre reconnaissance idéologique et biopouvoir, car bien qu'il n'utilise pas directement ce terme, il s'y réfère implicitement lorsqu'il affirme que : "Le pouvoir qu'exercent les idéologies de la reconnaissance est à la fois producteur et exempt de tout caractère répressif, exactement au sens où Foucault l'entendait. En promettant une reconnaissance sociale pour la démonstration subjective de capacités, de besoins ou de désirs précis, elles créent une disponibilité à adapter un réseau de pratiques et de comportements en concordance avec la fonction de reproduction de la domination sociale" (Honneth, 2006: 268).

Affirmer qu'il existe des formes de reconnaissance entraînant l'assujettissement du sujet est une chose, mais identifier précisément quels énoncés de reconnaissance sont de nature idéologique est une tâche beaucoup plus ardue. L'exemple de l'oncle Tom donné précédemment est facilement identifiable en tant que forme de reconnaissance idéologique, mais cela tient en partie à l'évolution éthique qui s'est produite depuis cette époque (Honneth, 2006). La hiérarchisation raciale étant désormais discréditée, on peut aisément affirmer qu'une forme de reconnaissance se référant à de telles valeurs ne possède aucun caractère émancipateur et ne vise que la domination sociale du sujet. En ce qui a trait aux pratiques de reconnaissance contemporaines, considérant que nous n'avons pas la possibilité d'affirmer que certaines valeurs en viendront à être discréditées ultérieurement, il devient beaucoup plus difficile de trouver des exemples de reconnaissances qui sont strictement idéologiques, du moins tant que les sujets de cette reconnaissance ne se révoltent pas directement contre elle. Malgré ces difficultés,

Honneth affirme qu'il est tout de même possible de caractériser certaines formes de reconnaissance comme étant idéologiques, et ce même si elles sont accueillies positivement par les sujets auxquelles elles s'adressent. Pour ce faire, il propose une définition de ce type de reconnaissance reposant sur quatre critères.

Premièrement, l'énoncé de reconnaissance doit exprimer positivement la valeur d'un individu ou d'un groupe social. Comme le mentionne Smith (2012), cette condition va de soi, car il ne fait aucun sens d'accepter ou de lutter pour une forme de reconnaissance si celle-ci est sans valeur ou est connotée de façon négative. Cette condition a pour corollaire que toute forme de reconnaissance possédant un caractère discriminatoire (comme par exemple des énoncés de nature sexiste ou raciste) est de facto exclue de cette définition, puisque la reconnaissance idéologique cherche à intégrer les sujets et non pas à les exclure. Deuxièmement, les énoncés de reconnaissance en question doivent être crédibles aux yeux des personnes auxquels ils sont adressés. Cela suppose que ces énoncés soient réalistes, c'est-à-dire qu'ils se réfèrent à des valeurs ou à des aptitudes réelles des destinataires (ce qui exclut notamment les valeurs discréditées par l'évolution historique éthique de la société). Cette condition permet de faire la distinction entre des modèles de reconnaissance normalisante et des modèles de reconnaissance idéologique. Les premiers sont considérés par les destinataires comme des formes de reconnaissance brimant à la fois leurs libertés et leurs marges d'autonomies, et ne génèrent donc pas de servitude volontaire. Les énoncés de reconnaissance normalisante suscitent généralement une résistance active ou au moins passive de la part des individus et groupes auxquels ils sont adressés. Une femme à qui l'on fait l'éloge de la passivité et des vertus ménagères est un exemple de reconnaissance normalisante, car de tels énoncés négligent totalement les acquis des luttes féministes du XXe siècle, et seront considérés rétrogrades par la quasi-majorité des femmes. Au contraire, les formes de reconnaissances idéologiques satisfont à ce critère de crédibilité, et en acquièrent une efficacité beaucoup plus redoutable, puisqu'elles ne sont pas considérées comme une contrainte. Troisièmement, les énoncés de reconnaissance idéologique expriment une valeur nouvelle ou soulignent une

performance particulière. Il faut que les individus visés se sentent distingués, soit par rapport au passé soit par rapport à l'ordre social établi.

Puisqu'elles remplissent ces trois conditions, les idéologies de la reconnaissance suscitent chez les individus auxquelles elles sont adressées un rapport à soi suffisamment attrayant qu'ils vont accepter de réaliser de plein gré certaines tâches sans qu'ils n'y soient contraints ni même qu'il y a demande en ce sens. Toutefois, la satisfaction de ces trois conditions n'est pas suffisante afin d'affirmer qu'une forme de reconnaissance est idéologique, car un tel constat implique une connotation négative que celles-ci ne parviennent à justifier. Considérant que le concept de reconnaissance idéologique cherche, dans la lignée de la théorie critique francfortoise, à dénoncer une forme de domination douce, le fait qu'un énoncé de reconnaissance soit positif, crédible et porteur d'une valeur nouvelle ne permet pas d'affirmer que celui-ci crée un assujettissement chez le destinataire. Les énoncés de reconnaissance justifiée vont d'ailleurs également remplir ces trois conditions. Afin d'introduire l'aspect négatif relié à la reconnaissance idéologique, Honneth va donc proposer une quatrième condition. Cette quatrième condition se base sur des principes strictement matériels, et consiste à affirmer qu'une forme de reconnaissance justifiée ne doit pas simplement relever du domaine symbolique, mais doit également se matérialiser dans le monde physique, sous la forme d'une modification des comportements ou des dispositions institutionnelles manifestant les valeurs exprimées par l'énoncé de reconnaissance. Autrement dit, cela signifie que la reconnaissance légitime ne doit pas seulement et simplement se limiter au domaine discursif, mais doit également se refléter dans les dispositions juridiques, dans les modalités de représentation politique ou dans la redistribution des biens matériels. Tout le contraire pour ce qui est des énoncés de reconnaissance idéologique, car ceux-ci ont une : "incapacité structurelle de pourvoir aux conditions matérielles de réalisation effective des qualités nouvelles des personnes concernées : entre la promesse évaluative et la réalisation matérielle se creuse un abîme dont la caractéristique est l'impossibilité de mettre en accord les présupposés institutionnels de la reconnaissance avec l'ordre social dominant" (Honneth, 2006: 272). Tout comme la reconnaissance légitime, la reconnaissance idéologique fait miroiter la

promesse d'un progrès dans les sphères de la reconnaissance de l'amour, de l'égalité et de l'estime, poussant les sujets à modifier leurs comportements. Toutefois, alors que l'acte de reconnaissance justifiée va permettre éventuellement à ces promesses de se concrétiser matériellement chez les destinataires, la reconnaissance idéologique ne permettra pas ce raccordement entre le matériel et le discursif. Celle-ci ne dépassera jamais le stade strictement symbolique, et ne débouche donc pas sur une transformation positive des conditions d'existence de leurs destinataires.

Honneth fournit comme exemple récent d'énoncé de reconnaissance idéologique la valorisation de la figure du travailleur-entrepreneur. De par ses promesses d'autonomie, de flexibilité, de nivellement hiérarchique, de travail créatif et de liberté professionnelle, cet énoncé de reconnaissance propose une réactualisation du principe de performance à la fois positive, crédible, et nouvelle : qu'il semble donc tout à fait rationnel d'embrasser. Toutefois, selon Honneth, du fait des contraintes imposées par l'ordre économique néolibéral, cet énoncé ne parvient pas à remplir ses promesses d'autonomie, de flexibilité et d'individualité pour la très grande majorité des travailleurs. Il doit donc être considéré principalement comme une forme de pouvoir régulateur conduisant les travailleurs à accentuer leur charge de travail et à se considérer directement responsables de leurs échecs professionnels.

Si la nouvelle manière de s'adresser aux employés et aux travailleurs qualifiés en tant qu' "entrepreneurs d'eux-mêmes" comprend certes de manière évaluative la promesse de reconnaître un degré accru d'individualité et de motivation au travail, elle ne se soucie précisément pas, en soi, des dispositions institutionnelles permettant une véritable réalisation de ces nouvelles valeurs; bien plus, les destinataires sont contraints, dans des conditions de travail inchangées, de simuler des motivations, de la flexibilité et des compétences, là même où tout support pour ces derniers fait défaut dans le processus d'apprentissage individuel. D'un point de vue évaluatif, la nouvelle forme de reconnaissance n'est en rien déficitaire ou irrationnelle, mais elle ne satisfait pas aux exigences matérielles à l'aune desquelles se mesure la crédibilité d'une reconnaissance justifiée; car les dispositions institutionnelles nécessaires pour réaliser effectivement la valeur nouvellement mise en évidence dans l'acte de reconnaissance ne suivent pas. (Honneth, 2006: 272-273).

Dans la mesure où les promesses qu'elle contient ne se traduisent pas sur le plan des conditions matérielles d'existence de ses destinataires, cette nouvelle façon de s'adresser aux employés doit être considérée comme une forme de reconnaissance idéologique ne servant qu'à huiler les rouages de la machine capitaliste. (Smith, 2012).

4.4 La reconnaissance idéologique au cœur des politiques de prosommation?

La présentation de la théorie de la reconnaissance honethienne nous permet de proposer l'hypothèse principale de cette thèse, soit que dans les activités de prosommation, la réduction de l'indétermination subjective du travail est réalisée principalement par l'attribution d'une forme de reconnaissance idéologique liée à l'estime. Cette hypothèse s'inscrit dans la perspective de Burawoy stipulant que la mystification des travailleurs (dans ce cas-ci des prosommateurs) se joue dans le cadre des relations de production, et n'est pas simplement le fait de l'habitus. A l'appui de cette hypothèse, on peut souligner le fait que plusieurs auteurs ont montré que les motivations des différents prosommateurs à s'engager dans de tels actes relevaient d'une recherche de reconnaissance (certains de ces auteurs ne se réfèrent pas directement à ce concept, mais utilisent des concepts analogues) (Ezan et Cova, 2008; Henning-Thurau, 2014, Kozinets, 2007; Proulx 2011; Shirky, 2010). Par exemple, une étude de Henning-Thurau et al. (2004) portant sur les facteurs incitant les consommateurs à contribuer à une communauté virtuelle montre que le facteur le plus déterminant est le "bénéfice social", tandis que selon Kozinets (2007), l'"egoboo", c'est-à-dire le sentiment de joie éphémère lié au fait qu'une création ou une contribution soit reconnue comme crédible et de qualité, constitue l'une des sources de motivation majeure des prosommateurs. Cette dernière avenue s'avère également particulièrement intéressante lorsque l'on considère que l'une des figures importantes de la LPT, Friedman (2004), a affirmé qu'aborder la question de l'indétermination de la subjectivité des travailleurs sous l'angle des principes de l'estime et de la distinction ne pourrait qu'être bénéfique.

Partie III : Cadre méthodologique

Chapitre 5 : Méthodologie et design de recherche

Après avoir établi le cadre théorique de cette recherche et élaboré notre principale hypothèse, il nous faut à présent définir la démarche avec laquelle nous avons tenté de tester celle-ci. Au cours de ce chapitre, nous expliciterons d'abord précisément notre question de recherche, notre hypothèse principale ainsi que notre positionnement épistémologique. Par la suite, nous présenterons les considérations d'ordre méthodologique liées à l'enquête empirique que nous avons réalisée. Celle-ci a consisté à effectuer, d'une part, une étude historique et économique de l'industrie des jeux vidéo et, d'autre part, une netnographie auprès d'une communauté de créateurs de contenu pour un jeu vidéo.

5.1 Question de recherche, hypothèse principale et posture épistémologique

Lors de la conclusion du troisième chapitre de cette thèse, nous avons formulé la question de recherche suivante:

De quelle manière les entreprises parviennent-elles à obtenir le consentement des prosommateurs dans l'usine sociale?

Afin de répondre à cette question, nous proposons l'hypothèse suivante, basée sur les différentes théories néo-marxistes présentées au cours des chapitres précédents :

La reconnaissance idéologique permet d'expliquer le consentement de la multitude, ainsi que l'obscurcissement de la relation d'exploitation, dans les activités de prosommation. Cette reconnaissance idéologique entrave également l'aspect biopolitique du travail immatériel.

En des termes plus simples, ce que nous suggérons est que la reconnaissance idéologique :

1) fait en sorte que les prosommateurs acceptent que la valeur qu'ils créent soit

pratiquement entièrement accaparée par les entreprises ;2) freine le développement de subjectivités révolutionnaires chez eux, bien que leurs activités implique une forme de travail immatériel les mettant en contact avec le commun.

En ce qui concerne les considérations épistémologiques, rappelons qu'il est généralement admis que toute posture se situe sur un continuum allant du réalisme au relativisme. Succintement, le réalisme tire son origine de Descartes et postule qu'il existe une réalité objective indépendante des désirs et croyances des individus. Selon cette perspective, le rôle du chercheur est de "lever le voile" sur cette réalité, tandis que le relativisme stipule au contraire que le rapport entre la réalité et le sujet est toujours conditionné par la culture et la subjectivité de celui-ci et qu'il existe donc une quasi-infinité d'interprétations de la réalité; interprétations étant toutes incommensurables (Costa, 2015). Toutefois, il existe plusieurs formes de réalisme, et il est donc possible de rejeter les postulats associés au réalisme que l'on pourrait qualifier de radical ou de naïf sans inévitablement tomber dans le relativisme ou le constructionnisme (Nola, 1988). L'approche qui nous semble la plus pertinente a été nommée "réalisme subtil" par Hammersley (1992) et se base sur trois postulats. Le premier est qu'il est erroné de définir la connaissance comme une croyance dont nous sommes certains de la validité, mais qu'il faut plutôt entrevoir la connaissance comme une croyance dont la validité fait l'objet d'une confiance "raisonnable". Deuxième postulat : il existe des phénomènes qui sont à toute fin pratique indépendants des affirmations dont ils font l'objet¹²³, sans qu'il soit possible de déterminer si la connaissance que nous en avons est parfaite ou non. De même, toute affirmation sur ces phénomènes comprend toujours certaines assomptions (et ce, parfois inconsciemment) n'ayant pas été soumises à des tests empiriques rigoureux. Finalement, le dernier postulat est que le but du chercheur n'est pas de reproduire la réalité, mais bien de la représenter. Au contraire de la reproduction, qui suppose une copie parfaite de la réalité, la représentation sous-tend que, du fait de son point de vue idiosyncratique, le chercheur mettra de l'avant certains aspects du phénomène étudié et en négligera d'autres. Ce qui

¹²³ Le terme à tout fin pratique est utilisé afin de faire ressortir qu'il peut y avoir des effets de prophéties auto-réalisatrice, mais que même ces effets sont toujours dépendants de circonstances externes.

implique qu'il peut y avoir plusieurs interprétations valides, quoique non-contradictoire, du même phénomène.

Bien que le réalisme subtil engage un abandon de l'idéal de la certitude, il demande, en contrepartie, que les recherches qui s'en réclament adoptent des normes de validité et de pertinence (Hammersley, 1992). Par validité, Hammersley désigne le fait que les assertions du chercheur doivent être crédibles, et convaincantes à la fois en tenant compte des connaissances et des théories existantes, ainsi que des évidences empiriques recueillies par celui-ci. Précisément, en ce qui concerne le nombre d'évidences empiriques que devra présenter le chercheur, celui-ci va varier selon la plausibilité de son argument en tenant compte des connaissances scientifiques actuelles, et de la centralité que cet argument prend dans sa recherche. Pour ce qui est de la pertinence, cela consiste à s'assurer que l'objet de recherche ainsi que la contribution du chercheur à la littérature scientifique sont importants pour la communauté scientifique. Considérations que ce chercheur estime avoir remplies au cours des chapitres précédents. C'est donc dans cette perspective que nous avons entrepris notre enquête.

5.2 Etude de cas sur l'industrie des jeux vidéo

Afin de tester notre hypothèse de recherche, nous avons décidé d'étudier une communauté de moddeurs. Rappelons que les mods sont des extensions réalisées par des joueurs et mises gratuitement à la disposition des autres joueurs. Le choix de l'industrie des jeux vidéo comme terrain de collecte de données s'est pratiquement imposé à nous, car cette industrie fait un usage particulièrement intensif de la prosommation. L'étude de Siuda et Troszynski (2016) portant sur les stratégies mises en place par les entreprises de différents secteurs culturels afin d'attirer les prosommateurs identifie deux approches en la matière, celle des "natifs" et celle des "touristes". Alors que la première de ces approches encourage et valorise fortement la prosommation, et ce depuis longtemps, la seconde se caractérise par une certaine difficulté à intégrer ces activités au sein d'un modèle

d'affaires, au point de parfois les réprimer. Les auteurs affirment que l'industrie des jeux vidéo incarne parfaitement l'idéal type des "natifs", et notent que:

an orientation towards prosumption is highly present in the video game industry. This industry is open to consumers, as is manifested in producers' participation in conventions, and invitations extended to gamers to special meetings at companies' head offices. Game producers encourage consumers to engage in creative acts by allowing them access to the resources and tools necessary in making amateur productions; often, in this spirit, they ignore copyright infringement (Siuda et Troszynski, 2016: 15).

En outre, au sein de cette industrie des jeux vidéo, les communautés de moddeurs sont souvent désignées comme des pourvoyeurs de labour gratuit dont les actions permettent de créer une rente qui sera appropriée par les studios de jeux vidéo¹²⁴ (Corliss, 2011; Kücklich, 2005; Miller, 2006; Moody, 2014; Postigo, 2010; Scacchi, 2010; Sotamaa, 2004).

Toutefois, avant d'enquêter directement auprès de modders, nous avons jugé nécessaire d'effectuer au préalable une étude de cas (sur la base de données secondaires) concernant l'industrie des jeux vidéo. Cette étude nous est apparue essentielle pour trois raisons. Tout d'abord, comme le soulignait Williams (1983), l'étude d'un média et/ou d'un produit culturel ne reste que partielle si l'on ne connaît pas les circonstances historiques et institutionnelles qui ont mené à sa création et à ses transformations. Bien qu'affirmer que les jeux vidéo consistent en une sorte de média culturel puisse surprendre, voire choquer, on se doit de les considérer comme tel, car à l'instar de tout type de média culturel, ils offrent une représentation symbolique de notre monde et de notre culture (Wilson et Zackariasson, 2012). De plus, comme tout type de média culturel, les jeux vidéo ont une influence idéologique considérable, et ce même si cet aspect reste encore largement ignoré (Cassar, 2013; Nichols, 2014). Cette idéologie peut parfois être exposée très directement, comme dans le cas de nombreux jeux de tirs qui consistent à entrer dans la peau d'un soldat américain devant vaincre les ennemis de sa nation, mais peut parfois être présente de manière beaucoup plus subtile. Par exemple, certains travaux (Fortin, 2006; Fortin et

¹²⁴ On peut d'ailleurs, également noter, que Kücklich (2005) affirme que les moddeurs sont un exemple concret de la multitude théorisée par les autonomistes.

Tremel, 2005) ont permis de démontrer que les jeux de la série Civilization¹²⁵, bien que neutres en apparence (ils permettent d'incarner de nombreuses nations différentes, sans qu'aucune d'entre elles ne semble initialement avantagée), reposent sur une vision téléologique de l'histoire semblant être sortie tout droit de l'œuvre de Fukuyama. Dans ces jeux, la démocratie libérale et le capitalisme disposent toujours d'un avantage marqué comparativement aux autres systèmes économiques et sociaux qu'il est possible d'adopter, et l'on y retrouve une apologie constante de la guerre et de l'impérialisme, qui sont vus comme des étapes nécessaires au progrès humain.

Deuxièmement, l'industrie des jeux vidéo reste relativement peu étudiée d'un point de vue scientifique (c'est particulièrement vrai en ce qui concerne les mods), bien que des progrès considérables aient été réalisés au cours des dernières années (Cassar, 2013; Marchand et Hennig-Thurau, 2013; Moody, 2014; Poor, 2014; Sotamaa, 2010; 2004). La principale raison de cette négligence est indubitablement l'aspect ludique et divertissant des jeux vidéo, qui fait en sorte que l'"establishment" universitaire semble croire qu'il n'y a pas là un sujet suffisamment sérieux pour mériter que l'on s'y attarde (Poor, 2014). Considérant que le biocapitalisme se caractérise, entre autres, par un estompement de la distinction entre vie sociale et vie professionnelle, une telle négligence est selon nous extrêmement contreproductive, puisque c'est justement cet aspect ludique qui contribue abondamment au déploiement de cette réalité. Effectivement, le secteur des jeux vidéo est l'un des premiers secteurs (si ce n'est le premier) où il est devenu pratiquement impossible de distinguer clairement entre temps de travail et temps de loisir. Stone en fournit un bon aperçu lorsqu'il décrit la situation qui prévalait chez Atari à la fin des années 1970 et début des années 1980:

Young men in their late teens and early twenties, the first generation of their kind, who lived their lives perpetually in semidarkened [sic] rooms, sleeping at their terminals or under tables, and seemingly subsisting on nothing more than Fritos, Coca-Cola, and wild determination [...] [yet] pulled down salaries in the \$50,000

¹²⁵ Un autre exemple de jeu dans lequel on retrouve une idéologie subtile est *The Sims*. Dans ce jeu, qui consiste à faire vivre à un personnage une existence « normale », le succès se mesure en grande partie en termes d'argent et de commodités accumulés (Sihvonen, 2011).

to \$60,000 range for what looked like nothing more than playing games (Stone, 1996. Cité dans Kline et al., 2003: 96-97).

Encore une fois, comme dans tout ce qui relève du travail immatériel et de l'usine sociale, cette influence n'est pas unidirectionnelle, mais bien bidirectionnelle, puisque comme l'expliquent Ruggill et McAllister (2011), il est parfois impossible de distinguer clairement la différence entre les tâches réalisées dans le cadre de jeux vidéo et celles réalisées par un travailleur dans une usine ou un cubicule. Comme pratiquement toute personne ayant joué le confirmera, il est difficile de nier les similitudes entre l'activité d'un travailleur sur une chaîne de montage et celle d'un joueur d'un jeu en ligne qui passe des heures à répéter les mêmes actions afin d'accumuler des ressources qu'il vendra sur un marché virtuel pour des devises réelles ou virtuelles (Welch, 2018). Cette interpénétration du travail dans le loisir prend également des formes beaucoup plus directes, car la plupart, si ce n'est la totalité des entreprises de l'industrie encouragent fortement leurs employés à jouer à des jeux vidéo durant leurs temps libres afin qu'ils restent au courant des tendances au sein de l'industrie (Bulut, 2015) et les incitent également à assister à de nombreux événements et activités culturelles hors de leurs heures de travail, de manière à stimuler leur créativité (Cohendet et al., 2018). Notre étude de cas vise à combler, en partie, la faible attention dont cette industrie a fait l'objet dans les recherches universitaires.

La troisième raison qui nous a incité à entreprendre cette étude de cas est que les jeux vidéo constituent à bien des égards la commodité idéale de l'économie actuelle, c'est-à-dire la commodité qui incarne et personnifie le plus fortement les différentes tendances économiques, sociales et culturelles de l'économie contemporaine (Kline et al., 2003). Afin de bien comprendre la portée de cet argument, on doit se référer à la théorie régulationniste qui l'inspire¹²⁶. La théorie régulationniste comporte un point important en commun avec la théorie autonomiste : toutes deux se basent sur l'héritage marxiste afin d'étudier l'impact du capitalisme non pas simplement sur les lieux de travail, mais également sur l'ensemble de la société. Les similitudes s'arrêtent toutefois là, puisqu'au

¹²⁶La présentation de cette théorie sera somme toute superficielle, puisqu'une analyse détaillée de cette école de pensée va bien au-delà des limites de cette thèse.

contraire de la théorie autonomiste qui utilise de nombreux concepts abstraits et philosophiques, la théorie régulationniste est beaucoup plus empirique et "scientifique", et doit être vue comme une étude théorico-historique de l'évolution des forces productives du capitalisme, ainsi que des impacts que cette évolution a sur les relations sociales (Lee, 1993). La thèse fondamentale de cette théorie est que le capitalisme est intrinsèquement instable, instabilité qui tient au fait que, contrairement à ce que la théorie économique classique et néoclassique clame, le balancement de la production et de la consommation est loin d'être automatique. Les producteurs sont continuellement poussés à baisser les salaires, mais, créent ainsi une tendance à la surproduction, car les salaires payés deviennent insuffisants pour acheter l'ensemble des marchandises produites. Du fait de cette instabilité structurelle, la survie du système capitaliste nécessite la formation et l'entretien d'un "régime d'accumulation" viable, ainsi que d'un "mode de régulation" adapté. Dans la théorie régulationniste, un régime d'accumulation désigne une série d'arrangements économiques, politiques, sociaux et culturels, permettant à une époque précise, si ce n'est d'équilibrer parfaitement la production à la consommation, du moins de s'en approcher (Kline et al., 2003). Pour être qualifiée de régime d'accumulation, cette série d'arrangements doit être relativement pérenne, permettant ainsi la création d'un cadre assurant la régularité et la cohérence de l'accumulation du capital (Aglietta, 1987). Un régime d'accumulation efficace et performant permettra au système capitaliste à la fois de reproduire les relations sociales accompagnant ses forces de production et de trouver des débouchés pour les biens qu'il produit (Lee, 1993). L'atteinte d'un tel arrangement n'est généralement pas le fruit d'une action organisée et programmée. Elle est plutôt le résultat d'un tâtonnement continu, d'un jeu d'essais et d'erreurs sans cesse recommencé. De plus, du fait de son inspiration marxiste, la théorie régulationniste postule également que chaque régime d'accumulation porte en lui les germes qui vont assurer sa propre destruction, ou pour reprendre un langage plus classique, des contradictions insurmontables qui vont faire en sorte que ce régime va finir par s'effondrer. Par exemple, dans le cas du régime fordiste, les contradictions les plus importantes ont été la saturation du marché des biens durables, ainsi que l'incapacité à limiter les gains salariaux en période de récession économique, ce qui s'est traduit par une inflation galopante (Boyer, 2015). Quant au concept de "mode de régulation", il désigne les formes spécifiques d'institutions,

de valeurs et d'habitudes permettant la matérialisation du régime d'accumulation, dans la mesure où elles participent à convaincre ou contraindre les agents (individuels ou collectifs) à agir de façon conforme aux exigences de ce régime (Boyer, 2015). L'exemple typique est celui des différentes transformations institutionnelles et culturelles qui ont permis l'intégration totale des travailleurs dans la société de consommation (transformant les demeures familiales de la classe laborieuse en unités modernes de consommation, en contraste flagrant avec le quasi-autarcisme qui y régnait auparavant), ainsi que la modulation des salaires et de la demande agrégée mise en place suite à la grande dépression de 1929 (Lee, 1993). Selon les régulationnistes, autant le régime fordiste était solide, puisque basé sur un régime d'accumulation intensif en quasi-parfaite harmonie avec son mode de régulation monopolistique¹²⁷, autant la période qui lui a succédé est marquée par la difficulté à trouver un régime moins stable (Aglietta, 1987). Celui-ci est nommé post ou néo fordisme, et consiste essentiellement dans ce que nous avons appelé, à l'instar de certains autonomistes, le biocapitalisme¹²⁸.

Avec Kline et al. (2003), et à la suite de Lee (1993), on peut considérer qu'à chaque régime d'accumulation correspond un type de commodité reflétant les tendances économiques, sociales et culturelles caractéristiques de l'économie considérée. On peut parler d'une "commodité idéale", non pas parce qu'elle permettrait de surmonter les différentes contradictions du régime d'accumulation en vigueur, mais simplement parce qu'elle incarne le "*zeitgeist*" de celui-ci. L'identification et l'étude de cette commodité idéale sont donc cruciales puisqu'elles permettent de saisir en quelque sorte l'"essence" du régime d'accumulation en question. Selon Lee (1993), sous le régime fordiste, la commodité idéale était l'automobile. Outre le fait que cette commodité était au centre d'un secteur

¹²⁷ Notons que selon Aglietta (1987), il est possible d'identifier deux idéaux-type de régime d'accumulation et de mode de régulation. En ce qui concerne les premiers, il est possible de faire une distinction entre des régimes d'accumulation extensifs et des régimes d'accumulation intensifs, ce qui correspond pratiquement à la même chose que ce que les autonomistes désignent respectivement comme subsumption formelle et subsumption réelle. Pour ce qui est des modes de régulation, Aglietta (1987) affirme qu'il faut faire une différenciation entre les modes de régulation compétitifs, qui se basent sur les mécanismes du marché afin de réguler le régime d'accumulation, et les modes de régulation monopolistique qui eux sont basés sur la concertation entre les différents acteurs institutionnels. Toujours selon Aglietta, il existerait une affinité élective, pour reprendre le terme de Weber, entre les régimes d'accumulation extensifs et les modes de régulation compétitifs, et entre les régimes d'accumulation intensifs et les modes de régulation monopolistique.

¹²⁸ Il est à noter que plusieurs autonomistes utilisent d'ailleurs le terme de post-fordisme ou de néo-fordisme afin de désigner le système capitaliste actuel.

névralgique de l'économie, une grande partie des pratiques sociales et des valeurs qui étaient essentielles et intrinsèques à ce régime d'accumulation se déployaient autour de cette commodité. Concrètement, cela signifie que les valeurs fordistes d'utilité, de massification, de standardisation, de durabilité, de fiabilité, de permanence, de mécanisation et même de "matérialité" étaient toutes réifiées davantage dans l'automobile que dans tout autre bien. Pour Kline et al. (2003), le régime post-fordiste étant caractérisé par l'immatérialité, la globalité, la déterritorialisation, l'évanescence, la polyvalence, l'expérientiel, l'image, la flexibilité, l'importance du signe ainsi que la personnalisation, il ne fait aucun doute que l'automobile n'en constitue plus la commodité idéale. Ces auteurs suggèrent que c'est plutôt le jeu vidéo qui tient désormais ce rôle.

In production, game developments, with its youthful workforce of digital artisans and netslaves, typifies the new form of post-Fordist enterprise and labour. In consumption, the video games brilliantly exemplifies post-Fordism's tendency to fill domestic space and time with fluidified, experiential and electronic commodities. Video and computer games, moreover, are perhaps the most compelling manifestations of the stimulatory hyperreal postmodern ambiance that Lee and other theorists see as the cultural correlative to the post-Fordist economy. The interactive gaming business also powerfully demonstrates the increasingly intense advertising, promotional, and surveillance strategies practised by post-Fordist marketers in an era of niche markets. In all these aspects, the interactive game industry displays the global logic of an increasingly transnational capitalism whose production capacities and market strategies are now incessantly calculated and recalculated on a planetary basis (Kline et al., 2003: 75).

Kline et al. (2003) reconnaissent qu'Internet, les films et les logiciels de bureautique paraissent également remplir toutes ces conditions. Toutefois, ils présentent des caractéristiques qui n'en font pas des commodités aussi "idéales". Dans le cas de l'Internet, l'origine étatique et militaire de cette technologie la disqualifie comme commodité. Pour ce qui est des films, ils sont disqualifiés pour la simple raison qu'ils ne sont pas un pur produit de l'époque post-fordiste, car ils étaient déjà un divertissement fort populaire dans les balbutiements du fordisme. Finalement, les logiciels de bureautique ne présentent pas ce caractère ludique qui constitue l'un des aspects centraux du post-fordisme. Ces logiciels sont fortement empreints d'une logique de productivité bien plus caractéristique du régime fordiste que du régime post-fordiste.

5.3 Netnographie d'une communauté de moddeurs

Toute étude critique portant sur les mobiles de l'action individuelle pose des difficultés sur le plan empirique. Comme le mentionnent Alvesson et Skoldberg: "*we can hardly go around asking people about their psychic prisons or false consciousness or communicative distortions and so on*" (Alvesson et Skoldberg, 2000: 131). Toutefois, l'ethnographie permet d'affronter avec un certain succès ces difficultés (Duberley et Johnson, 2009). Développée au départ en anthropologie, avec notamment les travaux de Malinowski et de Radcliffe-Brown portant sur des petites communautés aborigènes isolées, cette méthode a été popularisée en sociologie par l'école de Chicago qui l'a utilisée pour étudier des communautés urbaines, dans le cadre de ses études de la vie sociale (Reeves et al., 2008). A l'heure actuelle, l'ethnographie est une méthode courante dans des disciplines universitaires aussi disparates que la sociologie, le marketing, les théories de l'organisation et les "*communications studies*" (Angrosino, 2007).

Méthodologiquement, l'ethnographie repose sur deux éléments clés (Kendall et Thangaraj, 2013). Le premier de ces éléments est la présence sur le terrain ("*fieldwork*") : l'ethnographie implique une immersion directe, réflexive et à long terme du chercheur dans la communauté étudiée. Le terme réflexif cherche ici à désigner que considérant la nature intense et intersubjective de l'ethnographie, le chercheur doit sans cesse questionner son rôle, son positionnement et ses hypothèses. L'immersion de longue durée que suppose l'ethnographie permet, mieux que la plupart des autres méthodes de collecte de données, de produire une description approfondie ainsi qu'une interprétation culturelle des phénomènes étudiés (Riemer, 2012). En particulier, cette immersion offre la possibilité d'étudier un phénomène de manière procédurale et de saisir son évolution dans le temps, plutôt que de prendre un simple instantané de la situation ("*snapshot*") comme le font la plupart des autres méthodes (Angrosino, 2007). À l'origine, les normes scientifiques stipulaient que cette immersion devait s'étendre sur plusieurs années. Actuellement, en raison notamment des contraintes de l'activité universitaire, le standard de durée de l'immersion est un plein cycle d'activité du phénomène central au sein de la

communauté étudiée (Riemer, 2012). Par exemple, dans le cas d'une étude portant sur une communauté agricole, cette durée minimale sera d'au moins une récolte, tandis que pour l'étude d'une communauté scolaire, ce sera d'au moins un trimestre scolaire.

Le deuxième élément clé de l'ethnographie est l'observation participante. D'une part, le chercheur peut ainsi observer directement les comportements des personnes qu'il étudie. Il n'a pas à se fier uniquement à ce que ces personnes disent de leurs actions et de leurs émotions, comme c'est le cas lorsque l'on procède par entretiens, même approfondis, (Myers, 1999). D'autre part, l'implication directe du chercheur ainsi que son immersion au sein de la population étudiée permettent d'obtenir une forme d'information tacite, parfois complètement ignorée des sujets eux-mêmes. Cette information tacite ne peut que très difficilement être obtenue autrement (Fetterman, 2010). Ce sont là deux avantages particulièrement pertinents dans le cadre de l'enquête que nous avons menée.

Avant de débiter concrètement la présentation de la méthodologie que nous proposerons d'utiliser, il nous semble indispensable de mentionner que notre étude se distinguera de l'ethnographie traditionnelle car elle porte sur une communauté virtuelle¹²⁹. Il s'agit donc de ce que l'on appelle une ethnographie virtuelle ou une netnographie. C'est-à-dire: "*a qualitative, interpretive research methodology that adapts the traditional, in-person ethnographic research techniques of anthropology to the study of the online cultures and communities formed through computer-mediated communications*" (Kozinets, 2006: 193). Une telle démarche est bien différente de celle qui consiste à réaliser l'étude virtuelle d'une communauté (Kozinets, 2010). Dans ce dernier cas, Internet est pour le chercheur le moyen d'étudier son objet, dont l'existence n'est pas virtuelle ou pas seulement. Dans notre cas, il s'agissait d'étudier une communauté dont Internet est la condition d'existence essentielle. Dès lors, la netnographie n'est pas un moyen parmi d'autres de recueillir des données primaires sur la communauté en question, c'est le seul moyen d'y parvenir, de

¹²⁹ Notons que l'utilisation du terme virtuelle n'a pas pour objectif de discréditer cette communauté et de la qualifier de fictive, comme il pourrait laisser croire, mais vise plutôt à préciser que les interactions entre les membres de cette communauté sont médiatisées par ordinateur.

même que pour observer directement des Nambikwara, Levi-Strauss n'avait pas d'autre solution que d'aller à leur rencontre dans leurs lieux de vie.

Selon Kozinets (2010), bien que la netnographie ne se différencie pas fondamentalement de l'ethnographie traditionnelle, elle présente tout de même quatre caractéristiques spécifiques qu'il faut considérer et garder à l'esprit. La première d'entre elles est l'altération. Par ce terme, Kozinets (2010) cherche à souligner le fait que les interactions virtuelles sont altérées par le médium technologique utilisé pour communiquer. Cette altération ne doit pas simplement être considérée comme négative. Le médium technologique exerce certaines contraintes et génère des biais, mais il va également ouvrir de nombreuses possibilités que ne permettent pas les interactions en face-à-face. L'altération la plus importante dans notre cas en particulier est le "*time lag*" que suppose la communication par Internet. Les utilisateurs peuvent prendre autant de temps qu'ils le désirent avant de répondre ou de réagir, ce qui crée un potentiel accru de contrôle stratégique de l'information dévoilée ainsi que d'auto-préservation. La deuxième différence majeure est l'anonymat que permet l'interaction en ligne. Cet anonymat peut se révéler être un avantage pour le chercheur, puisque certaines personnes vont être plus enclines à dévoiler clairement leurs sentiments et opinions, surtout si ceux-ci sont socialement controversés. Mais l'anonymat peut également se révéler nuisible, puisqu'il devient pratiquement impossible de savoir si la personne avec laquelle on interagit est réellement qui elle prétend être. L'histoire moderne regorge par ailleurs d'exemples démontrant l'impact désastreux que peut avoir l'utilisation naïve de l'information donnée par des personnes en ligne. Toutefois, considérant que la communauté qui sera étudiée est une communauté d'intérêts (les interactions entre les différents membres portent presque uniquement sur un sujet et un seul : les mods) et non une communauté de fantaisie (c'est-à-dire une communauté dans laquelle les membres sont encouragés à se glisser dans le rôle d'un personnage, afin de créer une sorte de pièce de théâtre interactive), ce risque est somme toute limité (Armstrong et Hagel, 2000). Les troisième et quatrième différences majeures de la netnographie par rapport à l'ethnographie classique sont l'accessibilité et l'archivage. D'une part, à condition bien sûr de disposer d'un ordinateur et d'une

connexion Internet, l'information y est beaucoup plus facilement accessible. D'autre part, les communications sur Internet laissent plus de traces que celles qui se produisent dans la plupart des autres contextes. Autrement dit, la netnographie permet d'accumuler beaucoup d'information, ce qui constitue à la fois un avantage et un désavantage pour le chercheur !

En ce qui concerne les modalités plus concrètes de notre méthodologie, il faut spécifier que celle-ci s'est basée sur le modèle de Kozinets (2010) stipulant qu'avant d'effectuer une netnographie il faut réaliser trois étapes distinctes. Outre l'élaboration d'une question de recherche, il faut choisir la communauté étudiée et définir le type de données à collecter.

5.4 Choix de la communauté étudiée

Angrosino (2007) suggère de sélectionner une communauté dans laquelle l'intégration se fera aisément, où l'étude du phénomène risque d'être relativement facile et où il y a peu de barrières à l'entrée. Kozinets (2010) de son côté conseille de choisir une communauté: active, hétérogène, riche en données et en interactions. Outre l'identification formelle de la communauté étudiée, cette étape consiste également à identifier de quelles manières se fera l'introduction du chercheur au sein de la communauté, puisque cette introduction causera une plus ou moins grande perturbation au sein de celle-ci¹³⁰. La connaissance des idiomes de la communauté est importante afin de réduire cette perturbation potentielle. En prenant en compte ces critères, nous avons décidé d'étudier la communauté de moddeurs se regroupant autour des jeux "Total War: Warhammer" et "Total War: Warhammer 2". En plus des forums de discussion officiels et non officiels de ces jeux, nous avons étudié leurs pages Facebook, Twitter et Steam Workshop. Alors que les deux premiers sites n'ont plus besoin d'être introduits, une brève présentation de Steam Workshop nous semble être de mise, d'autant plus que c'est sur ce site que la majorité de

¹³⁰ Quoiqu'il faut noter que la netnographie crée généralement très peu de perturbations dans les communautés étudiées, du moins si on la compare avec l'ethnographie traditionnelle (Costello et al., 2017).

la collecte de données a été effectuée¹³¹. Steam Workshop a été créée par Steam, de loin le plus grand distributeur de jeux vidéo en ligne¹³², afin de fournir aux développeurs de jeux vidéo et aux moddeurs une plateforme permettant de centraliser la distribution des mods (Joseph, 2018). Bien que pour certains jeux, les mods sont encore en grande partie distribués au travers des sites appartenant à des joueurs, dans le cas des jeux de la série Total War: Warhammer, la quasi-totalité des mods se trouve uniquement sur Steam Workshop. Cette situation s'explique en grande partie par le fait que le contrat de licence de l'utilisateur final¹³³ (CLUF) de tous les jeux distribués par SEGA (qui est l'éditeur publiant ces jeux) comprend une clause obligeant les utilisateurs à téléverser les mods qu'ils créent sur cette plateforme uniquement. Cette clause stipule très clairement que :

SEGA vous octroie par la présente un droit et une licence non exclusifs, non transférables, limités, entièrement révoqués afin d'installer, accéder à, et utiliser les outils de modding du jeu et tout autre outil en rapport, fourni par SEGA (« Outils de Modding »), seulement et exclusivement dans le but de créer des Mods à utiliser avec le Produit et de publier lesdits Mods sur la Page de Modding du Steam Workshop (« Page de Modding ») consacrée à Total War™: Warhammer®, disponible à l'adresse <http://store.steampowered.com/app/364360/workshop>, ou à une version mise à jour de cette adresse, qui appartient et est fournie par Valve (http://store.steampowered.com/eula/364360_eula_0).

L'obligation pour les moddeurs d'utiliser la plateforme Steam Workshop, fait de ces jeux un terrain idéal afin d'étudier les pratiques de reconnaissance idéologique, puisque de telles pratiques ne peuvent émaner que d'une institution selon Honneth (2006). Et il va sans dire que les entreprises privées sont l'une des institutions les plus importantes, si ce n'est la plus importante de la société contemporaine (Solé, 2008). Mais, plusieurs autres facteurs permettent de justifier le choix d'étudier cette communauté de moddeurs. Premièrement, bien que l'auteur n'ait pas une connaissance approfondie des deux jeux en question, il a une très bonne connaissance du jeu de figurines sur table que répliquent ces jeux virtuels. Comme mentionné précédemment, l'intrusion d'un chercheur dans une communauté peut créer passablement de perturbations, et celles-ci risquent d'être exacerbées si le chercheur n'a aucune connaissance des coutumes, mythes et pratiques

¹³¹ Notons qu'une présentation plus détaillée de Steam Workshop sera faite lors du chapitre subséquent.

¹³² Steam détient 75% des parts de marché du secteur de la vente des jeux vidéo sur PC en ligne, et 15% des parts de marché du secteur des ventes totales de jeux vidéo sur PC (Morrison, 2016).

¹³³ Le terme en anglais est "*End User Agreement Licence*" (EULA), et est généralement utilisé, même par les joueurs francophones.

régnant au sein de celle-ci. Une bonne compréhension du sujet autour duquel se regroupe la communauté permet également au chercheur de ne pas avoir à effectuer une phase de familiarisation préalablement à la collecte de données, tout en lui permettant de générer plus facilement un sentiment de confiance avec les personnes interviewées (Kozinets, 2010). Deuxièmement, la communauté étudiée est particulièrement foisonnante, ce qui nous a permis d'entrer en contact avec une grande diversité de moddeurs, et d'observer les multiples voies par lesquelles le consentement des moddeurs s'obtient concrètement. Tous les jeux de la série *Total War* possèdent une vaste communauté de moddeurs, et les mods que cette communauté crée sont particulièrement appréciés et utilisés par les joueurs, comme en fait foi le fait que les plus populaires ont été téléchargés plus de 150 000 fois (Chapman, 2013). Troisièmement, la littérature scientifique sur la prosommation s'est grandement servie du cas de Warhammer (quoique dans sa version "jeu de table") afin de démontrer que la passion qui anime les individus faisant partie des communautés reliées à ce jeu se traduit par un fort engagement de ceux-ci dans des activités de prosommation (Cova et al., 2010). Ainsi, en étudiant une communauté se regroupant autour de ce jeu, nous optimisons nos possibilités d'entrer en contact avec des moddeurs qui accordent une telle importance à la qualité de leurs mods, qu'il devient effectivement pertinent d'affirmer que l'on assiste à une fusion entre le travail et les loisirs. Quatrièmement, la plupart des études sur les pratiques de "moddage" portent sur des jeux de type "Action" (Sihvonen, 2011). En travaillant sur le cas des moddeurs de *Total War: Warhammer*, un jeu de type "Stratégie", il s'agit d'explorer un champ encore peu connu.

Avant de conclure cette étape, il faut également faire part de notre questionnement quant aux choix des individus spécifiques qui ont fait l'objet de notre collecte de données. Il faut savoir que les tribus de prosommateurs sont loin d'être peuplées de personnes effectuant des tâches similaires ou possédant le même potentiel de création de valeur. La typologie développée par Martineau et Arsell (2017), nous a été fort utile pour effectuer ce repérage. Selon ces auteurs, les différents membres des communautés de prosommateurs se différencient selon deux axes principaux. Le premier de ces axes est le

degré d'intégration et d'implication dans la communauté de prosommateurs (ce qui est nommé "orientation communautaire"). Le second axe, appelé "potentiel de création", désigne quant à lui le niveau de capital culturel (pour reprendre le terme de Bourdieu) que peut mobiliser un individu pour la réalisation de tâches valorisées par la communauté. On obtient ainsi quatre idéaux-types de prosommateurs. Il y a tout d'abord ceux dont l'intégration à la communauté et le potentiel de création sont relativement faibles. Ces "touristes", selon le mot des auteurs de cette étude, entretiennent une relation strictement utilitaire avec la communauté de prosommateurs, et ne vont l'intégrer et ne l'utiliser qu'afin d'en retirer un bien ou un service qu'ils sont eux-mêmes incapables de créer. Ce profil est sans doute le plus fréquent au sein des communautés basées autour d'un jeu vidéo. Comme le stipule Corliss (2011), bien que les kits de développement rendent la création de mods de plus en plus aisée, cette aisance doit être relativisée, puisque cette activité reste encore complexe et n'est entreprise que par une faible minorité des joueurs. Lors de nos premières observations au sein de la communauté, nous avons été frappés par le grand nombre de fils de discussion débutés par des personnes ayant très peu de messages à leur actif (ce qui est un indicateur d'une faible orientation communauté), demandant à certains des moddeurs les plus compétents de créer un mod ajoutant du contenu très spécifique. La plupart de ces personnes motivaient candidement leur demande, en avouant qu'elles étaient incapables de réaliser elles-mêmes le mod en question (ce qui est une preuve d'un faible potentiel de création). L'exemple suivant étant passablement représentatif de ce genre de demande.

I was wondering if any modders out there had thought about reskinning beast men so all Ungors look like Gors and all Gors and bestigors look like Bestigors. only cosmetic though. No stat change as i think the game is balanced enough. Don't know how much work that would be but i hate the look of Ungors [...] Also when the DLC was announced i had the world of war craft torrens in my head which are the same as beatsmen (half cows half human). Is anyone out there able to do that mod? How easy would it be or would it be really difficult? Anyone out there who can help give me a shout :, cheers (122).

Il va sans dire que la plupart des moddeurs réagissent très négativement à de telles demandes, puisqu'ils considèrent qu'en plus de tenter d'outrepasser leur liberté créatrice, elles consistent en une forme d'ingratitude et d'"entitlement". Ce genre de demande explicite dérange également les moddeurs par leur côté généralement irréaliste, car bien

souvent, les ajouts qui sont demandés sont impossibles à réaliser avec le kit de création. Cette méconnaissance est régulièrement interprétée par les moddeurs comme une forme de mépris et de lâcheté, puisqu'elle démontre que le demandeur n'a pas fait le moindre effort de familiarisation avec le programme et les techniques de moddage (Moody, 2014). Il faut toutefois mentionner que certains des moddeurs les plus mercantiles encouragent directement ce type de demande, en autant qu'ils parviennent à les monnayer. Par exemple, un des moddeurs les plus populaires de la communauté annonçait haut et fort que moyennant un don d'un certain montant, il était possible de dicter une partie du contenu de son prochain mod.

Le deuxième idéal-type identifié par Martineau et Arsell (2017), les "aspirants", fait référence aux individus possédant une orientation communautaire élevée, mais un potentiel de création faible. Plus concrètement, dans le cas des communautés de moddeurs, les aspirants sont les individus qui participent activement aux différentes discussions sur le sujet et qui vont utiliser et noter de nombreux mods, mais qui sont incapables d'en réaliser eux-mêmes (du moins, dans leurs formes les plus complexes). Comme leur nom l'indique, ils souhaitent généralement développer leur potentiel de création, ce qu'ils seront en mesure de faire plus ou moins aisément, en fonction de la volonté des moddeurs les plus expérimentés de les aider dans cet apprentissage.

En ce qui concerne le troisième idéal-type, celui des "utilisateurs", il comprend les individus ayant une orientation communautaire faible, mais un potentiel de création élevé. Dans le cas des communautés de moddeurs, ces individus vont réaliser des artefacts valorisés pas la communauté, mais pour des raisons strictement égoïstes. Soit par exemple pour améliorer leur propre expérience de jeu, pour développer ses habiletés de programmation dans l'optique d'obtenir un emploi dans l'industrie, ou pour obtenir des donations monétaires.

Finalement, le dernier idéal-type identifié par Martineau et Arsell est celui des "communards" ("*communals*"), c'est-à-dire les individus ayant un score élevé sur les deux axes. À la différence des "utilisateurs", avec lesquels ils partagent un niveau d'habiletés techniques élevé, les communards sont fortement impliqués et engagés dans la communauté de prosommateurs, et ce sont ceux qui vont, et de loin, passer le plus de temps sur le(s) site(s) Internet(s) où celle-ci se rencontre virtuellement. Leur attachement envers la communauté est en fait si fort qu'ils vont souvent en venir à accomplir le rôle de gardien des rites, c'est-à-dire qu'ils vont déterminer les comportements acceptables, et tenter d'encourager les autres membres à les respecter. Les "communards" considèrent également qu'il est un devoir d'aider les autres membres de la communauté. Dans les communautés de moddeurs, cela se traduit par une propension à donner de nombreux conseils aux aspirants moddeurs ou par la création directe de mods afin de répondre à une demande exprimée par certains d'entre eux. Considérant que ce sont les prosommateurs qui créent, et de loin, le plus de valeur pour les entreprises, c'est sur ceux-ci que notre collecte de données s'est concentrée. Pour les identifier, nous avons à la fois considéré le nombre de mods créés ainsi que le score moyen que ces mods ont obtenu auprès de la communauté (ce qui est un indicateur d'un potentiel de création élevé), et le nombre de messages dans les discussions (ce qui est un indicateur d'une orientation sociale élevée).

5.5 Collecte des données

Selon Kozinets et al. (2014), il existe trois sortes de données à collecter au cours d'une netnographie. Les premières sont nommées données d'archives, et correspondent aux données qui ne sont pas affectées par les actions du chercheur. Ce qui dans notre cas, correspond à tout ce qui a été écrit sur les forums de discussion que nous avons étudiés. Bien qu'une telle approche puisse sembler être peu éthique, puisqu'elle consiste à relever et utiliser des textes sans le consentement explicite de ceux qui les ont émis, Hookway (2008) rappelle que ces forums relèvent en quelque sorte du domaine public. Toute personne qui les utilise sait en effet que ses écrits vont être accessibles et visibles par tous. Il faut également mentionner que les membres de cette communauté ne font pas partie

d'une population vulnérable, et que la recherche ne comporte donc aucun risque important pour ceux-ci (Fetterman, 2010). De plus, toujours selon Hookway (2008), limiter l'utilisation de ces informations aurait pour effet de rendre la recherche par Internet beaucoup moins riche, si ce n'est pratiquement impossible.

Comme nous l'avons mentionné plus haut, la particularité technologique d'Internet fait en sorte que la quasi-totalité de l'activité des membres de la communauté est enregistrée d'une manière ou d'une autre, ce qui a pour conséquence que les données de ce type sont extrêmement abondantes. Il a donc fallu se donner une certaine limite en ce qui concerne l'information à collecter sur les différents sites, puisque celle-ci était pratiquement illimitée. La limite choisie a été celle de la saturation théorique, concept qui est défini par Morse comme étant : *"the phase of qualitative data analysis in which the researcher has continued sampling and analyzing data until no new data appear and all concepts in the theory are well-developed. Concepts and linkages between the concepts that form the theory have been verified, and no additional data are needed. No aspects of the theory remain hypothetical. All of the conceptual boundaries are marked, and allied concepts have been identified and delineated"* (Morse, 2004: 1123). En ce qui concerne la durée de la collecte des données de ce type, elle s'est étendue sur un peu plus d'une année, soit une période allant de mars 2017 jusqu'à mai 2018. Il faut toutefois noter qu'il existait des variations importantes en termes d'intensité de la collecte au cours de cette période, mais considérant que les données d'archives sont en tout temps retraçables, cela n'a affecté en aucune façon le résultat final. Les données jugées importantes étaient inscrites dans la grille d'observation que nous avons construite à cet effet. Une copie complète de la grille est jointe dans l'Annexe I de ce document. En tout et pour tout, 91 pages de données archivées ont été recueillies. Comme le lecteur pourra le constater dans les chapitres 7 et 8, portant sur les résultats obtenus grâce à notre netnographie, les textes écrits sur ces forums de discussion contiennent de nombreuses fautes d'orthographe et un nombre important d'abréviations et d'émoticons. Afin de ne pas dénaturer le propos des intervenants, nous avons fait le choix de ne pas corriger les erreurs ni d'enlever les

émoticons (Marotzki et al., 2014). Cependant, dans le but d'en faciliter la compréhension, certaines des abréviations utilisées sont expliquées entre crochets.

La deuxième catégorie de données identifiée par Kozinet et al. (2014) sont les données élicitées, c'est-à-dire les données provenant directement de l'interaction du chercheur avec les membres de la communauté. Selon Kozinets (2010), les méthodes permettant la collecte de ce type de données peuvent être séparées en deux, soit les entretiens et les interactions "communales" (c'est-à-dire une interaction simultanée avec plusieurs membres de la communauté). Ces deux méthodes ont été utilisées dans le cadre de cette recherche, mais la seconde a rapidement été abandonnée suite à une phase initiale d'expérimentation. Effectivement, les fils de discussion que nous avons créés sur les différents sites (ce qui correspond à une forme d'interaction communale) n'étaient que très rarement fréquentés et ne nous ont pratiquement jamais permis d'obtenir des informations intéressantes. Ce qui s'est avéré être tout le contraire pour ce qui est des entrevues. Cela ne constituait pas une surprise en soit, car comme le mentionnent Lessard-Hébert et al. (1997) c'est cette méthode de collecte de données qui permet d'obtenir les meilleurs résultats en ce qui concerne les questions relatives aux opinions, croyances et sentiments des individus. Au total, 17 entrevues par messagerie texte d'une durée allant de 45 à 60 minutes ont été réalisées, jusqu'à atteindre là encore le point de saturation théorique. Le tableau ci-dessous présente quelques caractéristiques des moddeurs interviewés.

Tableau 1 : Caractéristiques des moddeurs interviewés

1	Russie	25	Masculin	Entre 20 et 25	Environ 10	Entre 10 et 15
2	Corée du Sud	26	Masculin	Plus de 50	2	40
3	États-Unis	32	Masculin	Environ 50	2	Entre 45 et 50
4	République Tchèque	30	Masculin	Entre 60 et 70	15	Environ 15. Mais ce chiffre peut facilement doubler ou tripler.
5	Canada	19	Masculin	Entre 10 et 15	1 1/2	Très variable, entre 14 et 56
6	Pologne	27	Masculin	Environ 10	8	Entre 35 et 70
7	Pays-Bas	28	Masculin	6	1	Entre 5 et 15
8	Australie	19	Masculin	11	4	Trop de variation pour faire une moyenne. Mais il lui arrive fréquemment d'y consacrer plus de 50 heures.
9	États-Unis	21	Masculin	4	2	Environ 20
10	Russie	33	Masculin	Environ 40	Entre 10 et 15	Incapable de le dire
11	Pologne	25	Masculin	Plus de 20	5	Environ 40
12	Japon	19	Masculin	6	1	Entre 30 et 40
13	Allemagne	41	Masculin	Environ 30	14	Entre 25 et 20
14	États-Unis	23	Masculin	Entre 40 et 60	7	Lorsqu'il est impliqué dans un projet, entre 20 et heures. Mais il lui arrive de passer plusieurs semaines sans modder.
15	Grande-Bretagne	28	Masculin	Environ 20	Entre 5 et 7	15
16	Finlande	22	Masculin	Entre 10 et 15	3	20 heures au minimum
17	Grande-Bretagne	24	Masculin	Environ 12	2	Entre 20 et 30

Comme signalé plus haut, nous avons sciemment tenté de sélectionner les moddeurs étant les plus actifs et les plus connus au sein de leur communauté respective. Bien évidemment, cela consiste en un échantillonnage de jugement, et il n'est donc pas probabiliste, dans la mesure où tous les membres de la communauté n'avaient pas une chance égale d'être sélectionnée. Toutefois, c'est une pratique qui est fréquemment utilisée en recherche qualitative (Demoncey, 2016), et elle ne cause aucun problème dans le cadre de cette étude, puisqu'il nous semblait beaucoup plus instructif d'interroger les membres les plus actifs

et les plus influents de la communauté. Les ressorts de la prosomation sont probablement plus aisés à identifier en observant le comportement des prosommateurs les plus productifs. À une beaucoup plus petite échelle, un échantillonnage par boule de neige a également été utilisé, puisqu'une fois l'entretien complété, nous demandions au répondant s'il connaissait d'autres moddeurs actifs et présentant un profil similaire qui seraient intéressés et intéressant d'interviewer. Seuls trois répondants ont été sélectionnés de la sorte. La stratégie d'approche était relativement simple, et consistait simplement à interpeller les moddeurs identifiés soit sur les forums de discussion soit par message privé (cette approche était favorisée lorsqu'elle était possible), en leur expliquant que nous désirions les interviewer dans le cadre d'une étude sur la prosomation. Si ceux-ci acceptaient, nous leur demandions de sélectionner une date d'entrevue et leur faisons parvenir le certificat de consentement dûment approuvé par le Comité d'éthique de la recherche de HEC Montréal (voir pour plus de détails à ce sujet, la section suivante intitulée Éthique). Préalablement à l'entretien, une recherche sur le moddeur était effectuée sur les différents sites Web qu'il fréquente, ce qui nous permettait de connaître son œuvre, ainsi que les appréciations dont son travail avait l'objet. Cette démarche nous a permis de créer un sentiment de proximité et de respect avec les moddeur interviewés. Le guide d'entretien portait sur les éléments suivants :

- Le profil sociodémographique du moddeur
- Le temps et l'effort alloués à la réalisation de cette activité
- Les raisons ayant poussées l'individu à modder initialement
- L'apprentissage des techniques de moddage
- Le lien avec les autres moddeurs et avec la communauté
- Les interactions du moddeur avec les entreprises
- Les effets positifs et négatifs du modding sur la vie de l'individu
- La question de la gratuité
- Le rapprochement entre modding et travail
- La coopération subjective dans la création de mods
- La valeur créée par les mods
- La question de l'exploitation des moddeurs

- L'interaction entre les moddeurs et les entreprises de jeux vidéo
- L'importance de la communauté
- L'importance de la reconnaissance

Le guide complet est disponible à l'annexe II de cette thèse. Toutefois, nous ne nous sommes pas cantonné strictement à ce guide lors de nos entrevues, car nous avons opté pour des entrevues de type semi-structuré, ce qui nous permettait d'approfondir certains thèmes selon la réceptivité et l'intérêt du répondant, tout en adoptant un style d'entretien se rapprochant plus de la conversation que de l'interrogatoire. (Savoie-Zajc, 2009). Cette démarche nous a permis notamment d'aborder certains thèmes ou sujets n'ayant pas été identifiés initialement dans notre guide ainsi que de reformuler et/ou reposer une même question si le répondant ne la comprend pas, la comprend mal, ou bien n'y répond pas d'une manière jugée adéquate (Van Campenhoudt et al., 2017).

Le guide qui a été utilisé afin de mener ces entretiens consiste en une série de questions ouvertes. Ces questions ont été formulées en se basant sur les recommandations de Ritchie et Lewis (2003) stipulant que ces questions doivent être claires, précises, énoncées dans un langage les rendant intelligibles aux répondants tout en leur donnant suffisamment de latitude en ce qui concerne leurs réponses et en ne les influençant pas. Il est à noter que les différents thèmes n'ont pas nécessairement été abordés dans le même ordre que celui que l'on retrouve dans le guide en question, ce qui est parfaitement acceptable dans le cadre d'un entretien semi-structuré (Van Campenhoudt et al., 2017). Ces entretiens ont été réalisés principalement à l'aide du système de messagerie de Steam Workshop, mais certains d'entre eux ont été effectués sur d'autres plateformes de communication telles Facebook ou Discord. Tout comme pour les données archivées, la plupart des textes recueillis grâce à ces entrevues étaient truffés d'erreurs d'orthographe, d'abréviations et d'émoticons, mais nous les avons utilisé tels quels afin de ne pas les dénaturer.

Finalement, le troisième type de données identifié par Kozinets et al. (2014) est constitué par les notes de terrain ("*fields notes*"), c'est-à-dire les notes décrivant l'expérience vécue par le chercheur lors de la réalisation de son ethnographie. Dans le cadre de cette étude, ce type de données n'a pas été utilisé, car ne semblait pas vraiment pertinent pour la résolution de notre question de recherche.

5.6 Éthique

Étant donné que cette recherche impliquait une certaine forme d'intervention auprès de personnes afin de récolter de l'information, elle se devait de répondre à certaines normes éthiques. La question de l'éthique est grandement affectée par l'aspect virtuel de la collecte de données netnographiques, et ce principalement du fait qu'il est très difficile de garantir l'anonymat total des répondants. Il est toujours possible en effet sur Internet de retrouver d'où et de qui proviennent les informations que l'on y a collectées¹³⁴ (Kozinets, 2006). Ce qui peut s'avérer problématique et dommageable, et ce, même si dans la quasi-totalité des cas, les intervenants n'utilisent pas leur vrai nom mais un "alias", puisque les utilisateurs des forums Internet tendent à valoriser grandement leur identité virtuelle, ainsi qu'à investir énormément de temps et d'efforts dans sa création et son maintien (Kozinets et al., 2014). Afin d'atténuer ce problème, nous avons donné des pseudonymes aux différents membres de la communauté. Nous n'avons toutefois pas considéré qu'il était nécessaire de changer la formulation des phrases qui ont été recueillies au sein de la communauté virtuelle, car bien que le verbatim rende possible l'identification des personnes ayant écrit ces différentes phrases, nous considérons qu'il n'y a aucun risque important associé à cela dans le cadre de cette recherche (Murthy, 2013). Les données qui ont été recueillies, outre celles qui figurent dans la thèse, ne seront pas partagées et ne seront accessibles qu'au chercheur principal et aux membres du comité, si ceux-ci en font la demande. Finalement, nous tenons à mentionner que cette recherche a respecté les règles d'éthique en vigueur à HEC Montréal. Plus concrètement, cela signifie que, comme demandé par le Comité d'éthique de HEC-Montréal, nous avons d'abord rempli un

¹³⁴ Notons que cela s'applique seulement à ce que nous avons défini comme des données d'archives.

formulaire décrivant le but de la recherche, expliquant l'approche méthodologique utilisée ainsi que les différents moyens qui ont été pris afin de garantir la confidentialité de l'identité des répondants. Une fois que ce formulaire a été traité, le Comité d'éthique de HEC-Montréal nous a fait parvenir un certificat de conformité. Comme mentionné précédemment, avant tout entretien, nous faisons parvenir le formulaire de consentement dûment approuvé par le Comité d'éthique de HEC-Montréal au répondant, et nous lui demandions soit de le signer et de nous le ré-envoyer, soit d'indiquer clairement qu'il l'avait lu et approuvé avant le début de l'entrevue. Il faut également noter qu'en vue d'obtenir la participation de certains des moddeurs que nous jugions particulièrement intéressants, nous avons fait une demande auprès du Comité d'éthique de HEC-Montréal afin de pouvoir offrir une somme forfaitaire de 10\$ aux répondants. Cette demande a été acceptée. Toutefois cette somme n'a été versée qu'à deux répondants seulement, les autres ayant refusé de la recevoir une fois l'entrevue complétée.

5.7 Traitement des données

Tout au long de notre collecte de données, nous avons colligé les données recueillies dans notre grille d'analyse en nous servant des deux différentes techniques proposées par Kozinets et al. (2014). La première consiste à simplement faire un copier-coller du texte en question, tandis que la seconde demande l'utilisation d'un logiciel spécialisé afin de faire une capture d'écran. Pour des raisons de facilité, la première manière était généralement utilisée, sauf lorsque nous voulions recueillir des images. Une telle façon de faire nous obligeait à éplucher une à une les différentes conversations, ce qui s'est révélé être un processus passablement long et fastidieux. Cependant, nous jugions cette alternative préférable à celle qui consiste à utiliser un logiciel permettant d'importer sous format Word la totalité du contenu écrit d'un site Web ou d'un forum de discussion, car permet d'obtenir une compréhension plus fine et plus riche de la culture de la communauté étudiée (Kozinets et al., 2014). En effet, bien qu'ils facilitent grandement la collecte de données, ces logiciels créent souvent une barrière à la compréhension de la culture, des motivations et façons d'agir de la communauté, puisqu'ils dispensent le chercheur de

plonger directement en son sein. Le même constat s'applique également en ce qui concerne l'analyse des données recueillies, car encore une fois, nous avons préféré ne pas utiliser de logiciel d'analyse et nous fier à la "bonne vieille méthode". C'est-à-dire que nous avons donné un ou plusieurs codes à chacune des données recueillies, et que nous avons par la suite regroupé les éléments ayant le même code afin d'en arriver à une compréhension holistique du phénomène étudié (Kozinets, 2010). En agissant de la sorte, nous estimions optimiser nos chances de fournir une description dense de celui-ci, car les études utilisant un logiciel d'analyse tendent à ne fournir que des descriptions méthodiques et arides (Kozinets, et al., 2014). Considérant que notre recherche tente de valider empiriquement l'hypothèse qui a été énoncée au début de ce chapitre, il semblerait logique de qualifier l'approche utilisée de déductive. Rappelons que l'approche déductive a pour ambition de confronter des concepts théoriques pré-existants à la réalité empirique (Graneheim et al., 2017). Cependant, au cours de notre recherche, il nous est souvent arrivé d'obtenir certaines informations que nous n'avions pas initialement anticipées et qui ne cadraient pas dans notre modèle théorique, mais qui se révélaient indispensables afin de répondre de manière approfondie à notre question de recherche (voir le chapitre 7 plus spécifiquement). Le traitement de ces données que l'on pourrait qualifier de "restantes" ("*leftover*") s'est effectué de manière inductive, puisque nous avons tenté de les regrouper et de leur donner un sens théorique (Schreier, 2014). Pour ce faire, nous avons utilisé la méthode du codage substantif consistant à séparer les données en différents segments, ainsi qu'à nommer et décrire chacun d'entre eux (Maxwell et Chmiel, 2014). Nous avons par la suite combiné certains de ces segments en des métacatégories nous permettant de réduire la complexité de la situation étudiée et d'en distiller l'essence. Une telle façon de procéder nous a obligées à faire preuve d'itération, car une fois un certain nombre de codes et catégories établis, nous ré-analysions nos données afin de nous assurer que ceux-ci concordaient avec les faits empiriques. Ce qui nous a conduits à affiner et à modifier les codes et catégories ayant été créés initialement. Ainsi, puisque notre recherche a utilisé à la fois l'approche inductive et déductive, il convient de la catégoriser comme étant de nature abductive (Graneheim et al., 2017).

Partie IV : Cadre contextuel

Chapitre 6 : L'industrie des jeux vidéo

Qu'est-ce qu'un jeu vidéo ? Comment cette industrie s'est-elle constituée ? Sur la base de quels modèles d'affaire et de quelles stratégies ? Quels sont les principaux impacts de cette industrie ? Telles sont les questions auxquelles nous tenterons de répondre dans ce chapitre, en prenant appui sur un certain nombre de monographies et de travaux de recherche sur le sujet. Cette étude de cas nous permettra de mieux saisir l'importance et les formes que peut prendre la prosomption dans ce secteur ainsi que le cadre institutionnel et économique dans lequel opèrent les moddeurs.

6.1 Qu'est-ce qu'un jeu vidéo?

Une étude sur les jeux vidéo bute inlassablement sur le manque de clarté sémantique du terme, puisqu'il n'existe pas de définition précise de ce en quoi consiste un jeu vidéo. Cette difficulté est accentuée par l'ambiguïté conceptuelle qui existe au sein de l'industrie, puisque les différents concepts et termes qui sont associés aux jeux vidéo tendent à prendre des sens différents d'un acteur à l'autre (Ruggill et McAllister, 2011). Cette situation découle du fait que les jeux vidéo sont extrêmement diversifiés et sont intimement liés, et ce depuis les tous débuts de l'industrie, à de nombreux autres médias tels que la télévision, la musique, le cinéma, et les films. L'interpénétration est parfois telle qu'il devient difficile de catégoriser un titre comme étant un jeu vidéo ou non (le jeu *Night Trap*, dans lequel l'apport des joueurs se limitait à quelques décisions déclenchant différentes séquences vidéos constitue un exemple particulièrement frappant de cette situation). Ruggill et McAllister affirment même que les jeux vidéo : "*cannot help but be irreconcilable; there is no way to bring it to plumb with the variety of practices, ideals, techniques, and facts that comprise it, and it cannot be made square with what other media accomplish in their own rights and domains*" (Ruggill et McAllister, 2011 : 27).

Nous croyons toutefois qu'il est possible et utile de donner à ce médium une définition minimale. Ce qui suppose de commencer par définir le concept de jeu.

Selon Juul (2005), l'un des théoriciens les plus influents dans le domaine, on ne peut parler de jeu que lorsque six caractéristiques sont présentes¹³⁵.

1-Règles et défis : Un jeu doit comporter des règles stipulant ce qu'il est possible de faire et de ne pas faire, afin de relever un ou plusieurs défis ("*challenges*"). De par cette définition, les règles sont donc à la fois limitatives (car elles interdisent certaines actions) et habilitantes (car elles donnent un sens aux différentes actions qui seront posées) (Juul, 2005). Selon Juul (2005), le plaisir que les personnes vont retirer d'un jeu est en grande partie dépendant de la présence de règles qui sont faciles à utiliser et d'obstacles difficiles à surmonter. Il existe principalement deux façons de structurer un jeu autour de cette double exigence¹³⁶. La première et la plus ancienne consiste à fournir des règles qui sont généralement simples et peu nombreuses, mais qui peuvent se combiner mutuellement afin de créer une quasi-infinité de défis à surmonter pour le joueur. Les jeux de cartes sont un exemple classique de ce type de structure dite "émergente". La deuxième façon de structurer un jeu est quant à elle beaucoup plus linéaire, et consiste à fournir une série d'étapes et d'actions séquentielles que les joueurs doivent réaliser afin de compléter le jeu. Ce type de structure est beaucoup plus récent, car il tire ses origines des premiers jeux vidéo d'aventure, qui tendent à être davantage dépendants d'une trame narrative ("*story telling*") que les jeux structurés par émergence.

2-Résultats variables et quantifiables : selon les capacités, efforts et stratégies des joueurs, les résultats obtenus par les joueurs doivent être non seulement différents, mais également quantifiables.

¹³⁵ Il s'agit bien sûr ici d'un idéal type, et il existe plusieurs activités assimilées à des jeux qui ne respectent pas clairement chacune des six conditions.

¹³⁶ Notons que certain jeu d'adresse à un seul joueur, mais qu'afin de faciliter la lecture du texte, nous n'avons qu'utiliser que la forme pluriel du terme.

3-*Valorisation des résultats* : les différents résultats obtenus ne doivent pas être considérés strictement équivalents, mais avoir une valeur positive ou négative d'une intensité différente.

4- *Effort des joueurs* : les défis à surmonter que propose un jeu doivent être suffisamment attrayants pour que les joueurs daignent fournir un certain effort afin d'y arriver.

5-*Attachement des joueurs aux résultats* : les joueurs doivent être attachés émotionnellement aux différents résultats possibles, et doivent leur attribuer la même valence que celle qui leur a été assignée par les créateurs du jeu.

6-*Conséquence négociable* : les résultats du jeu n'ont de prime abord aucun effet sur la vraie vie, bien que certaines conventions sociales peuvent faire en sorte que le succès ou l'échec à un jeu se traduise par des conséquences bien réelles.

Toujours selon Juul, ces six caractéristiques sont à la fois nécessaires et suffisantes, ce qui signifie que l'on ne peut définir comme un jeu une activité qui ne les possède pas toutes et que, réciproquement, toute activité qui possède ces six caractéristiques est nécessairement un jeu. Deux conditions s'y ajoutent en ce qui concerne le jeu vidéo : il doit être affiché sur un écran (ordinateur, télévision, téléphone...) et le ou les joueurs doivent avoir une influence sur ce qui se passe sur cet écran (Bernal-Merino, 2015). La nécessité de l'aspect visuel interactif permet de différencier les jeux vidéo des jeux numériques ou électroniques, qui peuvent sembler à première vue identiques aux jeux vidéo, mais qui s'en dissocient en fait drastiquement¹³⁷. La définition que nous proposons est donc la suivante : un jeu vidéo est un jeu (au sens de Juul) nécessitant une interaction entre un humain et une interface (par exemple une manette de jeu ou même l'écran lui-même, si celui-ci est tactile) permettant de générer un effet visuel sur un écran de tout type.

¹³⁷ À ranger dans ces catégories seraient les diverses formes de jeux sur ordinateur qui existaient antérieurement à la création des premiers jeux vidéos à proprement parler (par exemple, des jeux de Tic-Tac-Toe). Ceux-ci ne pouvaient toutefois prétendre au titre de jeu vidéo du fait de l'absence d'interface graphique et de commandes permettant une interactivité immédiate du joueur. Effectivement, ces jeux ne se jouaient qu'à l'aide de cartes perforées, et nécessitaient l'impression des résultats d'une partie sur une feuille (Nichols, 2014). Ils n'étaient donc pas réellement des jeux vidéo, du moins si l'on se base sur la définition donnée ci-dessus. Le même constat s'applique aux machines de pinball, qui bien que contenant de nombreuses composantes électroniques, ne sont pas des jeux vidéos selon notre définition.

6.2 Historique des jeux vidéo

Bien qu'il existe un certain débat à ce sujet, la quasi-totalité des auteurs (Haddon, 1999; Juul, 2005; Kent, 2010; Kline et al., 2003; Nichols, 2014) s'accorde pour faire remonter l'origine des jeux vidéo¹³⁸ à Spacewar, un jeu de guerre spatiale extrêmement rudimentaire, développé en 1962 dans un laboratoire du sous-sol du MIT par un groupe d'étudiants en ingénierie mené par Steve Russel. Russel et ses comparses mirent au point deux innovations majeures qui sont maintenant des composantes essentielles de tout ordinateur, soit une interface graphique et un module permettant de contrôler ce qui se passe sur cette interface graphique. La création de Spacewar est tributaire de ces deux innovations, et ce sont celles-ci qui permettent à ce jeu d'être qualifié de premier jeu vidéo.

Spacewar rencontra rapidement un succès considérable auprès des étudiants et des hackers¹³⁹, et ceux-ci s'empressèrent de le diffuser et de l'installer sur les ordinateurs des différents instituts de recherche, à la fois afin de se divertir et pour démontrer les capacités et les possibilités des ordinateurs à un public qui semblait encore dubitatif. Le potentiel commercial des jeux vidéo avait déjà été identifié par Russell, car il considéra longuement la possibilité de commercialiser le jeu qu'il avait créé, et seuls le faible taux de pénétration des ordinateurs de l'époque ainsi que l'absence d'un support industriel permettant leur production à faible coût l'en dissuadèrent (Nichols, 2014). Il fallut attendre le début des années 1970 avant de voir les premières tentatives de commercialisation de ce nouveau

¹³⁸ Du moins des jeux vidéo interactifs.

¹³⁹ Il faut savoir que les hackers furent les principaux acteurs de la création et de la diffusion initiale des jeux vidéos. Étymologiquement, le terme hacker dérive du concept de "hack", qui signifie une innovation technique réalisée souvent sans aucun but constructif, mais simplement pour le simple plaisir de l'expérimentation (Haddon, 1999). Bien que ce terme soit maintenant associé à une forme de vol et/ou d'illégalité, le fait de repousser les limites d'un programme et de modifier son code source était considéré comme des activités non pas seulement tolérées, mais également encouragées, du moins dans la plupart des instituts universitaires.

média, tentatives qui, si l'on se fie à Haddon (1999), prirent la forme de trois plateformes¹⁴⁰ distinctes, soit: l'arcade, la console et l'ordinateur personnel¹⁴¹.

Les jeux d'arcade

La première de ces combinaisons est l'arcade, qui consiste en un meuble muni d'un monnayeur, d'un écran, d'un ordinateur et d'un dispositif de contrôle. C'est celle qui eut le plus de succès à l'origine, mais également celle qui déclina le plus rapidement. Son invention date de 1971. On l'a doit à un certain Nolan Bushnell, un ingénieur en électronique qui découvrit Spacewar au cours de ses études universitaires, et qui développa un clone (nommé Computer Space) intégré à une forme d'ordinateur entièrement dédié à ce jeu (Cabras et al., 2017). Bushnell créa une entreprise (Atari) afin de commercialiser ce jeu, qui fut principalement distribué dans les salles d'arcades¹⁴² et les bars, à côté des machines de pinball et autres tables de jeu. Selon Kline et al., (2003) le choix de cet environnement explique en grande partie pourquoi, et ce plus de quarante ans après leur introduction, les jeux vidéo restent associés à un imaginaire masculin, valorisant la violence, la compétition et le danger, tel qu'il prévalait dans ces endroits. Computer Space eut un succès somme toute assez modeste, mais pava la voie au premier grand succès commercial des jeux vidéo : Pong, jeu consistant en une partie de tennis de table digitale (jeu qui fut également développé par Atari) (Haddon, 1999). Dès son introduction, le succès de ce jeu fut tel qu'il arrivait fréquemment que les propriétaires de bar aient à vider plusieurs fois par jour les monnayeurs de ces machines (Kline et al., 2003). Malgré ce succès précoce, l'entreprise créée par Bushnell (Atari) ne parvint pas à garder la main mise sur le marché à court terme, car dès la fin de 1973, plus de trente

¹⁴⁰ Le terme plateforme désigne une combinaison spécifique de composantes électriques et/ou de hardware permettant à un ou plusieurs logiciels de jeux vidéo d'opérer (Jackson et Games, 2015).

¹⁴¹ Il faut prendre en note que la présente étude néglige délibérément une plateforme de jeu qui devient de plus en plus importante, soit les applications mobiles (Banks et Cunningham, 2016). La raison nous ayant conduits à faire ce choix est que ce type de jeu implique un modèle de développement très différent des autres types de jeux vidéo, et s'adresse habituellement à un segment de marché distinct, soit les joueurs occasionnels ("*casuals gamers*"). De plus, ce sous-secteur de l'industrie se trouve également disqualifié de notre analyse par le fait que le temps de jeux moyen sur cette plateforme tend à être extrêmement limité (Evans, 2016). Ce qui se traduit par un attachement émotionnel beaucoup plus faible que celui que l'on retrouve chez les joueurs des autres types de plateformes, et ne les rend donc pas propices à la réalisation d'activités de prosommation de type innovation.

¹⁴² D'où le nom qui fut éventuellement donné à cette plateforme de jeux vidéo.

entreprises¹⁴³ se le disputait. Les parts d'Atari en vinrent à être réduites à seulement 10% (Haddon, 1999). Toutefois, Atari retourna en position dominante à la fin des années 70, et ce principalement grâce au support financier de Warner communication. Entre 1979 et 1982, suite à l'introduction du très populaire Space Invaders, le marché des arcades atteint son apogée, les recettes atteignant 8 milliards de dollars US en 1982, comparativement à 3 milliards de dollars US pour les recettes du Box-Office (Kline et al., 2003).

Le succès initial de l'arcade s'explique principalement par deux facteurs, soit la nouveauté technologique qu'elle introduisait, ainsi que la courbe d'apprentissage relativement abrupte de la plupart des jeux, ce qui imposait aux joueurs de nombreux échecs avant de compléter un jeu et donc de dépenser un somme considérable d'argent avant de gagner enfin une partie (Bernal-Merino, 2015). Mais avec la continuelle miniaturisation des systèmes opérationnels, l'arcade tomba graduellement dans l'oubli, et de nos jours, elle a pratiquement disparu. La seule exception est le marché japonais, où les arcades sont encore relativement populaires et servent souvent de marché test pour les jeux qui seront éventuellement sortis sur console ou ordinateur (Nichols, 2014).

Les jeux sur consoles

Peu de temps après l'arrivée de l'arcade, soit en 1972, apparut la forme qui permit l'expansion massive des jeux vidéo, et qui reste encore la forme la plus répandue et rentable de nos jours, soit la console (Jackson et Games, 2015). À la différence de l'arcade, qui est un système auto-suffisant, la console est en quelque sorte un ordinateur simplifié et limité à la seule fonction du jeu, et qui nécessite d'être branché à un téléviseur afin de fonctionner. D'ailleurs, la première entreprise qui commercialisa une console, Magnavox, était une compagnie manufacturière de téléviseurs et cherchait ainsi à accroître ses ventes. Le prix de la console, la Magnavox Odyssey, était réduit de moitié à l'achat d'un téléviseur et les vendeurs de Magnavox laissaient croire aux clients que la

¹⁴³ Ces entreprises étaient principalement des anciens manufacturiers de machines de pinball qui, voyant le déclin engendré dans leurs ventes par ce nouveau compétiteur, décidèrent également de se lancer dans la mêlée (Haddon, 1999).

console ne fonctionnait que sur les téléviseurs de cette marque, bien que ce ne fût pas le cas (Baer, 2005).

Tout comme dans le cas de l'arcade, cette entrée en scène ne fut pas un grand succès commercial. Magnavox Odyssey a rapporté davantage d'argent à ses propriétaires en poursuites pour violation de brevets qu'en ventes - plus de 100 millions de dollars US, notamment grâce à une poursuite contre Atari, au sujet du jeu Pong susmentionné (Zackariasson et Wilson, 2010). Les causes de cet échec relatif sont multiples, mais les trois plus probables sont le coût prohibitif de la console (pas loin de 600\$ US en dollars courants), la décision de limiter la distribution aux détaillants Magnavox, ainsi que les capacités techniques et graphiques extrêmement limitées de la console (Zackariasson et Wilson, 2010). Du fait de ces faibles capacités techniques et graphiques, seulement 12 jeux étaient disponibles sur cette console, la plupart d'entre eux étant extrêmement similaires. Sans oublier qu'il fallait "habiller" son téléviseur d'un survêtement plastique afin d'obtenir les "*backgrounds*" sur lesquels les jeux se jouaient (Haddon, 1999).

C'est l'arrivée d'Atari (qui rappelons-le, était l'entreprise qui a introduit l'arcade) dans le marché des consoles de jeux vidéo qui a vraiment propulsé ce type de plateforme. La première tentative de l'entreprise fut la console Home Pong, entièrement dédiée au jeu Pong. Cette console fut considérée comme un vif succès, mais ne parvint toutefois pas à déloger l'arcade comme plateforme emblématique pour les jeux vidéo, du fait de ses capacités techniques et sonores plus faibles, et de son répertoire de jeux inexistant (ce qui rendait le consommateur beaucoup plus réticent à investir une somme d'argent considérable afin de l'acheter). La solution vint de la compagnie Fairchild, qui en 1976 mit au point et commercialisa la première console permettant de changer de jeux avec l'insertion d'une cartouche différente¹⁴⁴. Cette innovation fut imitée par Atari dès l'année suivante, et l'entreprise se servit de sa présence dans le secteur des arcades afin de tester la popularité de ses jeux, pour ensuite les offrir dans le marché des consoles, ce qui lui

¹⁴⁴ Bien que le Magnavox Odyssey venait avec plusieurs cartes permettant de changer de jeux, ces cartes consistaient plus en des interrupteurs permettant d'activer certains circuits déjà présents dans la console, qu'en des jeux à part entière.

permet de rapidement obtenir un quasi-monopole, avec un taux de pénétration des foyers américains oscillant autour de 10% (Haddon, 1999).

C'est également au cours de cette période que survint un évènement si important pour l'industrie des jeux vidéo, que Zackariasson et Wilson (2010) n'hésitent pas à utiliser le terme de changement de paradigme. Il s'agit de la création du premier studio de développement indépendant de jeux vidéo, soit Activision. Auparavant, le développement de jeux vidéo pour consoles était une activité intégrée de façon verticale, c'est-à-dire que le développeur de la console réalisait les jeux utilisés sur celle-ci. Activision innova en se spécialisant dans la production de jeux pour les consoles Atari. Cela créa au départ de nombreuses frictions avec Atari, qui y voyait une forme de braconnage, comme en font foi ses nombreuses poursuites pour non-respect de la propriété intellectuelle intentées contre Activision. Il faut dire qu'Activision avait été créée par d'anciens employés d'Atari insatisfaits de leurs conditions de travail et des politiques de l'entreprise concernant la reconnaissance de leur travail. Effectivement, Atari refusait d'indiquer les noms des différentes personnes ayant travaillé à la réalisation des jeux, car elle croyait qu'une telle pratique donnerait un avantage important à celles-ci lors des négociations salariales, et permettrait également à ses concurrents d'identifier aisément les ressources humaines clés de l'entreprise (O' Donnell, 2012b). Toutefois, ce conflit fut de relativement courte durée. Atari réalisa rapidement que bien que les jeux d'Activision étaient en compétition avec ses propres jeux, ils avaient également pour incidence d'augmenter le nombre de consoles Atari vendues, et ainsi de stimuler indirectement la demande effective pour les jeux d'Atari (Zackariasson et Wilson, 2010). Il se développa alors une forme de coopération entre les deux entreprises, c'est-à-dire une situation dans laquelle on retrouve à la fois de la compétition et de la coopération entre deux ou plusieurs acteurs (Bengtsson et al., 2010).

Toutefois, en 1983, Atari et l'ensemble de l'industrie des consoles de jeux vidéo, entrèrent dans une crise majeure, du fait d'un manque de contrôle de qualité sur les jeux. Le succès de ce marché avait attiré en effet de nombreuses entreprises ne possédant pas les capacités

techniques suffisantes et/ou une connaissance assez profonde du marché pour produire des jeux de qualité. On peut donner l'exemple de l'entreprise Purina, qui développa un jeu dans la seule optique de promouvoir une de ses marques de nourriture pour chien, ou bien celui de Mystique, qui développa un jeu dans lequel le protagoniste principal était un cow-boy nu en érection, dont la quête consistait à violer des femmes amérindiennes (Harris, 2014). De plus, même dans les studios les plus réputés, le désir continu d'expansion engendra un rythme de production de jeux sans cesse croissants, la créativité ainsi que le plaisir que les joueurs en retiraient allant toutefois dans la direction contraire (Bernal-Merino, 2015). Bien qu'étant vaguement conscients de la situation, les développeurs de jeu, Atari en tête, mettaient leurs espoirs dans les différentes promotions croisées¹⁴⁵ avec Hollywood, qui devaient permettre, du moins en théorie, de compenser pour cette situation. Alors que dans le marché des arcades, la prolifération de mauvais jeux ne constituait pas un problème majeur, puisque le coût d'une partie était somme toute minimale, il en allait tout autrement sur le marché des consoles, qui n'offrait pas la possibilité de tester des jeux dont le prix oscillait souvent autour d'une centaine de dollars (Kline et al., 2003). De nombreux consommateurs mirent leur console au rencart suite à l'achat d'un ou de jeux médiocres. Le moment emblématique de cette crise est indubitablement la sortie du jeu E.T., basé sur le film du même nom, et qui reste considéré comme étant le pire jamais produit. Afin d'obtenir les droits de développer ce jeu, Atari dut payer des frais énormes et croyant à tort que celui-ci allait être un énorme succès commercial (bien qu'étant tout à fait conscient de sa médiocrité), fabriqua plusieurs millions d'exemplaires de ce jeu¹⁴⁶ (Mikkelson et Mikkelson, 2011). Toutefois, le consommateur ne fut pas dupe cette fois, et Atari se retrouva rapidement avec des millions d'exemplaires invendus ou retournés. Ne sachant pas quoi en faire et voulant faire disparaître au plus vite les traces de cet échec humiliant, Atari les enterra tout bonnement dans une décharge au Nouveau-Mexique¹⁴⁷. La chute fut brutale. En 1984, les revenus associés aux consoles de jeux vidéo dégringolèrent de moitié comparativement à 1982, et

¹⁴⁵Par ce terme, on fait référence à la pratique consistant à créer un jeu vidéo se basant sur un film populaire.

¹⁴⁶ Il faut également considérer que cette estimation déficiente découlait probablement également de l'absence de capacités élémentaires de gestion au sein de l'entreprise et d'un optimisme débridé. À titre d'exemple, notons qu'elle manufactura 12 millions d'exemplaires du jeu Pac-Man, alors même que le nombre de consoles Atari ayant été vendu à cette date ne dépassait pas les 10 millions d'exemplaires (Mikkelson et Mikkelson, 2011). Atari mettant ses espoirs dans une version bâtarde de la loi de Say, stipulant que l'offre de ce jeu allait créer une demande pour la console.

¹⁴⁷ Il est intéressant de noter que cette affirmation a longtemps été considérée comme étant une légende urbaine, mais que des fouilles archéologiques récemment menées ont permis d'accréditer sa véracité (Reinhard, 2014).

ce n'est que suite à l'entrée en scène de la console Nintendo Entertainment System (NES) de Nintendo en 1985¹⁴⁸ que ce marché reprit du poil de la bête.

En fait, l'entrée en scène nord-américaine de Nintendo permit au marché des consoles de non seulement s'extirper de son marasme, mais également d'atteindre des sommets qui semblaient jusque-là inatteignables. Cinq ans après l'introduction de la NES, le marché des jeux vidéo parvint à égaler les sommets de ventes de 1982 (3 milliards de dollars), puis les dépassa rapidement comme le prouvent les ventes de 5 milliards de dollars pour l'année 1992 (Harris, 2014; Kline et al., 2003). Au début des années 1990, Nintendo détenait approximativement 90% des parts de marché, et possédait un énorme pouvoir de négociation envers les détaillants, comme en fait foi le fait que les ventes de jeux et consoles Nintendo ont pu à un certain moment générer près de 10% des profits de Wal-Mart (Harris, 2014). À la différence d'Atari, Nintendo implanta des pratiques managériales sévères et sophistiquées (O'Donnell., 2009). Ces pratiques permirent à Nintendo de développer à faible prix une console contenant de nombreuses innovations technologiques, l'une des plus notables étant le microprocesseur graphique (le PPU) qui simplifiait grandement les opérations rendant possible l'apparition des graphiques à l'écran, ce qui permettait à son unité centrale de traitement (le CPU) d'accorder, comparativement aux consoles préexistantes, davantage de temps à la réalisation des opérations de jeu (Donovan, 2010; O'Donnell, 2012a). Ce qui se traduit concrètement par une expérience de jeu plus fluide et plus rapide.

Outre la puissance technique de sa console, trois autres facteurs permettent d'expliquer les succès initiaux de Nintendo. Premièrement, l'entreprise développa une attitude extrêmement belliqueuse envers les studios indépendants et ses concurrents, attitude qui se traduisit par de nombreuses poursuites. Si l'on se fie à Harris (2014), cette attitude tire ses origines du procès intenté par MCA Universal contre Nintendo pour bris de propriété intellectuelle en 1982. À l'époque, Nintendo n'avait pas encore pénétré le marché nord-

¹⁴⁸ La date réfère ici à l'introduction américaine de la console, car au Japon, une version légèrement différente de la NES, le Famicom, avait été lancée en 1984.

américain des consoles et n'était présent que dans celui des arcades, avec un jeu qui se révéla être le plus populaire de tous les temps: Donkey-Kong. Selon MCA Universal, ce jeu, dont l'antagoniste était un gorille géant, s'inspirait indument du légendaire film King-Kong sorti en 1933. Elle réclama donc à Nintendo de lui verser la totalité des recettes provenant de la vente du jeu, sous peine de traîner l'entreprise japonaise devant les tribunaux. À la surprise générale, Nintendo ne tenta pas de trouver un règlement hors cour, mais s'engagea dans une bataille juridique contre une entreprise beaucoup plus puissante qu'elle, et parvint non seulement à gagner sa cause, mais à obtenir plus d'un million de dollars en dommage punitif. Forte de ce succès, Nintendo n'hésita pas, par la suite, à intenter de nombreux procès, qui lui rapportèrent plusieurs millions de dollars. Les plus emblématiques sont ceux contre Galoob (fabricant du Game Genie, un dispositif permettant de tricher dans les jeux, ce qui déplaisait à Nintendo, car elle y voyait une atteinte à l'intégrité de ceux-ci) et Blockbuster (puisqu'elle considérait que la location de jeux était une forme de vol) (Kline et al., 2003). Outre les sommes gagnées, cette attitude se révéla être bénéfique pour Nintendo dans la mesure où de nombreux acteurs de l'industrie n'osèrent pas poser certaines actions pouvant lui nuire, de peur de s'attirer les foudres juridiques de l'entreprise.

Deuxièmement, le succès de Nintendo s'explique également par son processus d'allocation des ressources. Contrairement à la plupart des entreprises de l'industrie, l'allocation des ressources chez Nintendo tendait (et tend toujours) à favoriser les projets proposant des innovations de nature non pas incrémentale, mais radicale (Ernkvist, 2012). Yamauchi, président de Nintendo de 1949 à 2002, estimait que la pire chose que l'entreprise pouvait faire était de simplement développer des produits légèrement supérieurs à ceux de la compétition. Selon lui, une telle approche est nocive, puisqu'elle annihile la possibilité de surprendre les consommateurs, ce qu'il juge être la clé du succès dans cette industrie (Ernkvist, 2012). Finalement, la troisième raison majeure du succès de Nintendo est qu'elle est parvenue à développer un dispositif breveté de type "*lock-and-key*" faisant en sorte que seules les cartouches de jeux pré-approuvées par Nintendo pouvaient fonctionner sur la NES (O'Donnell., 2011). Grâce à ce dispositif, Nintendo était

en mesure de contrôler le nombre de jeux disponibles sur la console (pas plus de 5 titres par année par studio) ainsi que d'imposer des normes de contenu et des critères de qualité stricts à tout studio de jeux vidéo indépendant voulant développer des jeux pour la NES (ce qui était une quasi nécessité pour leur survie considérant le quasi-monopole exercé par Nintendo). C'est ainsi que l'entreprise a limité les problèmes liés aux développements de jeux de faible qualité qui furent quasiment fatals à Atari et à l'ensemble de l'industrie. Comme l'explique Harris (2014) :

Nintendo, however, opposed this laissez-faire attitude and took it upon themselves to exert greater control over the process. From their stringent development cycle to their game-centric marketing focus, Nintendo sought to control the creative process the same way they controlled retail sales, operations, and distribution. Although it's difficult to use the word "control" so often and not inspire a sudden appearance by Big Brother, it's important to note that there was nothing sinister behind Nintendo motivations. Rather, they were more like a lowercase big brother, looking out for a younger sibling and wanting to ensure that when he spent the money saved from birthdays, tooth fairy visits, and couch-cushion expeditions, that little brother received a certain type of gaming experience (Harris, 2014: 310).

Autre avantage majeur de cette façon de faire : elle permit à Nintendo de s'assurer que seuls les jeux dont le contenu cadrerait avec les préférences de son marché cible, soit les jeunes enfants âgés entre 8 et 14 ans, soient disponibles sur la NES (Kline et al., 2003). Concrètement, cela signifiait que la violence et tout thème provocateur étaient limités le plus possible, dans un désir de ne pas rebuter ceux qui ultimement achetaient le produit, soit les parents de ces enfants. Cela dit, cette décision de Nintendo reposait en grande partie sur une mauvaise lecture du marché, car comme le relate Nichols (2014), depuis les tout débuts de l'industrie, un grand pourcentage des acheteurs et joueurs de jeux vidéo sont des adultes. En 1979, on estimait déjà que près de la moitié des achats étaient effectués par des adultes pour des adultes. Ce positionnement faisait en sorte que Nintendo laissait d'énormes segments de marché inexploités, le plus important d'entre eux étant celui des joueurs plus âgés et matures, laissant ainsi la porte ouverte aux éventuels concurrents. Sans surprise, c'est par cette porte qu'est entrée Sega avec sa console Genesis, ce qui lui permit de devenir l'un des acteurs incontournables du marché des

consoles au cours des années 90. Au contraire de Nintendo, Sega, afin d'occuper ce segment de marché, encouragea délibérément les jeux violents et provocateurs.

La manière dont ces deux entreprises ont traité le jeu *Mortal Kombat* est exemplaire de cette différence de philosophie. Sorti simultanément sur les deux consoles, ce jeu a été proposé par Nintendo dans une version beaucoup moins controversée, les nombreuses effusions de sang de la version arcade étant remplacées par de la sueur. La version du Genesis de Sega était en principe censurée de la même manière, mais un code permettait de passer outre cette censure, et de rendre le jeu aussi violent que dans sa version arcade (Donovan, 2010). Ce code, officiellement secret, fut rapidement découvert et retransmis par les différents magazines et communautés de joueurs, au point que quelques semaines après la sortie du jeu, il n'était plus qu'un secret de polichinelle. Résultat, alors que les deux consoles avaient sensiblement le même taux de pénétration, le nombre d'unités vendues sur la Genesis était deux fois plus élevé que celui vendu pour le Super Nintendo¹⁴⁹ (Kline et al., 2003). Afin de cibler cette clientèle plus mature, Sega développa également une approche marketing basée à la fois sur l'autodérision, le sarcasme, l'arrogance et la confrontation, et ce, en contraste frappant avec les annonces de Nintendo plus classiques et ennuyeuses (Harris, 2014). Outre ce choix de segmentation, le succès de Sega à cette époque s'explique également par la stagnation technologique de Nintendo. L'un des avantages majeurs de la NES étant son catalogue extensif de jeux, les dirigeants de Nintendo étaient extrêmement réticents à introduire une nouvelle console sur le marché, car cela aurait eu pour effet de rendre obsolète ledit catalogue de jeux¹⁵⁰, et donc de perdre cet avantage compétitif majeur. Sega n'avait pas ce problème. Devant le peu de succès obtenu par sa propre console 8-bits (la Master System), l'entreprise décida rapidement de commercialiser une console deux fois plus puissante que la NES (16 bits au lieu de 8), au même prix que cette dernière (Donovan, 2010). Malgré tout, le succès de la Genesis fut à l'origine relativement modeste, principalement à cause, justement, de son

¹⁴⁹ Pour la petite histoire, bien qu'à court terme, cette décision se révéla être un succès pour Sega, elle lui attira également énormément d'ennuis, car la croisade contre la violence dans les jeux vidéo lancée par le sénateur Lieberman tire son fondement de l'existence de ce code (Harris, 2014).

¹⁵⁰ Afin d'introduire la rétrocompatibilité dans une console de nouvelle génération, Nintendo devait augmenter le prix d'environ 75\$, ce qu'elle jugeait inacceptable (Harris, 2014).

catalogue de jeux extrêmement limité. Cette faiblesse découlait du nombre réduit de studios indépendants disposés à développer des jeux pour Sega, car en agissant ainsi, les studios risquaient de subir les foudres de Nintendo qui leur barrait par la suite l'accès à sa console. En fait, les termes des contrats liants les studios indépendants à Nintendo stipulaient que ceux-ci devaient attendre un minimum de deux ans avant de développer des jeux pour d'autres consoles. Toutefois, les pratiques autoritaires et somme toute abusives de Nintendo envers les studios indépendants de développement de jeux vidéo ainsi que les autres acteurs de l'industrie des jeux vidéo (détaillants, magazines spécialisés, fabricants de pièces électroniques), permirent à Sega de canaliser la grogne profonde qui existait de façon latente, en un mouvement de contestation (Harris, 2014). La première pierre de l'édifice tomba en 1990, lorsque, sur fond de guerre commerciale entre le Japon et les États-Unis, le gouvernement américain se mit à enquêter sur les pratiques potentiellement monopolistiques de Nintendo. Afin de tuer tout recours juridique dans l'œuf, Nintendo décida, à titre préventif, de réduire les clauses restrictives des développeurs indépendants (Kline et al., 2003). Toutefois, très peu de studios n'osaient encore courir le risque de susciter l'ire de Nintendo, et il fallut attendre la décision d'Acclaim de commercialiser son jeu Mortal Kombat simultanément sur les mêmes consoles, pour que la digue cède réellement (Kline et al., 2003).

Suite à cette offensive tous azimuts de Sega, la mainmise de Nintendo sur le marché des consoles fut sérieusement mise à mal, du moins sur le marché américain et européen (sur le marché japonais, Nintendo conservait son quasi-monopole). Nintendo perdit même, en 1991 sa position de leader sur le marché américain au profit de Sega (Harris, 2014). Toutefois, cette victoire ne fut qu'éphémère, car suite à une réorientation stratégique de Nintendo (console à un coût plus faible, relation améliorée avec les détaillants et les développeurs, meilleure offre de jeux) et à une série d'erreurs managériales de Sega, l'entreprise qui semblait être sur le point de devenir le leader mondial de l'industrie perdit à nouveau du terrain et finit même par se retirer complètement du secteur des consoles

peu de temps après (Sega existe encore toutefois comme studio indépendant de développement de jeux et comme éditeur¹⁵¹).

Si, selon Schumpeter, le rôle de l'entrepreneur est d'être facteur de destruction créatrice, le cas de Sega illustre comment cela peut facilement se transformer en création destructive (Kline et al., 2003). Comme mentionné précédemment, le succès de la Sega Genesis était en partie dû à sa position de pionnière dans le marché des consoles 16 bits. Étant conscient de cela, la haute direction de Sega voulu, au milieu des années 90, répliquer la même stratégie, en commercialisant une console 32 bits avant ses compétiteurs (la Saturn), tout en mettant sur le marché certains systèmes périphériques à la Genesis permettant soit de lire des CD-ROM (Sega-CD) ou de jouer des jeux 32 bits (Sega 32-X). Une telle offre se révéla nuisible pour Sega, car elle créa aussi bien de la confusion chez les consommateurs, que de la frustration (les différents systèmes périphériques ne furent que très peu supportés). De plus, dans sa course effrénée pour commercialiser la première console 32 bits, Sega ne laissa que très peu de temps aux studios de développement indépendants afin de proposer des jeux, ce qui se traduisit par un catalogue fortement restreint à la date de lancement. Plus problématique encore, le nombre de consoles disponibles au moment du lancement de la Saturn était extrêmement limité, ce qui conduisit Sega à favoriser certains détaillants au détriment des autres, ce qui créa un fort ressentiment chez ceux qui ne faisaient pas partie des heureux élus (Harris, 2014).

Le déclin et la disparition finale de Sega sont également en grande partie la conséquence de l'entrée sur le marché de deux des entreprises les plus puissantes du capitalisme cognitif, soit Sony et Microsoft, entreprises qui occupent présentement, avec Nintendo, le podium du marché des consoles. L'histoire de Sony est particulièrement intéressante, car à l'origine, cette entreprise ne voulait pas se lancer directement dans ce marché, et cette décision ne fut prise que suite à l'humiliation qui lui fut infligée par Nintendo lors du Consumer Electronics Show de 1991, qui était la grande foire de l'industrie des jeux

¹⁵¹ Il est d'ailleurs l'éditeur des jeux de la série Total War : Warhammer autour desquels est regroupée la communauté de moddeurs que nous avons étudiée.

vidéo à cette époque (Rusetski, 2012). Au cours de celle-ci, Sony fit l'annonce d'un partenariat avec Nintendo afin de lancer le Nintendo PlayStation, un périphérique pouvant être raccordé à la SNES afin de jouer à des jeux sur CD. Toutefois, à peine 24 heures plus tard, au cours du même évènement, Nintendo annonçait qu'elle allait effectivement lancer un tel périphérique, mais avec Phillips¹⁵². Cette annonce constitua une surprise majeure pour tous les membres de l'assistance, particulièrement pour les dirigeants de Sony, qui s'y trouvaient en grand nombre (Donovan, 2010). Considérant que les ressources de Sony étaient (et sont toujours) d'un ordre de grandeur bien supérieur à celles de Nintendo, la décision de préférer Phillips était extrêmement risquée, comme Nintendo ne tarda pas à le constater. Grâce à son excellente image de marque, à l'importante campagne publicitaire qui précéda le lancement de sa console (200 millions de dollars), à son expertise technique, et au faible coût de sa console (rendu possible grâce aux économies d'échelle que sa taille lui permettait d'obtenir), Sony parvint à rendre son produit disponible chez de nombreux détaillants, et à tirer profit de la frustration des consommateurs que ce soit envers Sega (du fait du très faible support de sa console) ou Nintendo (du fait des nombreux reports de la date de sortie de sa nouvelle console, la Nintendo 64), pour devenir l'acteur principal de l'industrie (Ernkvist, 2012). Bien que la décision de Sony de pénétrer dans le marché des consoles était en quelque sorte une réaction contre l'affront infligé par Nintendo, c'est Sega qui en subit le plus fortement le contrecoup, car tout comme celle-ci, Sony cibra les joueurs adultes (à la différence de Nintendo, qui resta cantonnée au marché des enfants). C'est ainsi que la Saturn ne parvint pas à atteindre les objectifs prévus¹⁵³ et son successeur, la Dreamcast¹⁵⁴, fut un tel échec que Sega abandonna la fabrication de consoles peu après son lancement.

L'ascension de Sony fut également facilitée par le choix de Nintendo de conserver la cartouche comme support de jeux pour sa console Nintendo 64, plutôt que d'opter pour le CD-ROM. Ce choix se basait sur le fait que la cartouche permettait une vitesse de jeu

¹⁵² Notons que ce périphérique ne fit jamais commercialisé.

¹⁵³ Paradoxalement, contrairement à la Genesis, la Saturn se vendit relativement bien au Japon, mais très mal dans le reste du monde (Harris, 2014).

¹⁵⁴ Selon Sihvonen (2011), la cause principale de cet échec est que la console ne disposait pas d'un dispositif anti-piratage suffisamment développé, ce qui résulta en une chute dramatique du nombre de jeux vendus, et créa donc, de ce fait, un désintéressement des studios de développement de jeux vidéo indépendants envers la commercialisation de jeux pour cette console.

considérablement plus grande que le CD-ROM, ce qui donnait en théorie un avantage à Nintendo en termes de qualité, et qu'il était pratiquement impossible de produire des copies illégales de celles-ci, à la différence des CD-ROMS (Sihvonen, 2011). Toutefois, la cartouche était beaucoup plus dispendieuse à produire (35 dollars US comparativement à 7,5 dollars US), rendant de facto le coût de développement d'un jeu beaucoup plus important, ce qui eut pour effet d'éloigner les studios indépendants de développement de jeux vidéo, qui sont des acteurs incontournables pour le succès d'une console (Kline et al., 2003). Concrètement, cela donna un avantage énorme à Sony en termes de titres disponibles, soit deux fois plus que pour la Nintendo 64. Depuis son entrée dans le marché, Sony a continuellement occupé la pôle position, sauf pendant un court laps de temps où Nintendo parvint à reprendre cette place avec sa console Wii (Ernkvist, 2012).

Quant à Microsoft, elle fit son entrée sur le marché des consoles peu de temps après Sony. Fait à noter, Microsoft n'était pas un néophyte complet dans le marché des jeux vidéo, car elle développait depuis plusieurs années des jeux pour le PC, certains d'entre eux ayant même connu un succès retentissant (la série Age of Empires, en particulier). Cette série de jeux a une importance particulière dans le cadre de ce travail, car c'est la première fois qu'une entreprise du secteur des jeux vidéo se servit aussi délibérément et intensément de la prosomation afin de promouvoir un produit. Kline et al. (2003) expliquent que :

In order to promote its game to consumers, Microsoft used tactics very similar to the "evangelist" techniques that were used to sell DirectX to developers. In this case, however, the key constituency was not programmers but taste-setting "super-fans" and the crucial arena was the Internet. Microsoft was taught the importance of online communication to game marketing by one fan Web site. Started in 1997 by Mike McCart, a forty-four year-old Coast Guard veteran living in Alaska with the online moniker of "Archangel", HeavensWeb.com was entirely devoted to Age of Empires. It attracted 180,000 visitors a month and delivered 1.2 millions "page views." After running the site alone for several months, "Archangel" finally recruited twelve other fan volunteers, or "angels," to join in maintaining the site. Some analysts ascribe the majority of Age of Empires' one million sales to "Archangel." (Kline et al., 2003: 166).

L'entrée de Microsoft dans l'industrie des consoles découlait de la volonté de l'entreprise de pénétrer l'industrie de création de contenus médiatiques ("*media content business*"). Elle espérait ainsi que sa console servirait de centre de divertissement polyvalent

("entertainment hub") grâce auquel le joueur/consommateur accéderait à plusieurs formes de médias (film, musique, etc.) (Nichols, 2014). Malgré le succès relatif de ces consoles en termes de ventes (surtout la Xbox 360), les résultats n'ont pas suivi sur le plan comptable : Microsoft a perdu jusqu'à présent plusieurs milliards de dollars dans cette aventure, principalement parce que ses coûts de fabrication tendent à être grandement supérieurs à ceux de ses concurrents (Nichols, 2014).

L'ordinateur personnel

La troisième et dernière forme sous laquelle les jeux vidéo ont été commercialisés est l'ordinateur personnel. Dans la mesure où les premiers jeux vidéo apparurent sur les ordinateurs, il est surprenant que la commercialisation de jeux sur cette plateforme ait été aussi tardive. Ce retard s'explique principalement par le fait que l'industrie des ordinateurs personnels ne s'est développée réellement qu'à partir de 1977, avec le lancement du Commodore PET, du RS-80 de Radio Shack et de l'Apple 2 (Kline et al., 2003). Toutefois, même à la suite de cette démocratisation des ordinateurs, l'importance relative des jeux sur PC resta faible par rapport aux arcades et aux consoles maison. Les raisons sont à chercher du côté du prix prohibitif de ces ordinateurs, ainsi que de leurs capacités graphiques et sonores extrêmement limitées, ce qui les rendait très peu attrayants pour le développement de jeux vidéo. De plus, il faut prendre en compte qu'il existait une volonté marquée des fabricants d'ordinateurs personnels de limiter le nombre de jeux disponibles sur ceux-ci, car ils craignaient qu'un trop fort catalogue de jeux emmènerait les PC à être catégorisés de produit frivole (Kline et al., 2003). Suite à la chute d'Atari et du marché des consoles en 1983, de nombreux observateurs prédirent que l'ordinateur personnel allait combler son retard à ce niveau et devenir la plateforme dominante dans l'industrie des jeux vidéo (Haddon, 1999). Cette prophétie ne s'est toutefois jamais réalisée, et les jeux vidéo sur ordinateur sont toujours restés une frange marginale de l'industrie. En 2010, 636 millions d'unités de jeux ont été vendus sur consoles contre seulement 17,6 millions sur PC (O'Donnell, 2012b). Les raisons de cet insuccès relatif sont principalement au nombre de deux. Tout d'abord, par rapport aux consoles, les ordinateurs offrent un environnement de développement beaucoup plus imprédictible, car

les hardwares et softwares installés ne sont pas standardisés. Ce qui a pour effet d'augmenter considérablement les possibilités de bugs ou de non-compatibilité, et demande donc un investissement en temps et en ressources beaucoup plus important de la part des studios de développement (O' Donnell, 2012b). En deuxième lieu, les jeux sur PC souffrent, comparativement aux jeux sur console et arcade, de graphiques plus rustiques et d'une rapidité moindre¹⁵⁵.

Outre ces inconvénients, les jeux sur ordinateur possèdent tout de même certains avantages par rapport à ceux sur console. Premièrement, pour ce qui est des développeurs, ils n'ont pas à payer de royalties ni de frais de fabrication. Les coûts à l'entrée sont donc beaucoup plus bas (de Prato et al., 2012). Pour cette raison, les jeux sur ordinateurs tendent à être beaucoup plus diversifiés et audacieux que les jeux sur console (De Prato et al., 2012). Plus importants encore, les jeux sur ordinateur ont depuis longtemps l'avantage majeur d'être programmables par les utilisateurs (c'est d'ailleurs ce qui rend la création de mods possible) et d'être reliés à des réseaux d'ordinateurs permettant à la fois la diffusion de l'information sur les techniques de programmation, ainsi que celle des mods en soi (Kline et al., 2003). Grâce à cela, les jeux sur ordinateur ont eu, et ont toujours, tendance à attirer un plus petit nombre de consommateurs certes, mais possédant généralement des habiletés techniques de programmation beaucoup plus développées (Kline et al., 2003).

Dans le cadre d'un travail sur la prosommation, il est impératif de mentionner le cas du jeu Doom sorti en 1993, car outre le fait que celui-ci se révéla être un succès commercial inégalé à son époque, il proposa deux innovations permettant la réalisation d'activités de prosommation, tels qu'elles ont été définies précédemment (Sotamaa, 2004). Premièrement, bien que Doom ne fût pas le premier jeu permettant d'affronter en ligne d'autres joueurs, c'est le jeu qui a popularisé ce mode de fonctionnement (défini comme activation, ou production ambiante, dans la première section de ce travail). Plus important

¹⁵⁵ Du moins, pour un coût comparable de hardware.

encore, sous l'impulsion de son programmeur principal, John Carmack, un supporteur ardent du principe du "Copyleft", Doom est le premier jeu qui fournit directement aux joueurs son code source, ainsi que des outils permettant de le modifier, généralisant et endossant de facto la création de mods¹⁵⁶ (type de prosommation ayant été défini comme innovation précédemment) (Donovan, 2010). À ce sujet, Herz explique que :

Doom marked a potential transformation in how games are made, becoming open-ended processes in which end users participate. ID released the source code of Doom in December 1997 under a not-for-profit license, allowing fans with programming skills to modify the game: 'They could create custom soundscapes, tweak the game's configurations, or even create new levels, entire episodes of the game [...] Players became a part of Doom's world not just because they played the game but also because they constructed bits of it' (Herz, 1997: 90. Cité dans Banks, 2013: 13).

Depuis, cette stratégie a été reprise par de nombreux développeurs et éditeurs de jeux vidéo, et la présence de kits de création de mods dans les jeux vidéo sur ordinateur est maintenant non seulement commune, mais également activement demandée et utilisée par les consommateurs. L'exemple de Skyrim permet de souligner la popularité des mods, puisque seulement six mois après sa sortie, il existait déjà plus de dix mille mods différents (Reardon et al., 2017). Une étude a démontré que les jeux qui offrent ce type de kits de développement tendent à avoir une critique plus favorable que ceux qui ne le font pas. (Koch et Bierbamer, 2016). Ce qui a un impact positif concret et significatif sur les résultats financiers, car Cox (2014) a montré qu'une augmentation de 1% de la métacritique d'un jeu¹⁵⁷ se traduit par une augmentation de 1,5% des ventes. Considérant cela, il n'est pas surprenant que la grande majorité des jeux vidéo sur ordinateur les plus populaires ces dernières années aient tous adopté une stratégie visant à encourager la création de mods (Reardon et al., 2017). D'ailleurs, selon Sotamaa (2004), les mods sont devenus l'atout principal des jeux sur PC dans la lutte féroce qui les oppose aux jeux sur console¹⁵⁸. De plus, les mods offrent également un autre avantage majeur pour les développeurs de jeux vidéo, dans la mesure où ils permettent de faciliter et de rendre

¹⁵⁶ Il est toutefois important de noter que les mods existaient avant la sortie de Doom, comme le prouve le nombre important de ceux-ci qui existaient pour le jeu ayant été développé précédemment par le même studio ayant créé Doom, soit Wolfenstein (Kline et al., 2003). Le premier mod recensé est apparu en 1983 et consistait en l'introduction de schtroumpfs dans ce jeu (Reardon et al., 2017).

¹⁵⁷ La métacritique d'un jeu consiste en l'agrégation des différents scores qui sont donnés à celui-ci par certains des sites web et magazines les plus réputés dans le domaine.

¹⁵⁸ Il faut noter que les consoles les plus récentes permettent maintenant la création et la diffusion de mods, mais limitent grandement ce qu'il est possible de réaliser, ce qui fait que les mods sont très peu populaires sur celles-ci.

moins coûteux le processus d'embauche des employés. Effectivement, un nombre sans cesse croissant de ces entreprises exigent que les personnes appliquant pour un emploi lié à la programmation présentent un portfolio comprenant des mods, ce qui permet de percevoir concrètement leurs habiletés de programmation ainsi que leur créativité (Deuze et al., 2007; Joseph, 2018).

6.3 Analyse économique

Selon Ruggill et McAllister (2011), considérant le très grand nombre de jeux médiocres produits par l'industrie, ce médium est somme toute passablement ennuyeux. Selon ces auteurs, outre leurs côtés limités et prédictibles :

There are numerous other indicators that the computer game medium is essentially aimless and boring. Games are frequently wearisome in their unyielding policing of players' actions (e.g., status report, progress updates, performance statistic); they are typically tightly closed systems that permit little significant alterations by players; and they depend on certain basic logics- logics of style, affect, and narrative, for example- that discourage developer or player innovation. The medium also requires player to train in and then successfully implement an overwhelming range of skills: artistic, technical, organizational, financial, legal and motivational. For these, and countless other reasons, computer games depend on insistent mechanisms to force gamers to lose sight of the fact that the medium with which they are engaged is really not with their time or trouble (Ruggill et McAllister, 2011; 39).

Mais que l'on soit d'accord ou pas avec un tel constat, force est d'admettre que les jeux vidéo sont devenus une industrie extrêmement lucrative et importante, comme en font foi des revenus totaux estimés à plus de 300 milliards de dollars US pour l'année 2015 (Bernal-Merino, 2015) et un taux de croissance annuel de ces revenus de 16% entre 2005 et 2009, soit un taux cinq fois supérieur à la moyenne des industries des médias et du divertissement (De Prato et al., 2012). Pour bien comprendre le modèle économique de cette industrie, il est important de repérer les différents acteurs qui la font exister. Tout d'abord, l'industrie en tant que telle comprend deux grands domaines, complètement séparés, mais parfaitement complémentaires, soit le domaine du hardware et le domaine du software.

Le hardware

Dans le domaine du hardware, les acteurs les plus importants sont indubitablement les fabricants de consoles, et ceux-ci sont en fait les acteurs dominants de l'industrie dans son ensemble, car parmi les quatre plus grandes entreprises, trois font partie de ce groupe (soit Nintendo, Sony et Microsoft¹⁵⁹) (Nichols, 2014). Il faut toutefois noter que ces trois entreprises sont également présentes dans le marché des softwares, où on les retrouve parmi les développeurs les plus prolifiques (Marchand et Hennig-Thurau, 2013). Le modèle d'affaires développé par Atari dans les années 80 reste le modèle de référence dans le marché des consoles. Dans ce modèle, les profits ne viennent pas de la vente des consoles (vendues à perte pour viser une masse critique de joueurs¹⁶⁰) mais de la vente des jeux pouvant être utilisés sur cette console et vendus à un prix permettant une forte marge de profit (Marchand et Hennig-Thurau, 2013; Zackariasson et Wilson, 2010). Toutefois, suite à l'entrée en scène de Nintendo et de son dispositif "*key-and-lock*", les fabricants de consoles ne réalisent par la majorité de leurs profits par les ventes de jeux qu'ils développent eux-mêmes, mais bien grâce aux redevances ("*royalties*") qu'ils exigent sur la vente des jeux ayant été développés par des studios indépendants, ainsi que sur les frais de fabrication¹⁶¹ de chacun des jeux, qui eux doivent être payés avant même la vente d'un jeu, au grand déplaisir des développeurs et éditeurs (O'Donnell, 2011).

Selon Dymek (2012), la dynamique de l'industrie des consoles peut être représentée par une série de huit étapes séquentielles. La première de ces étapes est le développement de la console à proprement parler, c'est-à-dire le choix des hardwares et des softwares qui vont entrer dans la composition de la console et qui, si la console se révèle être un succès, vont avoir une influence sur le reste de l'industrie. Afin d'obtenir ce succès, le fabricant de la console doit toutefois passer à la deuxième étape, soit la propagation d'une vision.

¹⁵⁹ Activision Blizzard, entreprise qui n'est présente que dans le domaine des softwares, complète le portrait.

¹⁶⁰ En règle générale, on considère qu'une console ne devient rentable qu'après la vente de huit à neuf jeux. ce qui fait en sorte qu'un fabricant peut, paradoxalement, perdre plus d'argent sur une console qui se vend bien que sur une console qui se vend mal (Kline et al., 2003).

¹⁶¹ L'intégration du code de jeu sur un support matériel (CD, cartouche, etc.) est généralement réalisée par le fabricant de console, moyennant une somme d'argent.

Cette vision doit être adoptée non seulement par les consommateurs, mais également par les studios de développement de jeux indépendants et les éditeurs, puisque le succès d'une console est en grande partie dépendant du catalogue de jeux qu'elle propose - on parle d' "externalité de réseau indirecte", sans que l'on sache bien d'ailleurs si c'est le nombre de jeux de qualité qui importe, le nombre de jeux exclusifs ou le nombre de jeux en termes absolus (Marchand et Hennig-Thurau, 2013). Par la suite, au cours de la troisième étape, le fabricant va établir son plan marketing afin de rejoindre les joueurs considérés comme essentiels à la propagation de la console (en grande majorité les joueurs "*hardcores*"). Ce plan marketing va généralement consister en un amalgame de publicité de type style de vie et de marketing high-tech vantant les avancées technologiques de la console. Cette étape est d'une importance primordiale, car comme le notent Dubé et al. (2010), le facteur décisionnel principal dans l'achat d'une console ne repose pas tant sur les capacités techniques de celle-ci à proprement parler, que sur la perception qu'a le consommateur du potentiel de la console à devenir la console dominante de sa génération, c'est-à-dire celle pour laquelle le plus grand nombre de jeux seront développés.

Alors que les trois premières étapes de la vie d'une console sont du ressort du fabricant, les trois suivantes relèvent des éditeurs et des développeurs. La première consiste à sélectionner une audience cible de joueurs pour un jeu ainsi qu'une stratégie marketing afin de les rejoindre. Bien qu'il existe des exceptions, cette audience cible sera généralement la même que celle qui a été sélectionnée par le fabricant de consoles. Il faut noter que l'industrie du jeu vidéo s'appuie fortement sur le marketing : environ 50% des revenus sont utilisés à des fins de promotion, principalement sous forme de publicités télévisuelles, bien que le marketing ciblé tend à prendre de plus en plus d'importance (Zackariasson et Wilson, 2012b). Cette dépendance de l'industrie envers les publicités télévisuelles est probablement contre-productive, puisqu'une étude sur le sujet a démontré que les joueurs tendent à ne leur accorder pratiquement aucune considération lorsque vient le temps d'acheter un jeu. Le principal facteur d'influence étant de loin les recommandations de leur entourage, ce qui démontre l'importance de l'aspect tribal dans la consommation des jeux vidéo (Mathews et Wearn, 2016). La cinquième étape consiste

à investir dans le développement d'un jeu. Au cours des dernières années, l'industrie s'est montrée de plus en plus aversée au risque, d'où une préférence pour le développement de suites ("*sequels*") dans une franchise et de "*me-too games*"¹⁶². Ces suites se vendent en moyenne 10% en plus que les jeux originaux (Cox, 2014). La sixième étape correspond en quelque sorte à l'heure de vérité, puisque c'est au cours de celle-ci que le jeu arrive sur les tablettes. Un jeu doit pratiquement obtenir du succès instantanément, car il ne reste en moyenne qu'entre trois et six mois dans les canaux de distribution. Le succès rapide est d'autant plus impératif qu'il n'existe aucun autre canal¹⁶³ permettant de pallier un lancement raté. La septième étape correspond au moment où les données du marché sont transmises à l'éditeur et/ou développeur. L'industrie des jeux vidéo est menée par les succès ("*hit-driven*"). Seule une faible proportion des jeux se révélera rentable (entre 4% et 20%), mais lorsqu'ils le sont, cette rentabilité est considérable. (Kline et al. 2003). Finalement, la dernière étape consiste simplement en la répétition des étapes précédentes. Pour tout nouveau jeu, seules les étapes quatre à sept seront répétées, tandis que pour le lancement d'une nouvelle console, c'est l'entièreté du processus qui doit être réalisée.

Le software

Pour ce qui est du second domaine de l'industrie, soit celui des softwares, il a une structure similaire à celle de nombreuses industries culturelles, telles l'industrie des films ou celle des livres. Tout comme dans celles-ci, la chaîne de valeur comporte six participants, qui sont les développeurs, les éditeurs, les distributeurs, les détaillants, les clients et les consommateurs (Zackariasson et Wilson, 2012a). Le développeur est l'acteur qui crée et programme les différentes parties du jeu vidéo (graphique, son, design et code) et qui s'assure également que ces différentes parties s'intègrent les unes entre les autres parfaitement, de manière à créer une expérience immersive et cohérente (De Prato, 2012). Comme le relate O' Donnell (2012a), bien que le développement de jeux vidéo ait de nombreux traits en commun avec le développement de logiciels, il ne faut pas tomber

¹⁶² Ce terme fait référence aux jeux qui ressemblent énormément à un autre jeu, qui lui a déjà obtenu énormément de succès en termes d'unités vendues.

¹⁶³ Par exemple, un film qui n'obtient pas un franc succès au box-office pourra tout de même devenir rentable grâce à ses ventes de DVD.

dans le piège consistant à amalgamer complètement ces deux activités. Piège dans lequel tombent nombre d'analystes, considérant qu'à l'origine, la quasi-totalité des développeurs de jeux avait une formation en science ou en génie informatique. Bien qu'une telle façon de faire ne posait aucun problème dans les premières années de l'industrie, le fractionnement et la spécialisation des tâches sont devenus tellement importants depuis la moitié des années 80, qu'il devient maintenant plus pertinent d'analyser cette industrie comme une composante des industries artistiques. Selon O' Donnell (2012a; 2012b), les ingénieurs et les informaticiens sont en effet désormais en minorité dans les studios de développement de jeux (entre 30% et 40%), et ce sont maintenant les artistes qui y dominent. De plus, contrairement à l'industrie des logiciels, dans l'industrie des jeux vidéo le but central du processus de production est de créer non pas un logiciel à proprement parler, mais bien une expérience de jeu agréable, ce qui implique beaucoup plus que de la simple programmation (par exemple, créer une trame narrative intéressante et une musique d'accompagnement entraînante). Traiter le développement de jeux de la même manière que le développement de logiciels revient donc à distordre et à ignorer l'important labeur artistique que demande cette activité (O' Donnell, 2012a)

Les différents studios de développement de jeux¹⁶⁴ peuvent être répartis en trois catégories (O' Donnell, 2012b). Les "*first party studios*" appartiennent directement à un fabricant de consoles, et ne produisent dans la quasi-exclusivité des cas que des jeux pour la console en question. Les "*second party studios*" sont théoriquement indépendants, mais choisissent de ne développer des jeux que pour une seule console. Une raison qui permet d'expliquer cette stratégie est que le coût d'adaptation d'un jeu à une autre plateforme ou une autre console est extrêmement élevé, soit environ 50% du coût total du développement du jeu (Nichols, 2014). Les "*third party studios*", de loin les plus nombreux, sont libres de toute attache à l'égard des fabricants de console, mais sont possédés dans la plupart des cas, en totalité ou en partie, par un éditeur de jeux vidéo. Bien que la très grande majorité des studios se trouvent soit en Amérique du Nord, en Europe ou au Japon¹⁶⁵, on assiste depuis

¹⁶⁴ On peut nommer, à titre d'exemple de studios de développement, Bioware, electronic Art et Ubisoft .

¹⁶⁵ En termes de nombre de titres développés, les cinq principaux pays sont respectivement les États-Unis, le Japon, le Canada, la Corée du Sud et le Royaume-Uni (Cabras et al., 2017).

quelques années à la sous-traitance de certaines activités périphériques de développement vers des pays où les salaires sont moins élevés (Sandqvist, 2012b).

Grossièrement, les activités des développeurs de jeux vidéo peuvent être divisées en 4 étapes qui se suivent séquentiellement (Nichols, 2014). Tout d'abord, il y a les activités de design, qui comprennent tout ce qui a trait à la création du concept du jeu. Généralement, cette étape ne dure pas plus de trois mois, et c'est au cours de celle-ci que l'équipe de développement est la plus petite (entre 3 et 15 personnes). Vient ensuite l'étape de la pré-production, étape qui consiste à intégrer les différents prototypes de codes et idées du jeu, de manière à avoir une vue d'ensemble du projet, et d'être en mesure d'identifier, de séparer et d'assigner les différentes tâches qui devront être réalisées. Tout comme l'étape précédente, la pré-production dure environ trois mois, mais l'équipe de travail est beaucoup plus substantielle (entre 15 et 25 personnes). La troisième étape est la plus importante, puisqu'elle consiste en la production même du jeu vidéo, c'est-à-dire la réalisation concrète des différentes tâches ayant été identifiées lors de l'étape précédente. Sans surprise, c'est cette étape qui est, et de loin, la plus longue (environ 9 mois, mais il n'est pas rare qu'elle dure au-delà de 24 mois) et qui sollicite le plus d'employés (parfois plus de 200). Finalement, la dernière étape, qui est également d'une durée de trois mois, est celle de la publication, étape au cours de laquelle le jeu est testé et adapté aux différents marchés sur lesquels il sera disponible (par exemple, par la réalisation de la traduction du jeu et/ou du manuel). Fait à noter, le "*crunch time*", qui est une pratique fondamentale de l'industrie, survient habituellement dans la période allant de la fin de l'étape de production jusqu'au début de la période de publication. Le "*crunch time*" fait référence à la période (d'une durée allant de quelques semaines à quelques mois) précédant la date de lancement du jeu, période pendant laquelle il est pratiquement toujours demandé aux employés de travailler de nombreuses heures supplémentaires (souvent entre 70 et 90 heures par semaine), pour lesquelles ils seront rarement rémunérés (Nichols, 2014). La dépendance de l'industrie envers ces heures supplémentaires non rémunérées est telle que Sandqvist (2012) affirme, en comparant les profits qui sont effectivement réalisés avec le nombre d'heures de travail qui entrent dans la création d'un

jeu vidéo ainsi que les nombreuses ressources qui sont mobilisées pour ce faire (capital, éducation, subvention), que cette industrie est somme toute peu productive.

À l'origine, l'ambiance de travail dans la grande majorité des studios de développement se caractérisait par une sorte de chaos créatif, du fait de la quasi-absence de règle managériale et de la possibilité pour les employés de pratiquement faire ce qu'il leur plaisait. Ce désordre créatif est maintenant chose du passé, car il existe depuis plusieurs années une forte tendance à la rationalisation et la standardisation des processus de travail (Zackariasson et Wilson, 2012a). Cependant, malgré cette "professionnalisation", la création d'un jeu vidéo reste toujours une activité passablement nébuleuse, dans la mesure où même les studios et les développeurs qui sont parvenus à créer de nombreux titres à succès sont incapables d'expliquer concrètement quelles sont les étapes qu'il faut réaliser afin d'arriver à ce résultat (Ruggill et McAllister, 2011; Wilson et Zackariasson, 2012). C'est pourquoi, tout comme sur le marché des films et des livres, le marché des jeux vidéo est caractérisé par la loi de Pareto, c'est-à-dire que 80% des profits ne proviennent que de 20% des jeux (Kline et al., 2003). Les probabilités d'échecs sont donc extrêmement élevées, comme en fait foi le fait que seulement 10% des jeux parviennent à atteindre le seuil de la rentabilité. Les coûts de développement des jeux vidéo étant maintenant exorbitants (entre 15 et 120 millions pour les jeux AAA, c'est-à-dire les jeux pour lesquelles on attend une grande qualité et des ventes élevées, dont le temps de développement s'échelonne sur plusieurs mois, voire plusieurs années), les dernières années ont été marquées par une consolidation et une réduction majeures du nombre d'acteurs (Cox, 2014; Mathews et Wearn, 2016; Zackariasson et Wilson, 2012a). Il est maintenant pratiquement impossible pour un studio ne possédant pas des ressources financières énormes de survivre de manière indépendante, car il ne pourra pas absorber les pertes des nombreux échecs commerciaux qu'il subira inévitablement (Kline et al., 2003). Un autre facteur qui influence cette concentration de l'industrie est que celle-ci est fortement subventionnée par les différents gouvernements, mais que seuls les studios ayant une certaine masse salariale peuvent bénéficier de ces subventions (O' Donnell, 2012b).

Malgré la récente consolidation, la plupart des studios de développement sont toujours des entités locales relativement petites, à la fois en termes de capital et d'effectifs, et c'est justement cette faible taille qui explique la présence (ainsi que l'importance) du deuxième type d'acteur, soit les éditeurs. L'émergence des éditeurs est en grande partie une conséquence de la crise liée au manque de qualité des jeux qui affligea l'industrie au début des années 80 (Nichols, 2014). En termes de tâches, les éditeurs vont identifier et financer plusieurs développeurs, de manière à posséder un catalogue de titres qu'ils jugent commercialement attractifs et rentables. Ils vont également acquérir la propriété intellectuelle des licences qu'ils jugent prometteuses, établir des relations commerciales avec les distributeurs, et développer des stratégies marketing de manière à promouvoir et faire connaître leurs jeux (De Prato, 2012). Dans la plupart des cas, les éditeurs vont assumer le risque financier lié à la production d'un jeu, car ils vont fournir aux développeurs l'argent nécessaire à la réalisation de leur travail. De plus, ils vont généralement également assumer les frais liés au marketing, qui peuvent parfois prendre des proportions énormes, comme le démontre l'exemple du jeu Halo 3, qui a bénéficié d'une campagne marketing ayant coûté environ 40 millions de dollars (Zackariasson et Wilson, 2012b). La stratégie d'affaires des éditeurs se base sur la vente d'un volume important d'unités, puisque comme la plupart des produits "immatériels", le coût de développement d'un jeu est important, tandis que son coût de reproduction est pratiquement nul (Cox, 2014). Bien que les éditeurs soient les acteurs les plus importants dans la chaîne de valeur des logiciels en termes de revenus, et qu'ils tendent de plus en plus à détenir la balance du pouvoir, ces entités souffrent d'une grande difficulté à atteindre le seuil de rentabilité. À titre d'exemple, notons que pour les années 2009 et 2010, parmi les éditeurs indépendants (qui ne sont pas reliés à une console), seul Activision Blizzard est parvenu à dégager un profit. Ubisoft a subi des pertes de 43,7 et de 52,1 millions de dollars US pour ces deux années, tandis qu'Electronic Arts a perdu successivement 677 et 276 millions (Wilson et Zackariasson, 2012).

Sans surprise, la grande majorité des revenus des développeurs et des éditeurs proviennent de la vente des jeux. Toutefois, on assiste depuis quelques années à la propagation de plusieurs modèles de revenus parallèles. Modèles qui sont en grande partie tributaires de l'augmentation des coûts de développement des jeux, ce qui rend l'atteinte de la rentabilité par le seul modèle classique des ventes particulièrement difficile (Zackariasson et Wilson, 2010). Le principe des inscriptions mensuelles payantes pour pouvoir jouer en ligne est le modèle le plus fréquent à l'heure actuelle. Ce modèle est particulièrement présent dans les "jeux de rôle en ligne massivement multijoueur"¹⁶⁶ (MMORPG) sur ordinateur, mais est depuis peu également utilisé sur les jeux de console (Xbox live, PlayStation network) (Marchand et Hennig-Thurau, 2013). Une autre source de revenus est constituée par les micro-transactions proposées aux joueurs pour obtenir un item rare ou accéder à un niveau de jeu supplémentaire. Ce dispositif tend à prendre de l'importance et semble voué à encore croître considérablement (De Prato et al., 2012). Toutefois, bien que cela puisse surprendre, c'est un modèle de revenus basé sur les publicités qui est considéré par plusieurs analystes comme étant la voie de l'avenir de l'industrie. Il s'agit en fait de se servir du jeu pour y afficher des publicités. Ce type d'activité a représenté un chiffre d'affaires de 7,2 milliards de dollars US pour l'année 2016 (Nichols, 2014). A l'origine, les jeux vidéo ont affiché des publicités statiques. Par exemple, un panneau publicitaire ("*billboard*") intégré à l'environnement d'un jeu et affichant toujours le ou les mêmes produits. A présent, les nouvelles consoles connectées à Internet permettent de modifier régulièrement ces affichages. On parle alors de publicité dynamique, ce qui représente une source de revenus accrue pour l'industrie du jeu vidéo (Nichols, 2014). Si l'on se base sur Jhally (1989a), la prépondérance que prend maintenant la publicité dans l'industrie des jeux vidéo n'est aucunement surprenante, puisque toute industrie culturelle dépend nécessairement soit de cette forme de financement, soit du financement étatique, puisque les commodités qu'elle produit sont aisément copiables et difficilement brevetables.

¹⁶⁶ Une définition plus précise de ce terme est donnée à la page 301 de cette thèse.

La domination des éditeurs sur la chaîne de valeur n'est pas nécessairement bien perçue de la part des développeurs, et depuis quelques années, on discerne chez ceux-ci une volonté de passer d'un modèle "*fee-to-service*" (dans lequel l'éditeur passe une commande au développeur en spécifiant ses attentes et conditions), à un modèle mettant l'accent sur le développement d'une propriété intellectuelle (IP) originale, avec ou sans le soutien d'un éditeur (Banks, et Cunningham, 2016). Alors que dans le modèle "*fee-to-service*", le développeur est sensiblement un "*price-taker*", car il n'a que peu de marge de manœuvre dans les négociations avec l'éditeur, un développeur qui parvient à développer une IP originale et valorisée par les consommateurs va pouvoir se servir de celui-ci comme un levier de négociation, et donc obtenir des conditions beaucoup plus avantageuses. Par ailleurs, de nombreux artisans dans cette industrie tendent à se considérer comme des artistes et dénoncent le modèle "*fee-to-service*" comme trop contraignant et peu favorable à un véritable travail créatif :

The way in which the digital game industry has influenced the global culture of play in much the same way that hegemonic nations [...] have, in their times of influence, dominated global culture. Today's hegemonic game industry has infused both individuals' and societies' experiences of games with values and norms that reinforce that industry's technological, commercial, and cultural investments in a particular definition of games and play, creating a cyclical system of supply and demand in which alternate products of play are marginalized and devalued. (Fron et al., 2007: 1. Cité dans Planells, 2017: 621)

Pour plusieurs studios de développement, le modèle de développement d'une IP est vu comme une façon de s'extirper de cette situation, car en s'affranchissant des directives et du contrôle des éditeurs, ils sont en mesure de proposer des œuvres beaucoup plus originales, pour ne pas dire marginales (Planells, 2017). Il faut également noter que ce modèle de développement a été grandement facilité par l'apparition et la popularité de diverses plateformes digitales en ligne telles Steam, Playstation Network et Xbox Live, qui permettent au développeur de rendre ses produits directement accessibles aux consommateurs, sans passer par les canaux de distribution traditionnels (Banks, et Cunningham, 2016), ainsi que de différentes plateformes de financement participatif¹⁶⁷

¹⁶⁷ Lorsque ces sites sont utilisés, les "investisseurs" vont souvent effectuer de la prosomption, puisque leurs idées et commentaires vont fortement influencer le produit final. Ce qui est d'ailleurs utilisé comme argument de vente par les studios (Planells, 2017).

("crowdfunding") telles Kickstarter ou Indiegogo (Planells, 2017). Paradoxalement, les studios de développement nouveaux et/ou inconnus ne sont ceux qui sont le plus en mesure de tirer partie de ces nouvelles avenues de financement, puisque la plupart des cas à succès sont le fait de studios créés ou menés par des anciennes gloires de l'industrie, qui proposent aux consommateurs de faire revivre un type ou une série de jeu ayant été populaire dans un passé plus ou moins lointain (Planells, 2017).

Bien que les jeux vidéo soient un produit immatériel, ils sont encore majoritairement vendus sous forme physique, ce qui explique la présence des deux acteurs suivants, soit les distributeurs et les détaillants. Contrairement aux éditeurs, dont les stratégies sont multinationales, les détaillants et les distributeurs servent, sauf exception, les marchés locaux (De Prato et al., 2012). Les distributeurs jouent le rôle de grossistes, c'est-à-dire qu'ils achètent en grande quantité et revendent en de plus petits lots aux différents détaillants, et vont parfois jouer un rôle promotionnel complémentaire, tandis que les détaillants sont les endroits, physiques ou virtuels, où le client va pouvoir se procurer le jeu (Zackariasson et Wilson, 2012a). Les détaillants peuvent avoir un impact important sur le succès ou non d'un jeu, car l'espace tablette ("*shelf-space*") est fortement corrélé avec le nombre d'unités vendues d'un jeu (de Prato et al., 2012). Depuis quelques années les magasins spécialisés dans les jeux vidéo perdent de l'importance au profit des magasins de vente générale tels Wal-Mart et Carrefour. Bien entendu, comme dans pratiquement tout type de marché, certains détaillants importants, tel Wal-Mart, vont passer outre le recours aux distributeurs et vont directement passer commande aux éditeurs. On assiste également à la montée en puissance des détaillants en ligne, qui peuvent soit transmettre le jeu de manière physique (Amazon) ou virtuelle. Pour la plupart des acteurs de l'industrie, la distribution digitale possède l'avantage majeur de rendre impossible le partage et la passation des titres, ce qui permet d'empêcher le marché des jeux usagés, dont l'importance est considérable et dont les développeurs et éditeurs ne tirent aucun profit direct (Nichols, 2014). La plus importante des plateformes virtuelles est incontestablement Steam, plateforme qui a été créée initialement par Valve Corporation, un studio indépendant de développement de jeux, afin de faciliter le

téléchargement des patches de ses jeux (les patches sont des fichiers permettant de corriger certaines erreurs de programmation, ou d'apporter des améliorations au jeu), mais qui s'est rapidement transformée en géant de la distribution digitale, puisqu'elle accapare maintenant environ 70% de ce marché (O' Donnell, 2012b). De plus, Steam n'est pas qu'une simple plateforme digitale, elle est également une vaste communauté de joueurs, et fournit de nombreux outils permettant la création et la diffusion de mods pour certains jeux, via la plateforme Steam Workshop dont il a été fait mention dans le chapitre précédent (Simon, 2016). Le but officiel de cette plateforme est de rendre le partage et le téléchargement de mods plus faciles (auparavant, même l'installation d'un mod demandait des connaissances techniques relativement élevées), et de créer un espace virtuel permettant une communication aisée et efficace entre les moddeurs et les joueurs, ainsi qu'entre les moddeurs et l'entreprise développant le jeu. Toutefois, au-delà de ces nobles idéaux, Steam Workshop constitue également une tentative de réappropriation de l'activité des moddeurs, sous une entité commerciale¹⁶⁸. Avant son apparition, les moddeurs se regroupaient presque uniquement dans des sites Web qui étaient la propriété de joueurs tels Nexus Mods (Moody, 2014). Si l'on se base sur la typologie de Dulong de Rosnay et Musiani (2016), Steam Workshop permet un contrôle centralisé de la communauté des joueurs et en particulier des moddeurs. Outre le fait que les plateformes centralisées de ce genre facilitent l'exploitation des prosommateurs, elles permettent également d'amoinrir (mais pas de complètement éliminer) les risques de détournement du jeu de la part des moddeurs, en leur imposant des règles de création strictes (Moody, 2014). Il s'agit d'éviter notamment de se retrouver dans la situation d'EA, dont le jeu The Sims a souffert du fait qu'une grande partie des mods créés visaient à rendre possible la réalisation de scènes de pornographies explicites entre les personnages du jeu (Sihvonen, 2011). Considérant le succès que ces plateformes ont au niveau de la modulation des comportements des moddeurs et de la modification de leurs schèmes affectifs et cognitifs, certains auteurs en sont venus à dire, en se basant sur les travaux de Rose et Miller (2008), qu'elles ne sont rien de moins que des technologies de subjectivation ("*technology of subjectivation*") (Hong et Chen, 2014; Moody, 2014).

¹⁶⁸ Selon Delfanti et Söderberg (2018) la récupération de l'activité des hackers par des organisations et des institutions capitalistes est une tendance lourde de l'économie contemporaine.

Finalement, les deux derniers acteurs clefs de l'industrie des logiciels sont le client et le consommateur (Zackariasson et Wilson, 2012a). Ceux-ci vont souvent être une même et unique personne, mais il convient néanmoins de les distinguer puisque nombre de jeux vidéo sont encore achetés par les parents à leurs enfants. Cela dit, le consommateur typique de jeux vidéo n'est pas le jeune enfant de sexe masculin. Il est relativement âgé (31 ans en moyenne) et a pratiquement autant de chance d'être un homme qu'une femme (52% contre 48% respectivement¹⁶⁹) (Koch et Bierbamer, 2016). D'ailleurs, le quart des joueurs sont âgés de 50 ans ou plus, ce qui se traduit par une présence sans cesse plus importante des jeux vidéo dans les maisons de retraite (Zackariasson et Wilson, 2010). Toutefois, ces statistiques obscurcissent en partie la réalité, car le joueur "hardcore" reste encore de loin le segment de marché le plus proéminent et le plus lucratif bien que sa "mort" ou du moins son déclin aient été annoncés de nombreuses fois au cours des dernières années (Dymek, 2012). Ce segment est formé de jeunes hommes adultes âgés entre 18 et 34 ans, qui connaissent très bien les nouvelles technologies et qui sont prêts à dépenser beaucoup de temps et d'argent sur les jeux vidéo. Depuis quelques années, et ce afin d'amoinrir leur dépendance à l'égard de ce type de joueurs (qui sont souvent enclins à pirater les différents jeux), les grands acteurs de l'industrie proposent de plus en plus de jeux s'adressant spécifiquement à un public mature et/ou féminin (Trémel, 2011). Pour ce qui est de la répartition géographique des joueurs, ceux-ci restent encore largement concentrés en Occident, au Japon et en Corée du Sud (Nichols, 2014). Ce qui fait dire à Kline et al, (2003) que les jeux vidéo sont une commodité globale, mais non pas universelle, dans la mesure où l'on peut en retrouver dans tous les pays du monde, mais que bien souvent seule une infime minorité de la population a la possibilité d'y jouer¹⁷⁰. Il faut également considérer qu'avec la propagation des activités de prosommation, le consommateur joue un rôle encore plus important dans l'industrie, car il va également assumer les fonctions de publiciste et de développeur (par la création de mods) (Banks,

¹⁶⁹ Notons toutefois qu'il existe un certain débat concernant la véracité de ces données, puisque selon Trémel (2011), celles-ci ne sont que des artefacts statistiques obtenus grâce à des méthodologies somme toute douteuses. Comme il le note: "un cadre jouant occasionnellement sur son PC entre deux rendez-vous, ou encore une mère de famille pratiquant un jeu de cartes sur le système d'exploitation de l'ordinateur aura le même « poids » qu'un adolescent déscolarisé jouant 10 heures par jour" (Trémel, 2011 : 108).

¹⁷⁰ Quoiqu'avec le développement des jeux vidéo mobiles, et la pénétration pratiquement universelle de cette technologie, cette affirmation est de plus en plus contestable.

2013). Pour favoriser la réalisation de ces rôles par les consommateurs, les entreprises doivent à la fois leur proposer des kits de développement conviviaux et facilement accessibles, tout en développant des communautés de joueurs en ligne, ce qui permettra de faciliter le bouche-à-oreille (Banks, 2013).

Notons toutefois qu'un acteur important n'a pas été identifié par Zackariasson et Wilson, (2012a), et ce même s'il tend à occuper une place de plus en plus importante dans la chaîne de valeur de l'industrie, soit le fabricant de middleware. Un middleware est un logiciel situé entre le système d'exploitation d'un hardware et une application donnée (De Prato et al., 2012). Plus spécifiquement, dans le domaine des jeux vidéo, cela correspond à des engins ("*engine*"), c'est-à-dire des kits de développement de logiciels comprenant plusieurs outils, telles des bibliothèques et des applications, permettant aux studios de réaliser certaines parties du jeu rapidement et à un faible coût. Considérant que les jeux vidéo sont de plus en plus dispendieux et longs à produire, il est facile de comprendre pourquoi ceux-ci sont voués à devenir des acteurs encore plus importants au cours des prochaines années.

Les conditions de travail

Les conditions de travail dans l'industrie des jeux vidéo varient grandement selon que l'on se retrouve dans le domaine de la production de hardware ou de software. En règle générale, les conditions de travail sont nettement inférieures dans le premier secteur puisque la plupart de ces emplois se retrouvent dans des pays relativement pauvres, tandis que la plupart des emplois dans le domaine du développement de software sont principalement concentrés aux États-Unis, au Japon et au Royaume-Uni (Nichols, 2014). On peut donc être tenté de reprendre l'argument de Fuchs (2018c), selon lequel les industries issues du capitalisme digitale sont teintées de racisme structurel, puisqu'elles délèguent les emplois les plus précaires et les moins rémunérés aux travailleurs des pays émergents, tandis qu'elles créent dans les pays occidentaux une aristocratie ouvrière essentiellement blanche et masculine. Or, il faut relativiser la "noblesse" de cette aristocratie ouvrière car bien que dans le domaine des softwares, l'industrie des jeux vidéo

possède une excellente réputation, et est souvent considérée comme un employeur de choix, les conditions de travail tendent à y être particulièrement exécrables, du moins si on les compare à celles que l'on retrouve dans les industries similaires. Il n'y a que très peu de sécurité d'emploi, les heures de travail dépassent régulièrement les 12 heures par jour et les 70 heures par semaine (surtout en période de "crunch"), sans oublier que les salaires sont relativement bas (Nichols, 2014). L'une des causes les plus probables de cette situation est que, contrairement aux deux autres industries culturelles auxquelles elle est souvent comparée (le cinéma et la musique), l'industrie des jeux vidéo se caractérise par un taux de syndicalisation extrêmement faible. Les travailleurs de l'industrie des jeux vidéo ne sont pas syndiqués, sauf dans de très rares exceptions, et sont généralement fortement opposés à l'idée de le faire (ou du moins, jugent que ce n'est pas nécessaire (O'Donnell, 2012b)). Cette réticence des travailleurs à se syndicaliser est d'autant plus surprenante que la satisfaction au travail est extrêmement basse, tandis que le taux de roulement est, de son côté, très élevé (en moyenne, un travailleur reste moins de sept ans dans cette industrie et le mode est de seulement trois ans) (Nichols, 2014). Il faut également noter que la propagation des pratiques de prosommation n'aide en rien les travailleurs à obtenir des salaires et des conditions de travail plus avantageux, puisque ceux-ci se retrouvent en quelque sorte en compétition avec une horde de consommateurs travaillant gratuitement et maîtrisant parfois des connaissances techniques extrêmement développées, tout en possédant du temps et une passion pour le sujet souvent supérieurs à celle des employés formels (Banks, 2013). On peut citer à ce sujet l'ethnographie de Banks au sein de l'entreprise Auran (qui proposait à ce moment un simulateur de train nommé Trainz):

Some of the material [créé par les consommateurs] was of such a high quality that Auran management felt it was better than the models included with the official release package. A few of the locomotive models produced by the Auran team had received critical attention from knowledgeable rail fans, who pointed out inaccuracies in the modelling detail. The fan creators invested far more research and development time into the making of an individual model than the artists on the Trainz team could allow (Banks, 2013: 84).

D'ailleurs, Will Wright, le concepteur principal (lead designer) du jeu *Spore* affirme en toute candeur que le bénéfice premier des mods du point de vue des développeurs est de faire baisser les coûts de production (Hong et Chen, 2014).

Finalement, on peut mentionner que cette force de travail ne se caractérise pas par sa diversité. En Amérique du Nord, elle est essentiellement blanche (83%), masculine (89%), jeune (âge moyen de 31 ans et expérience moyenne de 5 ans) et relativement éduquée (seuls 18% de ces travailleurs n'ont pas une scolarité de niveau collégial) (O'Donnell, 2012b). La durée et la fréquence des "*crunch times*" sont souvent données comme facteurs permettant d'expliquer la faible proportion de femmes dans l'industrie, ainsi que leur faible intérêt envers celle-ci (Nichols, 2014). Notons également que ces caractéristiques démographiques sont sensiblement les mêmes que celles des moddeurs, quoique l'on retrouve une plus grande proportion de personnes faiblement éduquées au sein de ce groupe (Poor, 2014).

Les types de jeu

L'industrie des jeux vidéo utilise un système de classification des jeux permettant aux consommateurs d'avoir une idée relativement précise du type de "*gameplay*" qu'un jeu va offrir. Cette classification n'a pratiquement pas changé depuis les débuts de l'industrie, et ce, même si les capacités techniques des systèmes ont évolué drastiquement (Nichols, 2014). En ce qui concerne la variété de jeux proposés, les éditeurs tendent à agir plutôt comme des généralistes, contrairement aux développeurs qui eux sont généralement spécialisés dans seulement 1 à 3 genres (Cabras et al., 2017). Selon Jackson et Games (2015), les types les plus fréquents sont les suivants:

Action: un jeu vidéo de ce type a un "*gameplay*" sollicitant surtout les réflexes des joueurs. La trame narrative y est généralement peu importante et les combats tendent à prendre pratiquement toute la place. Il existe plusieurs sous-types de jeux d'action, les plus connus étant les jeux de tir à la première personne, les jeux de tir à la troisième personne, les jeux de plateformes, les "*hack and slash*" ainsi que les jeux de combat. On peut ranger dans cette catégorie des jeux aussi divers que Diablo, Street fighter, Call of Duty ou Mario.

Aventure: au contraire des jeux d'action, les jeux d'aventure tendent à ne mettre que peu d'emphase sur les combats, et à avoir une trame narrative extrêmement développée, occupant une place centrale dans l'expérience de jeu. L'emphase est en grande partie mise sur l'exploration, la résolution de puzzles ainsi que l'interaction avec l'environnement et les autres personnages du jeu (NPC). Ce type de jeu tend à attirer une clientèle atypique (souvent des personnes plus âgées et ayant plus tendance à occuper une profession libérale ou de type "col blanc" comparativement aux autres joueurs), mais connaît une baisse de popularité constante depuis le début des années 90.

Action/Aventure: comme son nom l'indique, ce type de jeux consiste en une synthèse des deux types précédents. On tend également à catégoriser de cette façon les jeux qui entrent difficilement dans un type en particulier.

Jeux-de-rôle: ces jeux ont plusieurs points en commun avec les jeux de type action-aventure. Toutefois, ils s'en différencient par l'importance qu'ils accordent au développement et à la progression des personnages, et par un usage de statistiques qui permettent justement de modéliser cette progression. À l'origine, ce type de jeux était principalement cantonné à un "*setting*" médiéval, mais ce n'est plus le cas aujourd'hui, et des jeux de rôle se déroulant dans le présent ou le futur sont maintenant monnaie courante. Du fait de la propagation des connexions Internet rapides et à faibles coûts, l'une des tendances de fond de l'industrie est l'importance que prennent les "jeux-de-rôle en ligne massivement multi-joueurs" (MMORPG). Comme le nom l'indique, ce type de jeux permet à des milliers (voire des millions) de joueurs de se retrouver simultanément en ligne afin de s'affronter ou de collaborer.

Simulation: ce type de jeux tente de recréer le plus fidèlement possible une situation réelle. Considérant la quasi-infinité de situations qu'il est possible de simuler, il existe une très grande diversité parmi ces jeux. On peut toutefois noter que les simulations les plus populaires tendent à tourner autour des véhicules, de la construction de ville, de l'administration d'entreprises ou bien de rien de moins que de l'entièreté de la vie humaine.

Sports: les jeux de sport sont un sous-genre de simulation permettant soit de recréer l'action du point de vue du sportif, soit de modéliser les tâches administratives des gestionnaires d'équipes sportives. Ces jeux se retrouvent inlassablement dans les listes de meilleurs vendeurs année après année, et ce depuis les débuts de l'industrie.

Stratégie: les jeux de stratégie sont basés principalement sur la gestion de ressources. Il est possible de catégoriser ces jeux en quatre catégories distinctes, selon qu'ils sont basés sur un "*gameplay*" au tour par tour ou en temps réel, et selon qu'ils se focalisent sur les activités militaires ou les activités civiles. Il est important de noter que c'est dans ce type de jeux, ainsi que dans les jeux de simulation et les jeux de rôle, que l'on retrouve le plus souvent des kits de développement permettant de faciliter la création de mods (Koch et Bierbamer, 2016)

Jeux "*sandbox*" : ces jeux n'ont généralement aucune trame narrative, et laissent le joueur complètement libre en ce qui concerne les actions à réaliser. Le "*gameplay*" va principalement se baser sur la collecte de matériaux permettant de créer son propre monde virtuel, contenant certains objets et/ou des immeubles spécifiques, et que les autres joueurs vont pouvoir également explorer. Ces jeux ont connu une hausse de popularité considérable suite à la prolifération des réseaux sociaux. L'exemple le plus connu de ce type de jeu est indubitablement Minecraft, qui est devenu depuis peu, le deuxième jeu le plus vendu de l'histoire de l'industrie, avec des ventes excédant 154 millions d'exemplaires (Gilbert, 2018)

Les économies virtuelles

Une analyse de l'aspect économique des jeux vidéo ne serait que partielle si elle n'évoque pas le phénomène d'économie virtuelle qui se développe autour de plusieurs jeux, notamment ceux de types MMORPG. Puisque ces jeux se caractérisent par la présence d'une multitude de joueurs s'affrontant et/ou collaborant les uns avec les autres, la plupart d'entre eux ont développé des formes de marché virtuel permettant l'échange entre les

joueurs de différents items et caractères qu'il est possible d'accumuler, ou bien leur achat directement auprès de l'entreprise. Ces objets et caractères sont extrêmement valorisés par les joueurs, car ils permettent non seulement d'augmenter la capacité de survie et les performances du joueur, mais également d'accroître sa notoriété (Kwon et al., 2017). Du fait du vieillissement de la population de joueurs, ces marchés virtuels ont pris une importance considérable, puisque pour ces joueurs plus âgés, le temps est une denrée plus rare et plus valorisée que l'argent (Trémel, 2011). Ceux-ci sont d'ailleurs extrêmement lucratifs, comme le démontre le fait que le montant des achats de biens virtuels dans les jeux vidéo s'est élevé à presque 15 milliards de dollars US au cours de l'année 2012 (Marchand et Hennig-Thurau, 2013; Moody, 2014). L'impact de cette économie virtuelle sur le succès des MMORPG est considérable, et la plupart d'entre eux engagent d'ailleurs des économistes afin d'en tirer parti au maximum. (Kwon et al., 2017). Toutefois, à l'insu (originellement) et à l'encontre de la volonté de la plupart des entreprises concernées, un phénomène parallèle nommé "*gold farming*" s'est développé sur ces marchés virtuels, phénomène qui consiste à échanger des objets ou de l'argent virtuel contre de l'argent réel, et constitue une sorte de marché noir virtuel (Kwon et al., 2017; Simon, 2016). Une véritable industrie s'est formée autour de cette activité, principalement en Chine, et de nombreuses entreprises¹⁷¹ engagent des personnes¹⁷² afin qu'elles jouent à un jeu dans le but d'accumuler de l'argent virtuel, de créer/obtenir des objets rares et/ou de développer des personnages puissants qui seront par la suite vendus (Escribano, 2012). Le "*gold farming*" est extrêmement controversé au sein des communautés de joueurs, car pour plusieurs d'entre eux, obtenir des items autrement que par un investissement en temps et par la maîtrise de certaines aptitudes de jeu, relèvent rien de moins que de la tricherie, et est donc antinomique à l'esprit de "*fairplay*" (Evans, 2016). Encore une fois, on peut voir dans cette pratique une autre preuve frappante de l'estompement et de l'enchevêtrement dramatique survenue entre le travail et le loisir, ainsi qu'entre la consommation et la production, dans le biocapitalisme.

¹⁷¹ Il semblerait également que certains centres de détention chinois forceraient les prisonniers à se livrer à ces activités (Trémel, 2011).

¹⁷² Notons que comme dans tout type d'emploi dans le système capitaliste, ces emplois sont menacés par l'automatisation, puisque de nombreuses entreprises de "*gold farming*" préfèrent, afin de diminuer les coûts, remplacer les employés par des programmes d'intelligence artificielle pouvant jouer au jeu sans interaction humaine (ce qui est appelé des bots dans le jargon informatique) (Kwon et al., 2017).

Les impacts écologiques

L'industrie des jeux vidéo, bien que souvent présentée comme l'industrie immatérielle par excellence, est loin d'avoir une empreinte écologique négligeable. Tout d'abord, l'acte même de jouer à des jeux vidéo demande une importante consommation d'énergie, d'autant plus si le jeu nécessite une connexion Internet. À titre d'exemple, il a été calculé que le maintien d'un avatar dans le jeu¹⁷³ en ligne Second Life demande 1752 kilowattheures par année (ce qui correspond sensiblement à la consommation moyenne d'un brésilien), et engendre l'émission de 1,17 tonne de CO2 annuellement (ce qui est la somme produite par la conduite d'un VUS pendant 3700 kilomètres) (Carr, 2008). Chiffres d'autant plus inquiétants que le nombre d'utilisateurs actifs est de plus de 600 000, et que certains de ces utilisateurs ont plus d'un avatar à leur actif (Lee, 2017). De plus, comme l'expliquent Maxwell et Miller (2012), cette industrie est non seulement dépendante de l'extraction intensive de nombreux minéraux rares¹⁷⁴, mais produit également une quantité non négligeable des déchets qui sont extrêmement toxiques et difficilement recyclables. Cette situation fait dire à ces auteurs que:

The presumption that electronic games and related media deliver a cleaner, post-industrial capitalism has been continually reinforced by the 'virtual nature of much of the industry's content,' which 'tends to obscure their responsibility for a vast proliferation of hardware, all with high levels of built-in obsolescence and decreasing levels of efficiency' [...] which [considering their rapid obsolescence,] are transformed overnight into junk (Maxwell et Miller, 2012: 184).

Comme la citation ci-dessus l'indique, les impacts environnementaux pernicieux créés par l'industrie des jeux vidéo sont amplifiés par l'importance et la prépondérance des nombreuses pratiques d'obsolescence programmée. Ces pratiques sont d'ailleurs tellement présentes dans cette industrie, que Ruggil et McAllister (2011) affirment qu'outre l'industrie de la mode, l'industrie des jeux vidéo est celle qui a le plus apprivoisé les

¹⁷³ On se doit de mentionner qu'il existe un certain débat quant à savoir s'il faut catégoriser Second Life comme un jeu vidéo, un réseau social, une plateforme ou un monde virtuel. Toutefois, dans le cadre de ce travail, ce débat s'avère futile considérant que les fortes similitudes en termes de graphiques et de contrôles que Second Life partage avec les jeux de type MMORPG laissent présager que ceux-ci sont tout aussi énergivores.

¹⁷⁴ Comme pour pratiquement tout appareil électronique, les appareils permettant de jouer à des jeux vidéo (écran, console, ordinateur, etc.) contiennent une importante quantité de palladium, d'or, d'argent, de cuivre, de cobalt, de coltan et d'aluminium.

stratégies d'obsolescence programmée¹⁷⁵. Effectivement, chaque nouvelle console offre une qualité sonore et visuelle grandement améliorée, ainsi que des possibilités et des fonctionnalités inédites. Ce qui se traduit, du moins théoriquement, en une expérience et une immersion de qualité supérieure, entraînant donc une perte d'intérêt des consommateurs envers les consoles et les jeux précédents (Molesworth et Watkins, 2016). Perte d'intérêt qui est en plus grandement encouragée par les départements marketing des compagnies de l'industrie, car ceux-ci vont, lors de leurs campagnes publicitaires, continuellement vanter l'aspect révolutionnaire des différentes nouveautés (Therrien et Picard, 2016). Ces pratiques d'obsolescence programmée sont quasiment essentielles à la survie de l'industrie, car elles lui permettent de rester innovatrice et de stimuler des marchés stagnants (Nichols, 2014). Notons, en terminant, que les impacts écologiques de l'industrie des jeux vidéo sont en grande partie omis dans la plupart des travaux portant sur cette industrie. Ce qui tend à confirmer la thèse de Chertkovskaya et Loacker (2016), selon laquelle le fétichisme de la marchandise contemporain ne consiste plus principalement à obscurcir le travail et les différentes relations sociales qui ont permis de mener à la création d'une marchandise, mais plutôt à voiler les ressources naturelles utilisées dans sa création, ainsi que les dégâts environnementaux engendrés.

6.4 Impacts cognitifs

Un autre type d'impact a fait en revanche l'objet d'une attention soutenue de la part des chercheurs : l'effet des jeux vidéo sur les différentes capacités humaines. Bien qu'une recension exhaustive de ces différentes recherches soit au-delà des objectifs de ce travail, une analyse de cette industrie ne serait complète sans au moins un survol des principaux résultats de ces recherches. Avant de débiter, précisons toutefois qu'un grand nombre des recherches portant sur ce sujet souffrent de la lacune majeure de n'avoir qu'un échantillon constitué de personnes n'ayant pas atteint l'âge adulte (Yee, 2006). Les résultats obtenus par ces recherches sont donc difficilement généralisables à l'ensemble de la population.

¹⁷⁵ D'ailleurs, cet effet d'obsolescence ne va qu'en s'accroissant, car la durée de vie d'une console ne cesse de diminuer, et est maintenant estimé à 4 ou 5 ans, alors qu'au début du siècle, elle était d'environ 6 ans (Zackariasson et Wilson, 2010).

La psychologie évolutionnaire s'efforce depuis longtemps d'étudier les impacts du jeu sur le développement psychologique et intellectuel des enfants. En se basant sur les travaux de Piaget et de Vygotsky, le constat général qui en ressort est que puisqu'ils permettent l'expérimentation dans un contexte où les conséquences de l'échec sont pratiquement nulles, les jeux sont un outil pratiquement indispensable pour le développement cognitif d'enfants (Garnic et al., 2014). Ces conclusions semblent également valides pour les jeux vidéo, puisque plusieurs études ont démontré que les joueurs de jeu vidéo (plus spécifiquement ceux qui jouent au jeu de type action) sont plus performants que la moyenne en ce qui concerne la rapidité à rejeter les informations non pertinentes, l'allocation efficiente des ressources attentionnelles, la créativité, la capacité à résoudre des problèmes complexes¹⁷⁶ et les habiletés spatio-temporelles¹⁷⁷ (Adachi et Willoughby, 2013; Bavelier et al., 2012; Green et Bavelier, 2012; Jackson et al., 2012). Comme le mentionnent Jackson et Games (2015), le développement de ces habiletés peut se révéler être d'une importance considérable pour le succès professionnel, académique, voire social d'un individu, car celles-ci sont fortement corrélées avec la compréhension et la maîtrise des sciences, des mathématiques, de l'ingénierie et des technologies. Il n'est donc guère surprenant qu'un nombre sans cesse croissant d'écoles instaure des programmes pédagogiques comprenant l'utilisation de diverses formes de jeux vidéo (Nichols, 2014). De plus, un autre effet cognitif des jeux vidéo serait la propension accrue des joueurs à acquérir une théorie incrémentale de l'intelligence, plutôt qu'une théorie entité de celle-ci. Alors que les personnes ayant développé une théorie entité de l'intelligence croient que l'intelligence est une capacité innée, et qu'il est donc inutile de tenter de l'améliorer, les personnes ayant développé une théorie incrémentale de l'intelligence croient, au contraire, que l'intelligence est quelque chose de malléable et de perfectible, et sont donc beaucoup plus enclines à fournir des efforts afin de l'améliorer (Dweck et Molde, 2015).

¹⁷⁶ Il est à noter que le développement de cette capacité semble seulement se produire chez les joueurs fréquents de jeux de type Stratégie.

¹⁷⁷ En ce qui concerne le développement des habiletés spatio-temporelles, une méta-analyse d'Uttal et al., (2013) affirme que les améliorations encourues à ce niveau par les joueurs de jeu vidéo de tir, sont comparables à celles d'élèves ayant suivi un cours universitaire visant spécifiquement à améliorer ces habiletés. Ces résultats sont d'autant plus impressionnants qu'ils sont obtenus dans un très court laps de temps et qu'ils se maintiennent à long terme.

Pour ce qui est des effets sociaux des jeux vidéo, contrairement aux stéréotypes véhiculés, les joueurs assidus semblent, comparativement à la moyenne de la population, avoir une plus grande facilité à socialiser, être plus enclins à adopter des comportements pro-sociaux (comme aider les autres par exemple), et à être plus portés sur l'engagement civique (Ferguson et Garza, 2011; Ewoldsen et al., 2012; Gentile et al., 2009; Granic et al., 2014; Lenhardt et al., 2008). Ce développement s'explique probablement par le fait que les jeux vidéo contemporains ne sont plus une activité solitaire, comme c'était le cas il y a quelques années, mais une activité nécessitant l'insertion dans un réseau social virtuel ainsi que le maintien de relations de coopérations avec les autres joueurs. On peut citer à cet effet l'exemple de World of Warcraft, un jeu de type MMORPG dans lequel plus de 12 millions de joueurs réguliers s'affrontent certes, mais doivent également communiquer entre eux et collaborer afin de réussir des missions. Ce qui nous éloigne considérablement du stéréotype du "nerd" passant son temps avachi dans un sous-sol et incapable d'entretenir des relations sociales normales (Granic et al., 2014). Les effets des jeux vidéo sur le développement émotionnel ont également été grandement étudiés. Par exemple, certaines recherches (McGonigal, 2011; Russoniello et al., 2009; Ryan et al., 2006), démontrent que le fait de jouer à un jeu vidéo est positivement corrélé avec la bonne humeur, la réduction de l'anxiété et l'accentuation générale des émotions positives tandis que d'autres (Aldao et al., 2010; Gross et John, 2003; Jackson et Games, 2015) affirment que les jeux vidéo semblent encourager le développement de la capacité à réguler et moduler des émotions négatives. En d'autres termes, les joueurs assidus de jeux vidéo auraient plus de facilité à traiter et à passer au travers des émotions négatives telles que l'anxiété, la frustration, la colère et la tristesse. Deux raisons principales permettent d'expliquer ce phénomène. Tout d'abord, puisque la plupart des jeux vidéo confrontent les joueurs à l'échec, celui-ci en vient à être considéré comme normal, et n'est plus vécu aussi tragiquement. Par ailleurs, les joueurs qui se laissent guider par leurs émotions négatives suite à des échecs vont avoir tendance à obtenir moins de succès que ceux qui sont en mesure de passer rapidement à d'autres émotions, voire de les canaliser vers des actions positives. Puisque par leur nature même, la quasi-totalité des jeux encourage la compétition, les joueurs vont donc en venir à adopter les comportements qui sont les plus

propices au succès, en l'occurrence la stabilité émotionnelle. Jackson et Games expliquent que:

adaptive regulation strategies seem to be rewarded in gaming contexts because they are concretely and clearly linked to goal achievement. For example, reappraisal, a cognitive habit involving reevaluations of a situation or one's ability to cope with it, is a well-established emotion-regulation strategy (Gross & John, 2003) that appears to be fundamental to many video games. Games continuously provide novel challenges, demanding players to shift from already established appraisals to new ones in order to most efficiently achieve their goals. Thus, game playing may promote the ability to flexibly and efficiently reappraise emotional experiences, teaching players the benefits of dealing with frustration and anxiety in adaptive ways because less adaptive strategies, such as anger and rumination (Aldao et al., 2010), are less likely to be rewarded because they impede players from reacting quickly and flexibly to constantly changing and often frustrating challenges (Jackson et Games, 2015: 25).

Finalement, en ce qui concerne la créativité ainsi que le développement de l'esprit critique, plusieurs recherches démontrent ou formulent l'hypothèse que les jeux en favorisent le développement (Bowman et al., 2015; Granic et al., 2014; Jackson et al., 2012; Jackson et Games, 2015; Ohmae, 1995). Ces diverses recherches suggèrent que les jeux vidéo, dans la mesure où ils permettent une interactivité que l'on ne retrouve pas dans les médias traditionnels plus linéaires tels que la télévision, incitent les joueurs à être plus réfractaires vis-à-vis de l'autorité et à rechercher des solutions hors des sentiers battus. À ce sujet, Ohmae, postule que:

That experience has given them [les joueurs de jeux vidéo] the opportunity, not readily available elsewhere [...] to play different roles at different times, of asking the what-if questions they could never ask before [...] Perhaps more important, Nintendo kids have learned, through their games, to revisit the basic rules of their world and even to reprogram them if necessary. The message [...] is that one can take active control of one's situation and change one's fate. No need to submit passively to authority (Ohmae, 1995: 161-162. Cité dans Kline et al., 2003: 15).

À l'instar de Kline et al. (2003), on peut toutefois se questionner sur la justesse de ce type d'énoncé. Quoique le choix d'un corridor ou d'une arme dans un jeu vidéo puisse être très absorbant et amusant, il ne permet en aucune façon de développer l'esprit critique et le processus décisionnel que demandent de tels changements sociaux. D'ailleurs, une étude de Chung (2013) sur le sujet démontre que les joueurs de jeux vidéo ne sont ni plus créatifs

ni plus critiques que les non-joueurs, et le sont passablement moins que les joueurs de jeux de rôles sur table.

Enfin, on se doit d'évoquer les études qui ont tenté de démontrer que les jeux vidéo favorisent le développement de pathologies sociales et psychologiques. La critique la plus récurrente à ce sujet concerne la corrélation entre le fait de jouer à des jeux vidéo violents et l'agressivité d'une personne. Les différents travaux qui explorent cette relation mobilisent habituellement la théorie de l'apprentissage social, afin de démontrer que les joueurs assidus de jeux vidéo tendent à reproduire dans leur vie sociale hors-ligne les comportements violents qui sont valorisés et encouragés dans les jeux vidéo (Rueff, 2011). Les études sur le sujet risquent de se multiplier dans le futur. Le responsable du massacre de Sandy Hook étant un ardent adepte de jeux vidéo violents, le gouvernement américain a alloué 10 millions de dollars US afin d'étudier le lien entre jeux vidéo et violence. Il faut toutefois noter que cette corrélation est loin d'être admise par l'ensemble de la communauté scientifique. Nombre de chercheurs ne se contentent pas simplement de la remettre en question, mais affirment, au contraire, que les jeux vidéo peuvent servir d'exutoire pour les individus violents, ce qui réduit les risques d'un passage à l'acte dans le monde réel (Calvert et Tan, 1994; Marchand et Hennig-Thurau, 2013). Certaines recherches se sont quant à elles penchées sur la question de la dépendance qu'engendrent les jeux vidéo (Donati et al., 2015; Skoric et al., 2009; Yee, 2001). Les conclusions générales sont que bien que les jeux vidéo (surtout ceux qui se jouent en ligne) possèdent certaines propriétés favorisant des comportement addictifs (cycle infini de récompenses à obtenir, l'immersivité et l'infinitude des univers fictifs qu'ils proposent, présence d'une communauté de joueurs, etc.), un individu doit présenter certains facteurs subjectifs afin que cette dépendance se développe (faible estime de soi, image dépréciée de son corps, impression d'inutilité générale, difficulté à créer et à entretenir des relations sociales, locus de contrôle externe et fatalité, propension à jouer à de nombreux genres de jeux différents, etc.) (Rueff, 2011).

6.5 Conclusion

Le présent chapitre a permis de présenter le développement historique de l'industrie des jeux vidéo, ainsi que sa structure économique. Ceci nous a permis de découvrir que depuis leur invention, les jeux vidéo ont été principalement disponibles sur trois plateformes distinctes (bien que l'une d'entre elles, l'arcade, ait pratiquement disparu) et que cette industrie a subi nombre de transformations depuis ses débuts. De plus, nous avons également été en mesure d'identifier les principaux modèles d'affaires de cette industrie ainsi que les acteurs qui la forment et les liens qu'ils entretiennent. Ce faisant, nous avons été en mesure d'exposer le cadre institutionnel et économique permettant la création de la "commodité idéale" du biocapitalisme. Plus important encore, ce chapitre a permis de décrire comment la prosomation a été historiquement intégrée dans l'industrie des jeux vidéo, de comprendre l'importance qu'ont les moddeurs pour les jeux vidéo sur ordinateur, ainsi que de définir leurs relations, qui deviennent de plus en plus étroites (pour ne pas dire symbiotiques (Kretzschmar et Stanfill, 2018)), avec certains des acteurs de l'industrie. Ce chapitre nous a ainsi permis de comprendre l'environnement dans lequel évoluent les moddeurs, et nous pouvons maintenant pénétrer dans la résidence cachée ("*hidden abode*") de la prosomation afin d'étudier de manière empirique de quelles manières leur consentement est obtenu sur la plateforme Steam Workshop.

Partie V: Présentation des résultats et discussion

Chapitre 7- Comment devient-on moddeur

consumption as work may be defined as that which translates the object from an alienable condition, that is, from being a symbol of estrangement and price value, to being an artefact invested with particular inseparable connotations (Miller, 1987: 190)

Nous avons donc entamé notre enquête en cherchant à repérer les stratégies développées par CA et Valve pour obtenir le consentement des moddeurs, en faisant l'hypothèse que ces stratégies reposent dans une large mesure sur des formes de reconnaissance idéologique. Toutefois, peu de temps après le début de notre netnographie, nous en sommes venus au constat que notre étude souffrait d'une lacune majeure, dans la mesure où elle ne permettait pas d'expliquer pour quelles raisons les moddeurs se lancent initialement dans la réalisation de cette activité extrêmement exigeante. Il semble effectivement peu probable qu'une personne se mette du jour au lendemain à consacrer des heures à programmer des mods, dans le seul objectif de voir son travail reconnu par les joueurs et les compagnies associés au jeu. La quête de la reconnaissance pouvant être aisément comblée via des activités beaucoup moins ardues en termes de temps, d'efforts et d'apprentissage. Alors que l'étude de Burawoy ne nécessitait pas que soit expliquée la raison incitant les travailleurs à s'engager initialement dans la relation salariale (car c'est une évidence même qu'ils le font afin d'être rémunérés), il en va tout autrement pour la nôtre, car aucun moddeur n'est contraint au départ à s'adonner à cette activité. Celle-ci constitue une forme typique de "free labor". Cette réflexion nous a donc conduits à formuler une nouvelle sous-question de recherche, que nous n'avions pas initialement anticipée. Celle-ci étant :

Quelles sont les raisons qui poussent une personne à se lancer dans des activités de moddage?

Bien que de prime abord, nous pensions que les raisons de cet engagement étaient multiples, nous avons constaté, au cours de notre netnographie, que pour la quasi-totalité des moddeurs, leurs premières contributions ont principalement pour but de personnaliser

et de singulariser le jeu. Dans le cas de la communauté de moddeurs se regroupant autour des jeux de la série Total War: Warhammer ce travail de singularisation du produit prend essentiellement trois formes, qui ne sont pas mutuellement exclusives.

7.1 Reproduire fidèlement l'univers Warhammer

Le premier motif de création d'un mod est de rendre le jeu vidéo plus conforme au jeu de table dont il est inspiré. Il faut savoir que ce jeu de table, du fait de sa longévité et de sa popularité, offre la possibilité de sélectionner un vaste nombre d'armées différentes. Chacune de ces armées se différenciant soit au niveau de la race (homme, elfe, orques, nains, ogres, etc.), au niveau de l'idéologie et/ou de la géographie (par exemple, il y a trois armées d'elfes distinctes, chacune d'entre elles, bien que partageant sensiblement le même panthéon de dieux, ayant des cultures, tactiques militaires et niveaux technologiques différents). Pour la huitième et dernière édition de Warhammer Fantasy Battle¹⁷⁸, on recensait pas moins de quinze armées différentes, chacune d'entre elles comportant des dizaines d'unités distinctes. À ce chiffre, il faut également rajouter les nombreuses sous-factions existantes, les armées ayant été discontinuées au travers des éditions (mais qui possèdent encore de nombreux joueurs dévoués), et les armées ou unités qui bien que décrites dans les centaines de livres relatant l'historique de ce monde fictif n'ont jamais été produites sous forme de figurines. L'ampleur du monde de Warhammer est telle que le reproduire intégralement était une mission impossible pour Creative Assembly (CA): le studio de développement réalisant les jeux de la série TW: W. Le premier jeu de la série se contenta donc que d'inclure quatre différentes armées jouables (certaines autres armées étaient présentes dans le jeu, mais uniquement sous contrôle de l'ordinateur), quoique certaines autres furent par la suite disponibles sous forme de téléchargements payants ou gratuits. Or, les consommateurs de Warhammer ayant un attachement quasiment religieux envers leurs armées de prédilection (Cova et Paraque, 2010), il devenait impératif pour plusieurs d'entre eux de créer des mods

¹⁷⁸ Au cours de l'été 2015, Games Workshop, l'entreprise qui possédait et développait Warhammer Fantasy Battle depuis le tout début, a décidé de le discontinuer et de le remplacer par Warhammer : Age of Sigmar. Bien que les deux jeux possèdent une vague similitude au niveau de l'histoire ainsi que de la trame narrative, et que des règles officielles (quoique très sommaires) ont été publiées pour toutes les armées qui existaient déjà (bien que Games Workshop a cessé la production de certaines de ces armées), la divergence entre ces deux jeux est telle, qu'elle a créé un schisme au sein de la communauté de joueurs.

permettant de les représenter visuellement et de pouvoir les utiliser dans le jeu vidéo¹⁷⁹. Par exemple, l'une des personnes que nous avons interviewées nous a affirmé avoir commencé à modder afin de pouvoir introduire la race des "Nains du chaos" dans le jeu. Cette race est depuis longtemps pratiquement abandonnée par Games Workshop, et il est donc quasiment certain qu'elle ne sera jamais introduite officiellement dans le jeu.

Originally I was inspired by another modder who had made a few Ogre Kingdoms units, and I wanted to do something similar on a larger scale [...] I choose to make a Chaos Dwarfs mod for a few reasons. First, I needed a faction that I could make within the restraints of the TWWH modding system. Second, I used to own an army of them back when they were an official army. Always thought that they were one of the coolest, if not the coolest, army in the game, not only because of the models, but also because of their fluff. And third they had a lot of interesting mechanics that I thought could be interesting in TWWH. [...] I like taking the little tidbits of lore or units that weren't included and putting them into the game. And once I did the mod for myself, it was only natural to share it with the other players " (R1).

Cette façon de personnaliser le jeu de manière à le rendre plus conforme au jeu de table peut consister aussi à créer des mods permettant de rejouer certains des événements "historiques" les plus importants de cet univers fictif qu'est Warhammer. L'un des mods les plus populaires pour le deuxième jeu de la série permet justement de recréer l'une des batailles centrales de l'univers, soit la "Guerre de la barbe". La description qu'en propose l'auteur montre l'importance qui a été accordée à la validité historique dans sa création.

This mod is a huge campaign overhaul for WH2 Mortal Empires, which recreates the warhammer world in the time of the so called "War of the Beard" or "War of Vengeance" - the "World War" between Dwarfs and High Elves 4500 years before the start of the vanilla campaign. [...] Long before Karl Franz's coronation as Emperor, and before even the time of Sigmar, two mighty empires held the Old World in their grip. It is the age of the Elven realm of Ulthuan, and the Dwarfen Karaz Ankor. Long have the two races dwelt together in peace and friendship, the Elves in their coastal colonies, and the Dwarfs in the mountains. But now, storm clouds gather over Elthin Arvan. Mistrust and pride have driven a wedge between the Asur and Dawi peoples, as the schemes of an iron-clad tyrant fan the flames of war, culminating in insults that neither realm can forgive. The golden age of peace has come to an end. War is coming and blood will flow, in a conflict that will change the face of the Old World forever (M1).

¹⁷⁹ Il est intéressant de noter que quoique plusieurs des moddeurs ayant débuté de cette façon connaissaient déjà très bien l'univers de Warhammer préalablement à la sortie du jeu vidéo, certains d'entre eux n'ont commencé qu'à s'y intéresser suite à leurs expériences avec celui-ci. Malgré que la durée de leur attachement était moindre, ces moddeurs semblaient tout de même accorder autant d'importance au respect des canons de l'univers que les autres.

Finalement, ce besoin de rendre le jeu plus conforme à l'original s'exprime parfois également par la correction ou l'amélioration de certains éléments déjà présents dans le jeu. Par exemple, un autre des mods les plus populaires permet de rendre les bâtiments associés à la faction des "Kislévites", une armée mineure inspirée de la Russie et de la Pologne médiévales, plus conformes à l'architecture généralement associée à ces sociétés. Dans la version officielle du jeu, les bâtiments de cette faction sont exactement les mêmes que ceux de l'"Empire", qui est une faction beaucoup plus importante et dont l'esthétisme est directement inspiré du Saint Empire romain germanique. Ce qui créa évidemment un fort mécontentement chez plusieurs joueurs, et conduisit un groupe de moddeurs à rectifier eux-mêmes la situation.

Tout comme il est possible d'interpréter l'histoire humaine de différentes façons, diverses interprétations concernant ce qui est acceptable et inacceptable dans l'univers de Warhammer existent (les termes utilisés sont respectivement "*lore friendly*" et "*lore unfriendly*"), ce qui crée de vifs débats au sein de la communauté de moddeurs. Le débat le plus virulent à ce sujet tourne autour de deux des mods les plus populaires, que nous nommerons XXX et XXY. Alors que le premier mod adopte une approche beaucoup plus restrictive en ce qui concerne la création de nouvelles unités, le second tend à ratisser beaucoup plus large, ce qui l'expose aux critiques des nombreux "*fluff heads*", terme utilisé dans la communauté pour désigner les personnes qui accordent une importance quasi-religieuse aux différents textes officiels de l'univers Warhammer. Un fil de discussion complet est d'ailleurs entièrement consacré à ce débat dans le forum officiel du jeu. Plusieurs des intervenants attaquent férocement l'auteur principal du second de ces mods, l'accusant de travestir et de dénaturer l'univers Warhammer. Ces critiques peuvent être relativement polies. "*I much preferred [XXX] because they preserve the feel of each faction, or at least tried their best to. I've also felt they worked to keep the campaigns well balanced even with all the changes they introduced, which is quite impressive for a mod. [XXY] just goes all out, ignores faction lore to add as many units as humanly possible*" (II). Mais en règle générale, considérant les passions qui sont associées à ce jeu, elles sont exprimées de manière beaucoup plus vulgaires. "[XXY] is

trash. Generally the new [XXX] units fit in with the faction and the direction they want to take them and are simply fun to use. [XXY] is just dumb with its units and eliminates faction diversity. Hammerers with Shields are a thing for example, along with Black Orc Arrer Boys. Just no" (I2).

Loin de rester passif face à ces critiques, l'auteur principal du mod XXY y répond, non pas en défendant son droit à la liberté de création, mais en accusant ses critiques d'avoir une vision beaucoup trop restreinte de ce qu'est l'univers de Warhammer. Par exemple, face à un intervenant qui lui reprochait de contrevenir au "lore", car son mod contenait une unité de squelette archer dans l'armée des "Comtes Vampires" (unité qui n'existait pas dans la dernière édition du jeu de table), celui-ci répond de manière cinglante que ce type d'unité ne contrevient pas au "lore", car elle a déjà existé par le passé. *"Get some intel. archers for VC are perfectly lore friendly [...] They were part of older editions and books and Total War Warhammer is based on all editions and books, not only latest TT, same as my work. Next time less arrogant and get some knowledge about lore before claiming something what is very far from truth" (M2).* Il rajoute dans un post subséquent que l'erreur que ses critiques font trop souvent est de limiter l'univers de Warhammer aux seules figurines qui existent pour le jeu de table, alors qu'il existe un important nombre de livres décrivant bien d'autres aspects de cet univers. *"TT != lore. I am perfectly fine with my mod being TT unfriendly (same as is WH1 and WH2), but i stand behind its perfectly lore friendly. Me and my team is doing deep research into the oldest books, wh wiki and tons of other informations about Warhammer universe. Its world so rich that there can be tons of additions done. And our work stays perfectly in the wh lore" (M2).* Sa position est également défendue par plusieurs autres intervenants, comme celui-ci, particulièrement éloquent :

what you are shown is onle a small part of what is actually there, in those respective settings, that's why you get to see units in the illustrations that have no minis and that aren't even mentioned in the lore (like the mammoth sized rats , which by the way are not the giant sized moles the skaven use to dig tunnels) or you get units mentioned in the lore that are nothing more than a name or a brief description, or those huge converted armies we got in the white dwarf magazine with their own rules and what not. Lore unfriendly in the case of warhammer it's

*simply what explicitly opposes the established lore, not what it doesn't appear on it, period. And even that is debatable for time space alterations and all kinds of weird **** happens thanks to the influence of the chaos winds and the whim of games workshop writers (13).*

7.2 Corriger et améliorer le jeu

Le deuxième motif d'intervention initial des moddeurs sur Total War: Warhammer est l'amélioration, l'ajout ou la correction de certaines règles ou fonctionnalités du jeu en vue de prendre davantage de plaisir à y jouer. Bien qu'il existe un certain débat sur le sujet, la plupart des joueurs conviennent de classer Total War : Warhammer comme un jeu de type 4X. Cette catégorisation désigne des jeux complexes reposant sur quatre dimensions distinctes : l'exploration du monde virtuel, l'expansion de la faction du joueur, l'exploitation des ressources du monde virtuel et l'extermination des autres factions. Du fait de leur complexité et de leur caractère multidimensionnel, ces jeux tendent à souffrir à la fois d'un problème de balancement¹⁸⁰ et d'un nombre élevés de bogues comparativement aux jeux plus simples. De même, puisqu'ils comportent un nombre important de dimensions différentes, l'importance relative qui est accordée à chacune des dimensions peut être une source de frustration pour certains joueurs. Par exemple, un joueur qui préfère la dimension exploration pourra trouver que celle-ci est trop négligée comparativement à la dimension extermination. La création de mods est souvent entreprise afin de résorber ces problèmes et ces sources de frustration, permettant ainsi d'obtenir une expérience de jeu plus en phase avec les souhaits de la personne.

Les principaux mods à ranger dans cette catégorie sont ceux qui permettent par exemple de changer les différentes prises de vue, d'accélérer ou ralentir la production de nouvelles unités, la récolte de ressources et/ou le déroulement des batailles, de re-balancer la force des différentes factions et/ou unités, ainsi que de faciliter la visualisation de certaines informations (par exemple en agrandissant la barre d'énergie des unités, ou en rendant les

¹⁸⁰ Dans l'industrie des jeux vidéo, le terme balance ou balancement fait référence à l'équilibre qui existe à la fois entre les factions/caractères d'un jeu, mais également au sein même des factions d'un jeu (par exemple, si au sein de la faction X, l'unité A est beaucoup plus puissante que l'unité B, et qu'elles coûtent toutes deux la même quantité de ressources, on qualifiera le jeu de déséquilibré).

graphiques représentant les unités plus imposants). L'un des moddeurs que nous avons interviewés dans le cadre de cette étude est l'un des plus connus et des plus prolifiques de la communauté TW: W, et son parcours de moddeur a débuté justement de cette façon.

I never heard or knew anything about modding before and i simply palyed original game and wanted to change things i didnt liked, like for example some units that were too strong or not strong enough. At first it was very simple things, but i always wanted to change and to add more things, in order to make the game more fun for me. So i started to dig more and more, deeper and deeper. Firstly, i did stuff just for myself, never thought about publishing anything to anyone. But after a while, since mods were already made, i decided to publish them, and a lot of people seems to like the changes I made (R2).

Ce motif est en fait celui qui a été le plus souvent donné par les moddeurs interviewés pour expliquer pourquoi ils avaient commencé à réaliser cette activité. D'ailleurs, la grande majorité des mods créés sont à ranger dans cette catégorie. Bien que ceux-ci soient extrêmement nombreux, on notera qu'ils ne suscitent généralement pas autant de débats que les mods historiques. Ce qui s'explique par le fait que leurs créateurs et utilisateurs n'ont généralement pas une connaissance approfondie de l'univers Warhammer, à la différence de ceux qui créent et téléchargent les mods de type historique. Le seul critère utilisé afin de juger ce type de mod, est celui de l'expérience ludique, et ils ne voient aucun inconvénient à brader les canons de cet univers, si cela permet de rendre le jeu plus agréable.

7.3 Importer des éléments provenant d'un autre univers ou de son imagination

Finalement, le troisième type de contribution au jeu consiste à créer de nouvelles cartes, de nouvelles factions ou de nouvelles unités n'existant pas dans l'univers officiel du jeu. Contrairement à la première façon de personnaliser le jeu qui a été présentée, l'intention de ces moddeurs n'est pas de le rendre plus conforme à leur vision de l'univers Warhammer, mais d'ajouter certains éléments ne cadrant aucunement dans celui-ci ou faisant même partie d'un autre univers fictif. L'un des moddeurs interviewés nous affirmait par exemple que : "*The reason I started modding is because I wanted to recreate the Lord of the Rings and Game of Thrones universes [...] and wanted to bring them into*

the Total War setting" (R3). Alors que l'ajout d'unités totalement imaginaires ne cause aucun problème, si ce n'est qu'elles sont décriées par les membres de la communauté les plus dogmatiques, l'ajout d'éléments provenant d'autres univers est formellement interdit par le contrat de licence de l'utilisateur final (CLUF), que doivent accepter les moddeurs lorsqu'ils téléchargent le kit de création. Effectivement, celui-ci stipule formellement que :

Tout élément que vous incluez dans votre Mod doit être votre œuvre originale, créée par vous ou dont vous avez obtenu les autorisations nécessaires afin de l'utiliser. Vous êtes responsable du contenu de tout Mod que vous créez et publiez sur la Page de Modding, et vous garantes à SEGA qu'il ne contient [...] aucune ressemblance avec tiers identifiable, qu'il s'agisse d'une marque, un personnage ou une personnalité, incluant, mais non limité aux marques déposées, logos ou créations de tiers, sauf dans le cas où desdites créations vous ont été fournies par SEGA, car jugées nécessaires pour la création de Mod à utiliser avec le Produit [...] aucune création de tiers provenant d'autres jeux édités par SEGA et ses concédants ou par d'autres tiers (http://store.steampowered.com/eula/364360_eula_0)

Le guide mis à la disposition des créateurs de contenus par l'entreprise se montre encore plus explicite, car il y est indiqué qu'avant de rendre un mod disponible pour le téléchargement :

bear in mind that Total War: WARHAMMER contains IP owned by Games Workshop, and as a result you should consider the following when creating mods for this title [...] Please ensure your mod meets the requirements laid out in the EULA, especially with regard to the treatment of Games Workshop and Total War IP, and ensuring that no third party IP is present. Do not include or alter content in a way that is offensive or denigrating to the World of Warhammer Fantasy Battles. Please only include Warhammer Fantasy Battles content in your mods – other Games Workshop IP like Age of Sigmar or Warhammer 40,000 is separate and is often licensed to other companies, or used in other games (http://wiki.totalwar.com/w/Content_Creators).

Il faut savoir qu'à l'origine, le jeu Total War : Warhammer n'était pas censé proposer un kit de création de mods. Games Workshop (GW), l'entreprise qui possède les droits sur le jeu de table, a pour politique de défendre fortement ses différentes propriétés intellectuelles¹⁸¹ et craignait justement que les mods affaiblissent son contrôle sur celles-

¹⁸¹ D'ailleurs, l'entreprise fit l'objet de nombreuses critiques lorsqu'elle tenta d'imposer un droit d'usage sur le terme passablement générique de "*space marine*" (BBC, 2013).

ci. Plusieurs membres de la communauté soupçonnaient également que la réticence de GW et de CA s'expliquait par la crainte que les mods entraînent une diminution des revenus de la vente des différentes formes de contenus téléchargeables (qui sont nommés DLC) créées suite à la sortie du jeu. Par exemple, les nombreuses "extensions" introduisant de nouvelles armées risquent d'apparaître moins attrayantes s'il existe déjà des mods de qualité permettant de jouer avec ces armées. Ce n'est qu'à la suite de tractations entre les deux entreprises (CA et GW), quelques jours avant la sortie officielle du jeu, et sous la pression (pour ne pas dire face à la révolte) de nombreux joueurs mécontents, que CA est parvenu, à convaincre GW d'accepter l'inclusion des mods. Mais cette inclusion était conditionnelle à la mise en place de restrictions de contenus beaucoup plus sévères que celles retrouvées sur les autres jeux vidéo de l'entreprise. Toutefois, si l'on en croit nos répondants, ces interdictions formelles ne découragent pas certains moddeurs, puisqu'ils jugent qu'il est relativement facile de contrevenir à ces règlements, simplement en faisant de légères modifications au nom et à l'apparence des unités et personnages importés d'univers différents. Un des moddeurs interviewés nous assurait ainsi que : *"it's pretty easy to create some mods recreating other IP [...] While the tools that you have to work with when modding in TW are fairly limited, with a lot of improvisation and recycling you can pretty much make anything. You only have to make sure to make no direct reference to it, and change a few things, and they can't do shit about it"* (R3).

Cette affirmation est également confirmée par l'un des intervenants sur un site dédié à cette série de jeux, en évoquant ce désir de GW de restreindre les mods utilisant des IP provenant d'autres univers :

The trouble is, you can't stop it. For a start it is already here. Play Medieval Total War or Mount and Blade or Civ 5 and you can have a Warhammer or Game of Thrones total conversion. Games Workshop has apparently already completely failed to rid the Internet of warhammer content for other total war games, and to their credit I don't think they even attempted such. It should be enough for IP infringing mods to be taken off Steam Workshop, but expecting nobody to give Archaon a lightsabre or a Vader reskin is futile, because someone will do it anyway. You might as well ask nicely for people to not swear as you can to prevent IP crossovers in modding [...] Corporate plagiarism, ok you can act on that, but community mods are different. They happen.[...] Cross IP mods are so common

and largely they are ignored. It is not the devs who are infringing the IP but the fan cultural consensus, and fans can do what they like with their imaginations. You cannot separate cultural tropes by IP because in the minds of the end users they are already mixed. For example, if I want to envisage Sauron vs Archaon vs House Targaryen who are you to get in my way. It only becomes a problem if I try to sell it. People have been enjoying cross genre mods since modding began, and it doesn't hurt sales or tread on toes. Long may it continue (15).

Nos observations nous ont permis de constater la véracité de ces propos, puisqu'un mod, que l'on ne pourrait qualifier d'obscur (près de 35 000 téléchargements), permet d'introduire une nouvelle unité dont l'esthétisme et le style de jeu semblent tout droit sortis du jeu sur table ayant succédé à WHFB. Un grand nombre d'intervenants sur la page du mod le soulignent, et ce, bien que les conditions d'utilisation interdisent formellement ce genre de pratique. Selon plusieurs répondants, ces règles sont d'autant plus faciles à contourner que l'équipe de modération de Steam Workshop est généralement très lente à découvrir et à réagir à ce genre d'infraction¹⁸².

L'introduction dans le jeu, par la ruse, d'éléments ayant été formellement interdits par l'entreprise, démontre que les prosommateurs parviennent pratiquement toujours à contourner (au moins partiellement) ces obstacles, et qu'ils se font même souvent un devoir de le faire. On pourrait parler ici de pratiques de guérilla, au sens que donnait à ce terme Michel de Certeau (1990). Il désignait ainsi les façons dont les consommateurs, bien qu'obligés d'opérer selon les règles fixées par l'entreprise, vont toujours tenter de subvertir et détourner les objets de consommation de leurs fonctions originelles. Toutefois, cette forme de résistance, loin de correspondre à ce qui a été décrit comme l'aspect biopolitique du travail par les autonomistes, est davantage assimilable à une résistance "décaféinée"¹⁸³, c'est-à-dire une résistance qui n'affecte en aucune façon les structures de pouvoir capitalistes et qui ne permet donc pas de remettre en question son hégémonie (Contu, 2008). Sans compter sur le fait que ce genre de pratique est

¹⁸² Il faut toutefois noter qu'il existe tout de même certaines limites qui ne peuvent être franchies, car certaines des personnes interviewées nous ont affirmé avoir été directement confrontées ou avoir eu connaissance de cas où des moddeurs se sont fait bannir de Steam Workshop relativement à des questions de violation de droits d'auteur.

¹⁸³ Il est à noter que Contu reprend ce terme de Zizek qui l'utilise afin de caractériser les choses qui bien qu'ayant été dépouillées de leurs éléments potentiellement dangereux, conservent tout de même une similitude superficielle avec leur « archétype » (bière sans alcool, crème sans gras, cigarette sans tabac, etc.) (du Plessis, 2018).

relativement rare, car la plupart des moddeurs préfèrent créer des mods apportant des éléments provenant de l'univers de Warhammer, plutôt que d'aller puiser à l'extérieur de celui-ci, comme le souligne R1 : *"Most of the modders I talk to are more interested in creating WH stuff than any other IP"*.

7.4 Se désaliéner ?

Les trois manières de personnaliser le jeu dont il vient d'être question constituent donc les principaux motifs invoqués par les moddeurs afin d'expliquer pourquoi ils ont franchi le Rubicon et décidé de se lancer dans ce "passe-temps" extrêmement demandant. En première analyse, ce n'est donc pas la quête de reconnaissance qui semble avoir motivé ces moddeurs. Notre hypothèse serait plutôt que cette entrée en "modding" relève dans bien des cas d'une tentative de "désaliénation", ce qui nous ramène à l'un des concepts les plus controversés de la théorie marxiste, soit justement celui d'aliénation.

Marx n'est évidemment pas le premier à avoir utilisé cette notion. On la retrouve par exemple dans l'Ancien testament où elle est assimilée à l'idolâtrie et à la distance entre l'homme et Dieu, ainsi que dans le droit romain, dans lequel elle réfère au transfert volontaire d'un titre foncier. Elle est également présente, quoique sous des noms différents, dans les écrits de plusieurs des pères fondateurs de la sociologie tels que Weber et Durkheim (Seeman, 1959). C'est toutefois Marx qui lui a donné la définition la plus connue et la plus utilisée, du moins si on considère que ce phénomène est associé à la modernité capitaliste (Comor, 2010; 2011). La place qu'elle occupe dans son œuvre est cependant passablement controversée, car la définition qui en est faite par Marx varie sensiblement d'un texte à l'autre. En outre, bien qu'elle soit omniprésente dans ses écrits de jeunesse, la notion disparaît presque entièrement de l'œuvre de Marx à partir de la parution du *Capital*, ce qui conduira d'ailleurs Althusser à créer la distinction entre un mauvais et un bon Marx (Harvey, 2018).

Il est toutefois généralement accepté par les théoriciens marxistes que le terme d'aliénation permet de désigner quatre coupures ou séparations infligées aux individus du fait de leur insertion dans le système social et économique capitaliste, et que ces coupures endommagent leur subjectivité tout en les empêchant de vivre une existence pleinement humaine (Dyer-Whiteford, 2004; Fuchs, 2018a; Kruger et Johanssen, 2014; Musto, 2010; Rey, 2012). La première forme d'aliénation est la séparation entre l'Homme et le fruit de son travail. Selon Marx, qui s'inspire ici de Hegel, le travailleur infuse une partie de lui-même dans l'objet qu'il produit (Monsour, 2017). Or, le rapport salarial sur lequel repose le capitalisme suppose que ce travailleur soit dépossédé de ce qu'il produit, donc dépossédé d'une partie de lui-même (Miller, 1987). La seconde aliénation se joue dans le processus de production. D'une part, le travailleur n'est plus maître de ce processus et se voit prescrire les actions qu'il doit effectuer. Le travail en tant qu'activité n'est plus libre et n'appartient plus aux travailleurs, car se retrouve sous le joug de l'abstraction qu'est la valeur d'échange (Marion, 2014). D'autre part, le processus de production capitaliste est également le siège de l'aliénation entre le travailleur et les moyens de production¹⁸⁴. Comme Hegel l'a démontré, hors du système capitaliste, les moyens de production (les outils) sont pour le travailleur une valeur d'usage, car sont un médium lui permettant d'agir sur la nature. Dans le système capitaliste, la relation est cependant inversée, puisque ce n'est plus les moyens de production qui sont une valeur d'usage pour le travailleur, mais bien le travailleur qui devient une valeur d'usage pour les moyens de production (les machines) (Negri, 2017). Le travailleur se transforme ainsi en une médiation entre la machine et la nature et doit donc se soumettre à elle (Negri, 2017). La troisième aliénation provient de la séparation des humains les uns à l'égard des autres. Le capitalisme tend à polariser les sociétés humaines en classes antagonistes, chacune ne possédant qu'une humanité tronquée, ce qui rend le développement d'un esprit communautaire élargi pratiquement impossible (Fromm, 1965). Enfin, le dernier type d'aliénation identifié par Marx est la coupure entre l'Homme et sa nature même¹⁸⁵. Le capitalisme, en empêchant la plupart des individus de conceptualiser leur travail, de le contrôler et de s'exprimer de

¹⁸⁴ Quoique, si l'on se fie sur les autonomistes, cette aliénation est en train de s'estomper.

¹⁸⁵ Notons au passage que les trois premiers types d'aliénation peuvent être regroupés sous la notion d'aliénation économique, alors que cette dernière correspond plutôt à une aliénation de type subjective (Reveley, 2013). Cette dernière est beaucoup plus controversée, et tend à être reniée par une grande partie des personnes se réclamant de Marx, puisqu'elle implique une notion de nature humaine, que plusieurs jugent irréconciliables avec le matérialisme marxiste.

manière authentique à travers son accomplissement, les coupe de rien de moins que de leur nature humaine, puisque ceux-ci ne peuvent objectiver leur essence à travers celui-ci (Fisher, 2012). Aussi paradoxal que cela paraisse, cette aliénation serait plus profonde chez les capitalistes que chez les travailleurs, puisqu'ils ne sont aucunement impliqués dans l'acte même de production, ce qui les éloigne encore davantage de leur essence humaine (Comor, 2010). Cette coupure entre l'Homme et sa nature humaine est également définie par l'incapacité que celui-ci a, dans le capitalisme, d'exercer une influence coopérative, collective et consciente sur son évolution et son développement en tant qu'espèce (Dyer-Whiteford, 2004). Comme le souligne Marx dans les *Manuscrits de 1844*, l'Homme, contrairement aux autres espèces, est détenteur de ce que l'on pourrait nommer une plasticité historique et sociale, car il est en mesure de s'engager dans une transformation réflexive de son environnement écologique et social. Cette capacité ne fait que s'accroître théoriquement, comme en témoignent les développements actuels de la biotechnologie, qui ouvrent la porte à une altération artificielle et contrôlée de la génétique même de l'espèce (Dyer-Whiteford, 2010). Ce qui ne se réalise toutefois pas au niveau pratique, car dans le capitalisme, ce ne sont pas les individus qui prennent ces décisions collectivement, mais bien le capital qui transforme l'humain et son environnement selon sa propre logique impersonnelle.

Cet état d'aliénation a d'importantes conséquences négatives sur le plan psychologique et social. La littérature en identifie cinq principales (Kalekin-Fishman et Langman, 2015; Seeman, 1959). Le premier symptôme est un sentiment d'impuissance : le peu de contrôle qu'exerce l'individu aliéné sur ses activités laborieuses et son environnement en vient à contaminer sa vision du monde, son attitude devient strictement passive, contemplative et résignée face aux événements extérieurs. Cette pathologie sociale a été brillamment décrite par Lukacs en utilisant le terme de réification, état qu'il définit comme une propension à concevoir les constructions sociales humaines comme des lois divines, immuables et universelles (Rehmann, 2103). Ce sentiment d'impuissance tend créer un complexe d'insignifiance chez l'individu. Ce qui est la deuxième conséquence type de l'aliénation. Puisqu'elle se croit incapable de changer quoi que ce soit dans son

environnement externe, la personne aliénée va en venir à se questionner sur le sens même de sa vie et à sombrer dans un nihilisme destructeur. Ce sentiment d'insignifiance est également amplifié par l'augmentation constante de la rationalisation de l'environnement social. Cela crée des faits sociaux d'une telle complexité que leur interprétation est devenue pratiquement impossible pour la quasi-totalité des individus (Seeman, 1959). En troisième lieu, l'individu aliéné, puisqu'il entretient un sentiment d'ostracisation dans son travail, tend à s'isoler socialement et à perdre la capacité et l'envie de créer d'authentiques relations avec les autres. En quatrième lieu, l'aliénation conduit l'individu à se considérer lui-même comme un étranger ("*self estrangement*"), voire à entretenir un dégoût envers sa propre personne, car il se trouve incapable de réaliser le potentiel qu'il décèle en lui et qui lui aurait été possible d'atteindre dans des conditions sociales et économiques différentes. Seeman (1959) explique que cette atrophie subjective conduit également à ce que Riesman décrit comme l' "*other directedness*", c'est-à-dire une incapacité de déterminer par soi-même ce qui est agréable et valorisant, couplée à un conformisme et une insécurité malade. Finalement, le dernier effet qu'engendre l'aliénation chez ceux qui la subissent intensément correspond sensiblement à ce que Durkheim a nommé l'anomie, c'est-à-dire une dégradation des normes sociales régulant les conduites individuelles. Étant donné que l'individu aliéné se sent impuissant, insignifiant, isolé et qu'il se replie sur lui-même, la crédibilité qu'il accorde aux normes sociales est faible, et il n'hésitera donc pas à les enfreindre.

Lorsque l'on considère les lésions psychologiques et sociologiques engendrées par l'aliénation, toute action ou activité permettant de réduire son ampleur sera évidemment fortement valorisée et estimée par les individus. Pourvu que l'on admette que la création de mods soit une forme de travail, on peut aisément constater que cette pratique permet d'amoindrir plusieurs des formes d'aliénation décrites par Marx. Tout d'abord, en ce qui concerne l'aliénation entre le travailleur et le fruit de son travail, celle-ci se retrouve amoindrie, car les moddeurs conservent les droits d'utilisation ainsi qu'une partie des droits de propriété sur celui-ci. L'usage de l'expression "une partie" est ici d'une importance capitale, puisque les dispositions concernant la propriété et la licence se

retrouvant dans les conditions d'utilisation du kit de création de mods font usage d'un langage passablement byzantin à ce sujet. Celles-ci stipule que :

Vous reconnaissez n'avoir aucun droit à la propriété ou autre intérêt de propriété concernant le Produit et/ou tout Mod que vous créez, sauf ci-mentionné dans ce document. Tout Mod que vous créez vous appartiendra dans la mesure où il contient votre propre travail créatif original [...] En recevant les droits ci-dessus, vous octroyez à SEGA, ses affiliés et ses concédants les nécessaires consentements, les autorisations et une licence perpétuelle, sans droit d'auteur, internationale, sous-licenciable et irrévocable afin d'utiliser, reproduire, modifier, adapter, afficher, distribuer ou encore exploiter tout Mod téléchargé sur la Page de Modding, selon le bon vouloir de SEGA et de ses concédants concernant l'utilisation du Produit et de tout autre produit édité par SEGA. Vous renoncez et vous engagez à ne jamais vous opposer à SEGA ou à une de ses filiales, distributeurs ou concédants de licence, aux droits moraux ou similaires, même s'ils sont désignés, que vous pourriez avoir envers le Mod. (http://store.steampowered.com/eula/364360_eula_0, 5 mars, 2018)

Malgré ces limites et ces ambiguïtés, le moddeur se retrouve tout de même, sur ce point, dans une situation préférable à celle du travailleur salarié, car ce dernier cède complètement les droits de propriété sur les fruits de son travail et ne peut les consommer que s'il en fait l'acquisition sur le marché. En ce qui concerne la coupure entre le travailleur et le processus de production, on peut considérer les limitations du kit de création de mods, ainsi que les différentes politiques concernant ce qui est acceptable ou pas de modder, comme des manières de structurer le processus du "travail" des moddeurs. Cependant, cette coupure est bien moins marquée que dans le cas du travailleur salarié. Le moddeur reste en effet complètement libre de déterminer lui-même ce qu'il veut créer ainsi que sa façon de procéder, en autant qu'il n'enfreigne pas ces politiques. Plusieurs des moddeurs interviewés, à l'instar de R12, nous ont d'ailleurs explicitement affirmé que c'est justement ce potentiel créatif qui les avait incités à se lancer dans la réalisation de mods *"The reason I've started modding is that not only tech and programming was always very interesting for me (sadly I couldn't handle the complexity of real programming and became humanitarian instead), I was also inspired by creativity and skills of other modders, who got me into this hobby and showed me what it was possible to do. I too wanted to create a video game just as I wanted it to be"* (R12). Du fait de cette liberté, on peut donc affirmer que la réalisation de mods permet, pour reprendre la terminaison

hégélienne, une objectivation de la conscience, puisqu'à travers ceux-ci et le "travail" effectué afin de les créer, le moddeur est capable de reconnaître une réflexion de lui-même¹⁸⁶.

Mais le caractère émancipateur du modding tient également à la forme de consommation qu'il suppose: la prosommation est, rappelons-le, à la fois production et consommation. Selon Miller (1987), certaines formes de consommation, plus spécifiquement celles qui demandent un degré élevé d'habiletés techniques ou culturelles, sont émancipatrices, car elles permettent aux individus de se réappropriier les biens et de les distancer des institutions abstraites et aliénantes nécessaires à leur production. Plus précisément, Miller suggère que:

At the moment of purchase, or allocation, the object is merely the property of capital or of the state from which we receive it [...] the situation is radically transformed upon obtaining the good in question. On purchase, the vast morass of possible goods is replaced by the specificity of the particular item. The extraordinary degree of that item's specificity becomes apparent when it is contrasted with all those other goods it is not. Furthermore, this specificity is usually related to a person, either the purchaser or the intended user, and the two are inseparable; that is, the specific nature of that person is confirmed in the particularity of the selection, the relation between this object and others providing a dimension through which the particular social position of the intended individual is experienced. This is the start of a long and complex process, by which the consumer worked upon the object purchased and recontextualizes it, until it is often no longer recognizable as having any relation to the world of the abstract and becomes its very negations, something which could neither be bought nor given [...] Thus, consumption [...] translates the object from an alienable to an inalienable condition; that is, from being a symbol of estrangement and price value to being an artefact invested with particular inseparable connotations (Miller, 1987: 190).

Selon Miller, il faut voir dans cette forme de consommation un processus équivalent à la sublation hégélienne, soit la réappropriation par une société de ce qu'elle a elle-même créé et externalisé. Ce qui permet son développement et perfectionnement culturel. Poursuivant dans le même sillon que Miller, Campbell (2005a) propose que ces actes de

¹⁸⁶ Il faut toutefois prendre en compte que la prosommation peut amplifier une nouvelle forme d'aliénation consistant à ce considérer soi-même comme une marchandise, car cette activité peut être entreprise dans le but de créer une marque de soi (Comor, 2011). Plus de détails sont donnés à ce sujet dans la section intitulée Reconnaissance idéologique.

consommation désaliéante se sont tellement diffusés qu'il faut maintenant analyser la consommation en se servant de la figure du consommateur-artisan ("*craft consumer*"). Au contraire des figures traditionnelles du consommateur, celle-ci ne présuppose aucunement que les actes de consommation sont dictés par une force externe ou une recherche rationnelle de la maximisation de l'utilité, mais plutôt qu'ils sont entrepris afin de s'engager dans des actes créatifs d'expression de soi demandant des connaissances et des habiletés relativement poussées (à l'instar des activités artisanales traditionnelles, d'où le nom de cette figure). Il explique que: "*if we make the parallel with craft production, we could say that the craft consumer is someone who transforms 'commodities' into personalized (or, one might say, 'humanized') objects. And it is because such consumption is usually characterized by a marked element of skill and mastery, while also allowing for creativity and self-expression, that it is justified in being described as 'craft consumption'*" (Campbell, 2005a: 28). Selon Campbell, c'est justement de cette façon qu'il faut comprendre la prosommation : l'investissement des individus dans le design et la production de ce qu'ils consomment serait une façon d'exprimer leur créativité et leur authenticité (Campbell, 2005a). De cette façon, la prosommation serait un important vecteur de désaliénation dans les sociétés actuelles, puisque sa réalisation fait en sorte que l'objet cesse d'être une vulgaire marchandise n'ayant qu'une relation froide et instrumentale avec son utilisateur, mais devient investi de connotations intimes et personnelles le rendant unique aux yeux de son utilisateur. Malgré que l'image strictement jubilatoire que Miller et Campbell peignent de la consommation/prosommation soit éminemment critiquable à maints égards, force est d'admettre que le processus de désaliénation par la consommation/prosommation qu'ils proposent semble concorder en plusieurs points avec la création de mods. Comme les témoignages relatés précédemment permettent de le constater, du fait de leurs continuelles activités de modification et de personnalisation du jeu, la nature de la relation qu'entretiennent les moddeurs avec le jeu se métamorphose: celui-ci cesse d'être strictement impersonnel et devient un artefact unique reflétant les désirs et la personnalité du moddeur. De même, la création de mods pour les jeux TW: W demande de profondes connaissances techniques (les techniques de moddage) et bien souvent culturelles (la

connaissance des canons de l'univers Warhammer), concordant toujours plus avec la définition de la consommation-artisane donnée par Campbell.

On peut penser par ailleurs que la dimension émancipatrice du modding (et de la prosommation en général) est d'autant plus attrayante que l'aliénation dans nos sociétés apparaît plus marquée que jamais. Selon David Harvey (2018), la désindustrialisation, loin de mener à la prolifération d'emplois stimulants et valorisants comme le clament les autonomistes, s'est traduite par la création d'un très grand nombre d'emplois insignifiants dans le secteur tertiaire¹⁸⁷. Plusieurs enquêtes sur la question révèlent qu'entre 30% et 40% des travailleurs considèrent que leur emploi est totalement dépourvu de sens, et sont incapables d'expliquer de quelle manière celui-ci concourt à la construction du bien commun (Fleming, 2017). Ce fort sentiment d'insignifiance se développe également dans la frange des travailleurs les plus estimés et les plus qualifiés de notre société, ceux-là mêmes qui semblent être l'illustration parfaite des travailleurs immatériels glorifiés et louangés par les autonomistes (Fleming, 2015). L'étude de Dawson et al. (2007) menée auprès de gradués des secteurs les plus névralgiques et célébrés de la nouvelle économie démontre que loin de l'inventivité et l'intellectualité promises, les emplois qu'obtiennent ces gradués riment plutôt avec répétitivité et rigidité, sauf peut-être pour ceux qui détiennent un diplôme d'études supérieures (maîtrise ou doctorat). En se basant sur ces constats, force est d'admettre, à l'instar de Ouellet (2016), que le travail immatériel, surtout dans sa version formelle et rémunérée, est loin de toujours permettre la créativité et l'actualisation de soi, puisqu'il reproduit bien souvent les mêmes structures et procédures déshumanisantes que celles que l'on retrouve dans le travail manuel. On peut donc suggérer l'hypothèse que l'attrait qu'exerce initialement la réalisation de mods pour nombre des sujets du biocapitalisme découle de la forte aliénation qu'ils subissent dans leur emploi formel (si emploi ils ont, bien sûr); aliénation que certains d'entre eux vivent d'autant plus mal qu'ils possèdent un fort niveau d'éducation qui aurait dû théoriquement leur épargner une telle situation¹⁸⁸. D'ailleurs, certains des moddeurs interviewés dans le

¹⁸⁷ Notons également que dans son plus récent ouvrage, Graeber (2018) propose également un argument similaire.

¹⁸⁸ Campbell (2005a) suggère d'ailleurs que la consommation artisanale tend à être principalement réalisée par des personnes qui ne peuvent combler leurs besoins de créativité et d'authenticité dans leur vie professionnelle.

cadre de cette étude, à l'instar de R2, ont explicitement fait mention du contraste en termes de liberté et de créativité existant entre leur emploi formel et leur "emploi" de moddeur. *"i work as state official in the Social Security Administration, it's fairly a boring and repetitive job [...] [On the other hand,] i don't consider [modding] as work, cause [when I mod,] i have almost total creativity, i can transform games into something i really like"* (R2).

Cela étant dit, bien que l'on puisse soutenir que le modding constitue une activité "désaliénante" pour ceux qui s'y consacrent, il n'en reste pas moins qu'il s'agit d'un "travail" bien plus exploité que celui qu'accomplissent les salariés. Il ne fait l'objet d'une compensation financière que très rarement¹⁸⁹, la valeur économique créée par les moddeurs étant entièrement accaparée par l'entreprise commercialisant le jeu dans la quasi-totalité des cas. Mais c'est justement parce qu'ils ne se considèrent pas comme aliénés dans la réalisation de cette tâche, parce qu'ils considèrent que leur travail immatériel est effectué librement et spontanément, que pratiquement tous les moddeurs affirment qu'ils ne sont pas exploités. Dans son étude du travail immatériel, Fisher (2012) en était arrivé à la même conclusion et suggérait que ces deux notions sont maintenant dialectiquement liées : la diminution de l'aliénation dans ce travail a pour conséquence que les individus travailleront davantage de manière volontaire, car ils y trouveront une authentique possibilité d'expression et de réalisation de soi. Résultat : leur travail devient plus facilement exploitable :

Immaterial labour [...] embodies this dual character of exacerbating exploitation and enabling de-alienation. On the one hand, immaterial labour, in comparison with material labour, has a greater potential to be enjoyable, involve personal, idiosyncratic components, carried out during leisure time or even be perceived as a form of leisure activity, playful, emotional and communicative. On the other hand [...] such labour [...] is also commodified and entails the creation of surplus-value (Fisher, 2012: 181).

Mais outre la question de l'exploitation subie par les prosommateurs, il faut également se questionner sur les possibilités que l'engagement des moddeurs dans une activité peu

¹⁸⁹ Ce qui sera démontré plus en détail subséquemment.

aliénante permet à ceux-ci de devenir une classe pour soi. Bien qu'il soit agréable pour les individus d'avoir la possibilité de réaliser des activités dans lesquelles ils sont peu ou pas aliénés, si cela n'implique pas des changements au niveau de leur conscience, on ne peut parler d'une réelle émancipation, du moins si l'on adopte un point de vue marxiste. L'œuvre de Boltanski et Chiapello (2011) a d'ailleurs parfaitement montré que le capitalisme peut aisément s'adapter à un accroissement de l'autonomie et de la créativité de la classe laborieuse sans du tout se trouver remis en cause. Baisse de l'aliénation n'est pas forcément synonyme de création de subjectivités post-capitalistes. Le chapitre suivant va justement permettre de s'attaquer à cette question.

Chapitre 8 : L'importance de la reconnaissance chez les moddeurs

Comme nous l'avons vu précédemment, il semble que les personnes qui s'engagent initialement dans le modding des jeux de la série TW: W, le font principalement pour personnaliser le jeu et le rendre plus conforme à leurs attentes. Nous avons émis l'hypothèse que l'importance de ce désir découlait d'une volonté de désaliénation des moddeurs, car cette activité permet non seulement la réalisation d'un travail passablement "libre", mais également de créer et de consommer des objets exprimant les désirs et la personnalité du moddeur. Toutefois, alors que ces considérations sont particulièrement importantes pour le moddeur débutant, elles tendent à graduellement décliner par la suite, puisque chez les moddeurs plus expérimentés et les plus connus, il semble que ce soit plutôt la quête de la reconnaissance qui devienne la première source de motivation. À l'instar de R4 et R13, la plupart des moddeurs interviewés ont témoigné de cette métamorphose de leur principale source de motivation :

I started modding because I wanted to change things in game that I didnt liked [but now] I mostly mod for people [...] people want the game to be better, we can give them that for free we are responsible for things that we are doing, its not only for us but also for those 60k subs now (R4).

I have a growing fanbase, so my main motivation is to make them happy [...] When I started I wanted to make mods just for me. I saw that the TW series featured a Steam Workshop and I thought "let's publish it just for fun". As my mods grew more and more popular, and the fans started to ask for more, eventually my modding work is mainly directed to the community and is less and less affected by my personal "wants" (R13).

Ainsi, on peut considérer que la personnalisation du produit est en quelque sorte une boîte de Pandore, qui une fois ouverte, va emmener les moddeurs à se soumettre à des relations de reconnaissance idéologique. Considérant qu'initialement, la création de mods est réalisée dans l'optique de la consommation-artisane, la description donnée par Sennet (2008) de l'artisan peut en partie expliquer le pourquoi de cette transition. Rappelons que selon Campbell (2005a), le consommateur artisan est en quelque sorte lié par les mêmes principes de qualité et d'habiletés que l'artisan conventionnel. Sennet (2008) pour sa part nous indique que chez pratiquement tous les artisans, la recherche de la qualité va se

transformer en compulsion obsessionnelle qui va l'emmener à continuellement retravailler son œuvre, dans l'espoir de l'améliorer et de finalement atteindre la perfection. Toutefois, dans la plupart des cas, cette poursuite de l'excellence n'est pas un acte totalement désintéressé réalisé dans la seule optique de l'actualisation de soi, puisque l'atteinte de l'excellence est visée dans la mesure où elle sert de marque de distinction permettant d'obtenir un statut au sein d'une communauté. Notre collecte de données nous a permis de constater qu'à l'instar de l'artisan traditionnel, le moddeur va en venir à être obsédé par le perfectionnement de son code, puisque c'est grâce à celui-ci qu'il va parvenir à obtenir la reconnaissance des autres membres de la communauté de moddeurs ainsi que des entreprises de jeux vidéo. Loin d'être un cas isolé, ce phénomène a également été dévoilé par l'étude de Banks (2013). En interrogeant plusieurs moddeurs et employés des entreprises de jeux vidéo, il en était pareillement venu à la conclusion que pour les moddeurs les plus prolifiques, ce n'était pas la modification et l'amélioration du jeu en soi qui était la source première de leur investissement en temps et effort dans la réalisation de mods, mais bien la reconnaissance qu'ils obtenaient grâce à ceux-ci.

Then there's the social dynamics once you've created the artefact. How the content the players' make flows and gets shared and then the recognition for it and the social currency flowing from that. It's the recognition within the community that is the pay - off. For some players you know this is the game, well at some point they hardly ever play the game at all, they spend all their time on the Websites dealing with the community created content, looking up the ratings (Banks, 2013: 162).

8.1 Reconnaissance liée à l'estime

In the future, there will be no game developers. Well, to be more accurate, there will be no paid video game developers, just a legion of unpaid game slaves, toiling away for a chance at e-stardom (McElroy, 2008. Cité dans Sihvonen, 2011: 78)

Comme il a été expliqué précédemment, la reconnaissance liée à l'estime se réfère à tout acte permettant de souligner les contributions individuelles apportées par les membres d'une communauté à la réalisation des objectifs qu'elle s'est fixés. Selon Tweedie et Holley (2016), cette forme de reconnaissance prend deux formes distinctes. La première est la

reconnaissance communautaire. Elle est octroyée par les membres d'une communauté par rapport à la qualité et à l'importance du travail apporté par un des leurs, et ce, même s'ils ont une méconnaissance presque complète des habiletés et connaissances qu'un tel travail suppose. Dans le cas des moddeurs, cette reconnaissance est le fait de joueurs qui apprécient les créations en question, mais sans être capables d'évaluer le travail qu'elles représentent. La seconde forme de reconnaissance liée à l'estime, est la reconnaissance accordée à un individu par les personnes exerçant le même métier que lui. Dans le cas des modders, il s'agit de la reconnaissance reçue de la part des autres moddeurs. Nous soutenons dans les pages qui suivent que cette reconnaissance liée à l'estime constitue l'un des ressorts de l'engagement des modders dans cette activité de prosomation¹⁹⁰. La présente section permettra de démontrer concrètement quels sont les différents dispositifs qui permettent de l'exprimer.

Après seulement quelques minutes passées à naviguer à travers la plateforme Steam Workshop, on ne peut qu'être frappé par l'importance des différents dispositifs permettant de mettre de l'avant la qualité des contributions des moddeurs. Le plus visible d'entre eux est indubitablement le score associé à chacun des mods: score qui est obtenu par une formule complexe comprenant à la fois les votes des membres de la communauté quant à la qualité de ce mod (le choix se limitant à accorder un "like" ou un "dislike" au mod), ainsi que le nombre total de votes. Ce score est représenté visuellement par une série de cinq étoiles¹⁹¹, qui se remplissent à mesure que le mod fait l'objet de votes positifs. Cette forme de reconnaissance est celle qui est la plus facilement repérable, car elle est à la fois la seule qui utilise une représentation graphique et la seule qui est affichée lorsque l'on navigue parmi les différents mods existants sur la page dédiée au jeu sur la plateforme Steam Workshop. Cette visibilité est d'ailleurs ce qui la rend particulièrement appréciée

¹⁹⁰ Il est d'ailleurs intéressant de noter que ce besoin d'estime et de distinction est loin d'être inconnue par les développeurs de jeux vidéo qui peuvent se jouer en ligne, car la plupart de ces jeux tendent à être structurés de manière à accorder une place centrale à la poursuite de l'estime (Rueff, 2011). La thèse que nous proposons est que les entreprises de jeux vidéo utilisent ce besoin d'estime et de distinction non pas uniquement afin de rendre leurs jeux attractifs pour les joueurs, mais également lorsque vient le temps de structurer leurs relations avec les moddeurs. Tout comme ceux qui jouent à ces jeux sont en grande partie mus par leur désir d'accroître leur prestige et gagner l'admiration des autres joueurs, les moddeurs, par la réalisation et la distribution de leurs mods, cherchent à démontrer leur unicité et leur originalité à la fois à la communauté de joueurs, aux autres moddeurs, et à l'entreprise commercialisant le jeu.

¹⁹¹ Un mod doit avoir reçu au moins 200 votes avant de pouvoir obtenir le score maximum de cinq étoiles.

par les moddeurs, puisqu'elle permet d'identifier simplement et explicitement lesquels de leurs mods sont populaires et sont considérés comme étant de bonne qualité par la communauté. Par exemple, l'un des moddeurs que nous avons interviewés nous a avoué que: *"I won't lie i tend to gives a lot of importance to the score my mods get. It certainly does make me feel pretty good that so many people have enjoyed something I made"* (R6). L'importance accordée à cette mesure par les moddeurs s'explique également par le fait que, par défaut, les différents mods d'un jeu sont affichés sur Steam Workshop en fonction de leur score, du plus apprécié au moins apprécié (classement qui porte le nom relativement étrange de popularité). Ainsi, un mod qui obtient un score élevé bénéficie d'une bien plus grande visibilité que celui dont le score se situe dans la moyenne. Considérant le nombre élevé de mods qui existent pour Total War: Warhammer (4 423 en date du 2 juin 2018) et Total War: Warhammer 2 (3234 en date du 2 juin 2018), cette visibilité est souvent une question "de vie ou de mort" pour un mod, et ce pour deux raisons. Premièrement, il faut savoir que tout mod demande à être périodiquement mis à jour, et qu'il ne sera plus utilisable si cette action n'est pas effectuée par son ou ses créateurs. Bien évidemment, les moddeurs tendent à cesser rapidement de mettre à jour leurs mods qui n'atteignent pas un certain niveau de popularité, puisque cette tâche est relativement longue et fastidieuse. Deuxièmement, la plupart des mods les plus populaires et les plus complexes ne sont pas l'œuvre d'un seul individu, mais sont le fruit du travail d'une multitude de moddeurs répartis à travers le monde¹⁹² (Scacchi, 2010). La possibilité pour un mod d'attirer d'autres moddeurs va dépendre en grande partie de la réputation du moddeur qui le crée et/ou du score du mod en question. Un des moddeurs interviewés nous expliquait ainsi que:

it's really hard to create a mod that become popular, especially if you're rather unknown. Most of the player will go for the known quantity, the ones that are made by the well known modders [...] So yeah, getting a high score is crucial, cause it's the only way that you can get your mods known, and if a mods doesn't attract a following, you pretty much lose desires to work on it [...] Getting a high score for your mods will also help you attract other modders. When your mod reach a certain level of complexity, it's impossible to all the work alone, so you need to attract other modders [...] I had to kill a few of my mods cause they were taking too much of my time, and nobody was interested to work on them (R7).

¹⁹² Ce qui est un bel exemple de ce qui est nommé par les autonomistes la coopération sociale subjective.

Une telle affirmation, entendue de la part de plusieurs des moddeurs ayant été interviewés, nous permet d'affirmer que les communautés de moddeurs sont basées en partie sur les principes d'une économie de réputation. Dans un tel système, la réputation d'un acteur joue le rôle d'un actif permettant de déterminer la quantité d'attention, de ressources et d'informations qui lui sera attribuée (Gandini, 2016). La raison permettant d'expliquer pourquoi cette réputation parvient à jouer ce rôle est qu'elle est utilisée comme "proxy" pour déterminer la respectabilité d'un acteur, ainsi que la possibilité de se fier ("trust") à lui. Dans la mesure où il n'existe aucune institution permettant de certifier le degré de perfectionnement des habiletés de moddage de chacun et que leur dispersion géographique rend pratiquement impossible les rencontres en face-à-face, l'existence de tels indicateurs de réputation devient donc pratiquement indispensable à la collaboration entre moddeurs. Il faut également mentionner que dans les communautés de moddeurs, comme dans pratiquement toutes les économies de réputation (surtout celles qui sont virtuelles), la distribution de la loi de la puissance¹⁹³ s'avère extrêmement concentrée : seul un nombre restreint de personnes parviennent à obtenir une quelconque importance et une fois qu'elles ont acquis cette importance, elles deviennent pratiquement indélogeables¹⁹⁴ (Fuchs, 2018b; Rushkoff, 2016). Une fois un certain degré de réputation atteint, un mod devient plus visible et attire donc un nombre accru d'utilisateurs, qui vont contribuer par la suite à augmenter sa réputation ainsi que sa visibilité, formant ainsi une boucle se renforçant par elle-même de manière pratiquement infinie. S'ils veulent qu'un de leurs mods survive et prospère, les moddeurs doivent donc accorder une attention continue à ce score et tout tenter afin de lui faire atteindre certain niveau de réputation (et le maintenir). Toutefois, l'atteinte initiale d'un score élevé est loin d'être chose facile, voire prévisible, car tout comme il est difficile, si ce n'est impossible pour les concepteurs de jeux vidéo de prédire avec certitude le succès ou l'échec d'un jeu, il en va de même pour les moddeurs. Au cours d'une discussion sur le sujet, un moddeur s'exclamait que: *"Sometime, you're putting a lot of effort into a mods, and finally it strictly amount to shit lol. Other time, you do only a small simple thing, yet it become extremely popular and*

¹⁹³ La loi de la puissance est une courbe permettant d'illustrer la relation fonctionnelle entre deux quantités. On utilise souvent cette courbe afin de modéliser la répartition du pouvoir dans un domaine particulier (Rushkoff, 2016).

¹⁹⁴ Selon Maillat (2010), qui base sur les travaux de Tarde, cette concentration s'explique en grande partie par la quête d'imitation dans laquelle s'engage pratiquement tout individu.

gets a really high score" (R1). Plusieurs moddeurs soupçonnent par ailleurs d'autres moddeurs d'utiliser de tactiques déloyales afin d'obtenir de bons scores relativement à la "compétition":

I've been keeping a close eye on mods for the steam workshop and it is my firm belief that a few mod authors are skewing the ratings on their own mods by voting down competing mods. How are they doing this: If a mod is rated down it's the equivalent of losing 20 up rates or more. This means someone can easily skew results on the steam workshop. As long as you own any game at all you can vote on any workshop game mod, even if you do not own the game the mod was made for (113).

Contrairement au statut social, la réputation est extrêmement volatile (Siefkes, 2007), et elle tend à se dégrader rapidement si une personne cesse de faire des contributions que la communauté juge utiles. Cette dynamique force les moddeurs à continuellement retravailler leurs codes et sortir de nouveaux mods, de manière à rester au centre de l'attention et à confirmer leur valeur en tant que moddeur. Un des répondants expliquait que: *"If you want to stay relevant in the modding community, you always have to create new content. The competition among the top modders is relentless. As soon as someone doing something good, all the others have to at least equal it or even surpass it (R7)"*.

Ce système de score n'est toutefois pas la seule mesure disponible de l'appréciation des mods par leurs utilisateurs. La plateforme Steam Workshop réserve à chaque mod une page spécifique, sur laquelle on trouve d'autres mesures qui permettent d'exprimer une forme de reconnaissance liée à l'estime (la figure 1 ci-dessous donne un exemple d'une de ces pages). La première d'entre elles apparaît tout juste en dessous du score sous forme d'étoiles et correspond simplement à la mention du nombre de personnes ayant voté (que ce soit positivement ou négativement). Bien évidemment, plus ce nombre est élevé, plus le score obtenu par le mod est considéré fiable (et comme il a été mentionné précédemment, les scores les plus élevés sont seulement accessibles aux mods ayant reçu un certain nombre de votes). C'est pourquoi nombre de moddeurs demandent explicitement aux utilisateurs de voter s'ils apprécient le mod. Sur cette même page, on retrouve trois autres mesures de reconnaissance liées à l'estime, toutes trois exprimées

sous forme de décompte (on les retrouve toutes trois en bas à droite dans la figure ci-dessous). La première est la somme des personnes ayant visité la page, la deuxième est le nombre de personnes ayant souscrit au mod (afin de télécharger un mod, il faut y souscrire) et la troisième indique le nombre de personnes ayant désigné ce mod comme l'un de leurs favoris. Alors que le nombre de visiteurs sur la page du mod n'est pas très important aux yeux des moddeurs, il en va tout autrement des deux autres chiffres. L'importance attribuée par les moddeurs aux nombres de personnes ayant souscrit à un mod est pratiquement aussi grande que celle octroyée au score du mod. Ce qui s'explique en grande partie par le fait que ce nombre constitue l'un des trois¹⁹⁵ critères par lesquels on peut trier les différents mods créés pour un jeu sur la page consacrée à celui-ci sur la plateforme Steam Workshop. Pour ce qui est du nombre de personnes qui a indiqué que le mod était l'un de leurs favoris, cette mesure est également appréciée, quoique dans une moindre mesure, car il est impossible de trier les mods sur la page Steam Workshop en fonction de celle-ci.

¹⁹⁵ Le deuxième de ces critères est le score du mod, tandis que le troisième de ces critères est la nouveauté du mod. Nous ne traiterons pas de ce dernier, car il n'a aucune importance dans le cadre de cette étude.

Figure 1 : Exemple de la page Steam Workshop d'un mod



Au cours de nos entretiens, nous avons remarqué que l'importance qui est accordée à ces deux mesures tend à être amplifiée chez les moddeurs qui, bien qu'ayant des scores relativement faibles, semblent jouir d'une certaine popularité dans certaines franges de la communauté. Par exemple, l'un des moddeurs que nous avons interviewés se trouvait dans une situation particulière dans la mesure où les mods qu'ils créaient entraînaient des réactions très polarisées. Lors de l'entrevue, il nous a assuré que : *"The score I get is not really important. Some people devoted their lives to downvote the mod as much as possible. Just because i don't do every little things that they asked. Also, you have to consider that 99% of the subscribers don't care to rate it and rather just keep playing the*

mod, which lower the rating. [...] That some of my mods are among the most played and subscribed means a lot more [que le score]. If lot of people had fun with my mods, i am pleased and satisfied" (R8). On peut ici faire une analogie avec l'un des postulats les plus intéressants de la théorie bourdieusienne, soit celui du vieillissement social. Par ce terme, Bourdieu (1979) voulait mettre l'emphase sur le fait que les individus ont tendance à ajuster leurs aspirations à leurs chances objectives. Ce qui veut dire, en termes plus simples, qu'une personne en vient avec le temps à se contenter de la situation qu'elle est parvenue à atteindre, ainsi qu'à valoriser ce qu'il lui est envisageable d'obtenir, considérant le capital économique, culturel et social qu'elle possède. Ce type de jugement s'accompagne également du dénigrement de ce qui semble être au-dessus de ses capacités objectives. Cette situation s'applique parfaitement à ces moddeurs qui sont incapables, pour diverses raisons (la plus fréquente d'entre elles semblant être une méconnaissance des canons de l'univers de Warhammer, car plusieurs membres de la communauté semblent se donner comme devoir de punir les moddeurs qui ne les respectent pas), d'obtenir un score élevé, et qui vont donc se rabattre sur, et se valoriser grâce à, des critères de reconnaissance que les moddeurs qui parviennent à obtenir des scores élevés jugent secondaires.

Outre ces mesures quantitatives, la plateforme Steam Workshop offre aussi la possibilité d'exprimer son éventuelle reconnaissance de manière plus qualitative. Les joueurs ayant utilisé un mod peuvent en effet inscrire des commentaires à son sujet sur la page qui lui est réservée. Bien souvent, ces commentaires sont courts, banals et redondants, mais il arrive que certains y mettent une bonne dose de créativité, comme en font foi les deux exemples suivants :

Ok i have a few big issues with this mod

1. why have you made the ROR [Regiment of Renown, une faction mineur dans l'univers Warhammer]units look so good

2. The Fresh approche you have bought to this game and awesom balance is not good for my sleeping habits

3. the support you offer is bar none i just won't have it .I am not used to this.

4. The epic mod is fast killing all my other games.

That is all (114)

*Napoleon once quipped "I found the Crown in the gutter, and I picked it up with my sword".
And you, sir, have done just that.
Sigmar bless you and your achievement here. Sigmar guide [le nom du moddeur] to those lands beyond. You are here to command the Grail Knights once more. (I15)*

Ce type de marque de reconnaissance se rapproche de ce que Hardt et Negri (2000) nomment le travail affectif. Il est grandement valorisé par certains moddeurs, car il réclame un effort plus important que le simple téléchargement ou le "like". L'un des moddeurs interviewés nous affirmait que : *"fans who communicate with modders are far better than just those who come, get the mod and disappear. By taking the time to write a message they shows me that they really liked my work [...] It might not sound like much, but I appreciate it a lot"* (R3). Toutefois, à l'instar de Hong et Chen (2014), notre recherche nous a permis de constater que les formes de reconnaissance quantitatives tendent à être beaucoup plus appréciées que ces dernières. On peut encore ici croire que le phénomène de vieillissement social a un impact relativement fort quant à l'importance qui est accordée à cette forme de reconnaissance par les moddeurs, car celle-ci semble surtout valorisée par ceux qui ne se retrouvent pas en tête du classement.

Il faut également noter que ces zones de discussion ne servent pas uniquement à remercier les moddeurs pour leurs contributions. Elles sont également utilisées afin de suggérer des améliorations. Les pages des mods les plus populaires regorgent de commentaires tels que celui-ci : *"I love everything but the rat ogres. The colors on the neck are a bit odd. Maybe leave them the same or add the color in the upper right corner of the background"* (I16). Dans certains cas, les intervenants ne se contentent pas de simplement proposer des améliorations, mais vont jusqu'à offrir leurs services ou leurs codes au(x) créateur(s) du mod afin de l'améliorer, démontrant que pour eux, le fruit de leur travail fait partie d'un commun qu'il est légitime d'utiliser et de modifier au gré des désirs et besoins. *"hey, just letting you know. If you want to reskin your ogres but don't really feel you have the time, feel free to take whatever you want from either of my two ogre unit packs [la personne donnait par la suite deux liens menant à ces deux mods]"* (I17). Bien que pour certains moddeurs, ce genre de commentaires relèvent du harcèlement, la grande majorité d'entre

eux les encouragent directement et vont demander explicitement aux membres de la communauté de leur faire part des possibilités d'améliorations ou de leur envoyer du code qu'ils pourront intégrer à leurs mods.

Hi everyone, first of all thank you all for the kind words and support [...] If you have suggestions please post them in the Unit Suggestions Thread. If you encountered balance issues post them in the Balancing thread. There will be custom building chains for the TK units. Custom maps are needed so if you make a Tomb King themed map and want it to be used in the campaign upload it to the workshop and send me a link (Also my maps kind of suck atm) (M4)

Alors que les différentes formes de reconnaissance liée à l'estime que nous venons de décrire sont octroyées par les membres de la communauté, quoique de façon institutionnalisée, il existe également des formes de reconnaissance liée à l'estime qui sont directement attribuées par l'entreprise possédant le jeu. La plus fréquente d'entre elles passe par les différents concours organisés par CA. L'un de ceux qui a suscité le plus d'enthousiasme au sein de la communauté portait sur la création d'une carte de jeu ayant pour thème la chevalerie

*Show off your design talents with our chivalrous map making challenge! Win Total War Swag! [...] As of now, you have exactly one week to create a brand new map using our Terry battle map editor. The map must be **your own creation** and themed on the concept of **Chivalry**. You'll be judged on your design and how well your map works but most importantly you'll be judged on your creativity! [...] You'll be judged by the community team on the quality of your map and we'll be looking for something that really impressed us either on its creativity or its visual design as well as your ability to make a working and fun map to play on. If you then make the final few, you will have your map judged by the community. The most votes will grab you the prized number one spot and you'll be crowned the most chivalrous map maker in all the lands [...] The winner will get this lovely selection of Total War goodies: Including a Total War: Warhammer T-shirt, a Total War mouse mat and Lanyard, a signed Grombrindal print as well as your map featured on Total War Live and a custom emblem to show off your competition winning status on the Steam Workshop! [le sous-lignage a été effectué par nous].*

Au cours des discussions à ce sujet, plusieurs des moddeurs ont affirmé que cette compétition les avait incités à travailler plusieurs heures à la réalisation de cartes, et ce, même s'ils n'avaient aucune intention de créer ce type de mod initialement. Cette forme

de mise en compétition des moddeurs entre eux est très similaire au système du "*making out*" identifié par Burawoy comme principale politique de production permettant de réduire l'indétermination subjective des travailleurs dans un contexte industriel. Rappelons que selon Burawoy le système du "*making out*" qu'il a étudié était assimilable à un jeu dans lequel certaines relations, conditions et objectifs de travail étaient imposés aux travailleurs par les managers, mais que ces derniers leur laissaient pratiquement toute latitude en ce qui concernait les moyens à utiliser afin d'arriver à ces objectifs. Le degré d'autonomie qui leur était accordé faisait en sorte que les travailleurs en venaient à être complètement absorbés par le désir d'atteindre les objectifs, ce qui créait une forme de servitude volontaire, dans la mesure où les travailleurs cessaient non seulement de se considérer exploités, mais défendaient activement le processus et les relations de travail instaurés. Comme la description ci-dessus le laisse entrevoir, c'est sensiblement le même type de tactique qui est utilisée par CA dans ces circonstances, car elle stipule clairement les conditions rendant un mod éligible au concours, tout en laissant aux moddeurs une liberté quasi-complète quant à la réalisation de ce mod (en autant, bien sûr, qu'il reste à l'intérieur des limites pré-définies par l'entreprise).

Autre stratégie de reconnaissance de la contribution des moddeurs utilisée par CA et Sega : la publication d'une série de vidéos sur le canal YouTube officiel du jeu, nommé "*Mods Weekly*". Le premier épisode de la série a été introduit de la manière suivante: "*We've been blown away by the level creativity and skill that have gone into mods created within the first week of release of Total War: WARHAMMER! Today we're introducing a new video series in which we'll highlight some of the Steam Workshops most popular mods and some of our own*". Comme on peut le déduire de cette description, cette série a pour objectif de souligner et de faire découvrir les mods jugés les plus intéressants par l'entreprise. Chaque vidéo offre une brève description de ce que fait le mod sélectionné, tout en fournissant des images tirées du mod en question¹⁹⁶. Cette forme de reconnaissance semble grandement appréciée par les moddeurs sélectionnés, comme en

¹⁹⁶ En écoutant plusieurs des vidéos, nous avons remarqué qu'une grande partie des mods sélectionnés demandent l'achat de DLC, on peut donc légitimement se questionner si cela consistait en une tactique délibérée de CA afin de mousser les ventes de ceux-ci, ou si cela était seulement un hasard.

fait foi ce témoignage de l'un d'eux : *I wasn't expecting it at all, so it was kind of a shock when I saw that I was selected [...] it was a really nice experience and it really made me proud of what I have done and it also brought me lot of new subscribers* (R7). Il faut également noter que les pages Twitter et Facebook de CA utilisent ce genre de pratiques, quoique de manière beaucoup plus spontanée, en faisant ponctuellement des messages à propos d'un mod que l'entreprise juge intéressant. Toutefois, bien que ces concours et mentions soient appréciés par les moddeurs, la forme de reconnaissance institutionnelle qu'ils apprécient le plus est le "*mod award*", un événement organisé annuellement par CA afin de célébrer les meilleurs moddeurs de la communauté. Une fois par année, l'entreprise annonce les différentes catégories de mods qui seront récompensées (par exemple, la meilleure unité ou la meilleure carte), et demande à la communauté de nommer des mods qu'elle juge adéquats. Par la suite, l'entreprise fait un tri parmi les mods nominés, et fait voter la communauté afin qu'elle choisisse son préféré. Le seul fait d'être sélectionné est considéré comme un immense honneur par la plupart des moddeurs, comme en fait foi le message suivant, qui a été laissé par un moddeur suite à l'annonce de sa nomination.

Thanks to you and everyone else who voted for my mods !!! I'm actually flying to London this Saturday, as I've been invited by CA to come attend the 2017 mod awards [...] Anyways, this is literally a dream of mine ever since I played the very first Shogun Total War !!! sooo again... thank you for all of you who have voted for my mods, I feel like I've won already.... just by being nominated :) (I18).

Le fait que pratiquement tous les moddeurs nominés écrivent continuellement des messages sur la page de discussion de leurs mods incitant les usagers à aller voter pour eux témoigne également de l'importance qu'ils accordent à ces prix.

Finalement, bien que pratiquement inconnue du public, une autre forme de reconnaissance liée à l'estime attribuée par l'entreprise nous a été révélée par deux des moddeurs que nous avons interviewés. Celle-ci consiste en une invitation envoyée annuellement par CA à une quinzaine des moddeurs¹⁹⁷ considérés par l'entreprise comme les plus influents et les plus productifs (en termes de connaissances, d'habiletés, de mods créés et de

¹⁹⁷ Il faut noter que les moddeurs invités ne parviennent pas tous de la communauté de moddeurs basée autour de TW:W, puisque la série Total War comprend également de nombreux autres titres historiques, qui sont eux aussi excessivement populaires.

popularité), afin d'aller rencontrer l'équipe responsable du développement des différents jeux de la série. Cet évènement, qui est nommé le sommet des moddeurs ("*modding summit*"), est d'une durée de trois jours, et permet à ces moddeurs de faire connaissance avec les développeurs de la série, d'échanger avec eux sur la direction future qu'elle devrait prendre, ainsi que de visiter la ville où se trouve le studio. Autre avantage obtenu par les moddeurs participant à cette activité: l'obtention d'un exemplaire des jeux et expansions développés par l'entreprise avant leur sortie officielle. Bien que valorisée par les moddeurs, ce "cadeau" est également bénéfique pour CA, puisqu'il implique que plusieurs mods sont disponibles pour la communauté de joueurs le jour même de la sortie officielle du jeu ou de l'expansion. Il nous a malheureusement été impossible d'en savoir davantage à ce sujet, car les participants doivent signer un accord de non-divulgateion, ce qui les empêche d'en parler librement.

Ces différentes formes de reconnaissance liée à l'estime sont excessivement valorisées par les moddeurs, puisque tous nous ont affirmé qu'il existait une forme de compétition à ce sujet dans la communauté. Paradoxalement, même si la quasi-totalité des moddeurs interviewés affirme qu'une telle compétition existe, ils affirment pratiquement tous qu'ils ne lui n'accordent personnellement qu'une importance faible ou modérée, et en dénoncent même souvent ses conséquences négatives. Par exemple, R2 affirmait que:

*There is a big status competition in the community. for some modders is more important to be "better" or "more popular" then actual mod quality. sadly the community changes as the time goes and i cant say it changes to better, there is greed everywhere and some completion sometimes to the level when 2 modders refuse to help each other just cause they do different things.
I cant remember how many times i helped other modders, answered milion questions, shared so much stuff etc
if everyone would just lock their door front of the rest people there would be no real mods, tools etc
i guess younger modders do not realise that*

Une telle affirmation était d'ailleurs extrêmement surprenante venant de la part de cet individu en particulier, puisque plusieurs des autres moddeurs l'identifiaient personnellement comme étant l'exemple emblématique du moddeur maladivement

obsédé par le désir de se faire reconnaître. Considérant cela, on ne peut donc qu'acquiescer lorsque Rueff souligne que:

il existe des tabous autour de ce désir d'estime [...] Il s'agirait, en ce sens, d'une aspiration inavouable, dissimulée et, à ce titre, ne se manifestant pas explicitement dans les discours des enquêtés. Sans doute par crainte d'être perçus comme des individus narcissiques, les usagers préféreraient taire leur goût pour ces gratifications symboliques. Ils éviteraient ainsi d'aller à l'encontre des interdits moraux pesant sur nos sociétés modernes'' (Rueff, 2011 : 219).

Ce déni de l'importance de la reconnaissance par les moddeurs n'est aucunement surprenant, car Bourdieu (1994) a depuis longtemps démontré que l'une des caractéristiques primaires des économies de biens symboliques et culturels est de créer, chez les acteurs, une prédisposition à un désintéressement ostentatoire. Bien qu'il existe dans ces économies une forme de lutte concurrentielle entre les acteurs, celle-ci est pratiquement toujours niée (bien que tous savent pertinemment qu'elle existe), sauf si ce n'est pour dénigrer un concurrent.

Cette quête de la reconnaissance est d'ailleurs si forte chez les moddeurs, qu'elle peut souvent occasionner des conflits ou des situations problématiques, comme nous avons été en mesure de l'observer à plusieurs reprises. L'un des cas les plus révélateurs à ce sujet est celui d'un des mods les plus populaires du premier jeu de la série, qui consiste en une agrégation de plusieurs cartes créées par différents moddeurs. En fait, on ne peut réellement utiliser le singulier lorsque l'on parle de ce mod, car afin de l'utiliser il faut télécharger plus de 50 mods différents. C'est justement cette situation qui cause un problème pour certaines des personnes qui veulent y jouer, car pour une raison obscure, ceux-ci sont incapables de faire fonctionner le jeu une fois que plus de 40 mods sont installés. Afin de pallier ce problème, plusieurs membres de la communauté proposèrent aux personnes responsables du mod de cesser de partitionner chacune des cartes, et de les regrouper réellement au sein d'un même mod. Ils suggéraient que les contributions individuelles pourraient être reconnues en mettant un lien vers chacune de ces différentes cartes dans la description générale du mod. La discussion qui survint entre un moddeur et

un joueur suite à cette proposition révèle l'importance centrale du désir de reconnaissance de certains moddeurs.

M5: as a map maker, I would argue that it DOES matter and it does make sense to have the separate. If all of the maps are rolled into 1 mod, then the maps themselves don't get any recognition at all. No subs, no likes, no favourites, etc. It may not matter to you as a user who just wants as many maps as they can have, but it does matter to a lot of the other map makers who put their own time and effort into creating the maps

I19: Sure it does matter but thats why this should be some kind of team effort with all the maps listed with links and references, but for a mod like this to work it needs to be brought down or we are stuck with the 40 map limit.

M5: all of us involved in it are aware. But we cannot force every map maker to agree with putting their maps into one mod. Some people have said they can get more than 40 mods working. It's a matter of finding the right solution. And yes, while having links and references is good, it does almost nothing for the map itself. If you look at our most popular maps. They have 1000s of downloads and only a fraction of even those downloads are upvoted on the map itself. Which means having just a reference link would not only mean probably no upvote, but no subscription as well. Trust me, everyone involved on this wants it to be as great as it can be, but just assuming every map can, and should, be thrown into 1 mod just doesn't make any sense. By the end of the mod, there will likely be 20-50+ map makers involved. So we may need to find a better solution than putting them all into 1. Just food for thought. We don't make money making maps. We do it for people to enjoy playing on them, but if we don't get feedback or recognition for the work, it makes it hard to maintain the motivation to keep pumping them out :). Which is why I can understand any map maker not wanting to put their maps in 1 single mod (le sous-lignage a été effectué par nous).

Comme cet échange en témoigne, les moddeurs accordent une telle importance à la reconnaissance qu'ils sont prêts à sacrifier une partie de la qualité et de la convivialité de leurs mods plutôt que de risquer de voir leur travail insuffisamment reconnu.

8.2 Reconnaissance idéologique

The secret desire of every mod creator is to get recognition from the companies who are making the games (Paroles prononcées par Tom Munstein, un moddeur qui est parvenu à se trouver un emploi à temps plein comme développeur de jeux vidéo. Cité dans Kücklich, 2005 : Pages non-disponible dans la version Web).

the sickening effect of programmed environments show that people in them become indolent, impotent, narcissistic and apolitical (Illich, 1992 : 47).

La section précédente nous a permis d'identifier les différentes façons par lesquelles les moddeurs de la communauté regroupée autour des jeux de la série Total War : Warhammer voient leurs contributions reconnues. Cependant, nous n'avons toujours pas expliqué pourquoi cette reconnaissance devrait être qualifiée d'idéologique. Rappelons tout d'abord que, selon Honneth, toute forme de reconnaissance idéologique doit répondre à trois conditions, également présentes dans toute forme de reconnaissance légitime : 1) exprimer positivement la valeur d'un individu ou d'un groupe social; 2) être perçue comme étant crédible par ceux à qui elle est octroyée; 3) souligner une valeur nouvelle ou une performance particulière de la part de celui ou celle qui la reçoit. Mais, à la différence de la reconnaissance légitime, la reconnaissance idéologique demeure purement symbolique. Elle ne s'accompagne pas de gestes concrets permettant d'améliorer la situation matérielle des personnes concernées. Son but premier n'est pas d'améliorer la situation de la personne à laquelle elle est octroyée, mais plutôt de bâtir une relation de pouvoir conduisant à une forme de servitude volontaire

Notre netnographie nous a permis de constater que la reconnaissance attribuée à ces moddeurs remplit les trois conditions initiales (valorisation positive, crédibilité, particularité de la performance), comme le montre par exemple cette remarque de R9, qui reconnaît explicitement que la reconnaissance qu'il a obtenue en tant que moddeur lui a permis non seulement de développer une identité qu'il juge positive, mais également d'accroître sa confiance en lui. *"I feel that there is a strong identity associated with being a modder. It's really cool to not simply be a regular player and to be able to play the games the way you want to play it, to bend the rules of the game [...] It's also actually very empowering and gratifying to see all these people play and appreciate something you created"* (R9). Certes, tous les moddeurs n'accordent pas une telle importance à cette reconnaissance, mais même les plus sceptiques avouent y être sensibles :

In my experience "modder identity" often associates with the most negative aspects of this activity [...] I personally knew many very vocal modders who behaved themselves the way I really despise. this varies from being very arrogant, constantly begging for donations or even being openly whiny, as much as I hate using this word outside of its direct meaning. there was a guy who deleted all his

well-made mods just because according to him "he was sick people's gimme-gimme and no gratitude behaviour" (almost a direct quote). But at the end of the day, I would be lying if I said that it don't have any importance for me (R12).

Ainsi, on peut donc constater qu'à l'instar des utilisateurs des plateformes LinkedIn et Facebook qui construisent leur identité grâce au "travail" qu'ils effectuent sur celles-ci (Cava, 2018), l'identité des individus qui s'adonnent au modding est en partie constituée par la pratique de cet art, ainsi que par la reconnaissance que cela leur permet justement d'obtenir. Effectivement, tout comme c'est le cas pour ces premiers, le travail immatériel qu'implique la création de mods amène les moddeurs à réaliser ce que Anderson et al. nomment du "*social labour*", concept qu'ils définissent comme étant: "*the means by which consumers add value to their identities and social relationships through producing and sharing cultural and affective content*" (Anderson et al., 2016: 384). L'accomplissement de cette tâche est d'une importance capitale dans le monde actuel, considérant que depuis l'avènement de la modernité, l'identité d'un individu est beaucoup moins stable, puisque le processus de construction de celle-ci s'est grandement affranchi des différents facteurs héréditaires et patrimoniaux (Giddens, 1991). Bien que bénéfique à de nombreux égards, cet affranchissement s'est accompagné d'une certaine angoisse existentielle, car l'individu doit prendre en main sa propre construction identitaire, ce qui implique non seulement le repérage de formes d'identités auxquelles il souhaite adhérer, mais demande également (du moins si l'on se fie à Simmel) que son adhésion à celles-ci soit confirmée par les autres (Styhre, 2018). Puisque la reconnaissance que les moddeurs obtiennent aide à la réalisation de cette tâche maintenant névralgique, on peut affirmer, sans crainte de se tromper, qu'elle répond aux trois conditions que nous avons énoncées ci-dessus et que ce désir de reconnaissance des moddeurs ne peut être considéré irrationnel. Il n'est d'ailleurs aucunement surprenant de constater que la prosommation joue un tel rôle, puisqu'elle combine à la fois des activités de consommation et de production, et que ces deux activités ont été identifiées à maintes reprises comme étant constitutives de l'identité du sujet moderne¹⁹⁸ (Fleming, 2015; Gauthier, 2014; Streck,

¹⁹⁸ Sans mentionner que la littérature scientifique sur la prosommation a démontré à plusieurs reprises que celle-ci jouait un rôle important dans la construction identitaire de ceux qui s'y adonnent (Cova, 2017).

2016; Styhre et Engberg, 2003 ; Webb, 2006). Outre (bien que reliée à) la question identitaire, la reconnaissance octroyée aux moddeurs ne peut être considérée irrationnelle, car elle permet à plusieurs de ces moddeurs de développer une marque de soi ("*self branding*"). La marque de soi est un concept relativement récent, tirant ses origines de la littérature managériale de la fin des années 90, principalement des œuvres de Stedman Graham, Tom Peters et Peter Montoya (Hearn, 2008b). L'idée principale derrière ce concept est que le premier facteur de succès professionnel et pécuniaire est justement la capacité d'un individu de développer une image de soi qui sera considérée attrayante par les autres, et de la populariser. Plus, précisément: "*Self-branding involves the self-conscious construction of a meta-narrative and meta-image of self through the use of cultural meanings and images drawn from the narrative and visual codes of the mainstream culture industries. The function of the branded self is purely rhetorical; its goal is to produce cultural value and, potentially, material profit*" (Hearn, 2008a: 198). L'importance accordée au développement de cette marque de soi était principalement présente chez les moddeurs qui voyait la réalisation de cette activité comme un tremplin afin de soit accéder à un emploi formel dans l'industrie des jeux vidéo (préférentiellement) ou bien d'obtenir une rémunération sous forme de donations¹⁹⁹.

I'd like to work in the video game industry and I believe it [modding] is a way to get some form of recognition and be approached by a developer or use it as an asset in your CV since I know a few people on the Lord of the Rings mod team who have sent job applications to Creative Assembly and other game companies based on their mods. And a few Creative Assembly members were hired due to their mods or work on modding (R13).

I see modding as the apprenticeship towards indie development, or for a lucky few a way to get noticed by the tripple-A industry. You can develop skills and still make mistakes while making mods, without tarnishing your reputation or 'resume' as a developer. When you start making actual games, each bad title needs several successful titles to bury that mistake. (M6).

Ces moddeurs poussés par un esprit mercantile sont un exemple frappant de ce que du Gay (1996) nomme l'entrepreneuriat de soi, c'est-à-dire une propension à considérer toutes les activités dans lesquelles on est impliquées comme un moyen de développer (ou du moins de reproduire et d'actualiser) son capital humain. Mais même chez les moddeurs

¹⁹⁹ Voir ci-dessous pour davantage de détails à ce sujet.

qui n'envisageaient pas cette activité comme une source de revenus potentiels, le développement d'une marque de soi restait tout de même, règle générale, un processus hautement valorisé, puisque c'est en partie grâce à celle-ci que les moddeurs parviennent à être acceptés au sein des équipes de moddeurs compétents ou à attirer d'autres moddeurs afin de les aider à réaliser leurs propres projets complexes.

Toutefois, malgré qu'elle réponde aux trois premières conditions qu'une reconnaissance légitime implique, il faut considérer la reconnaissance obtenue par les moddeurs de la communauté TW: W comme étant de nature idéologique, puisqu'elle reste au niveau symbolique et ne s'accompagne pratiquement d'aucun geste concret permettant d'améliorer leur situation matérielle. Débutons tout d'abord avec un exemple relativement bénin de l'incapacité qu'a cette reconnaissance à avoir des impacts importants sur le plan matériel. Lorsque l'on accède à la plateforme Steam Workshop, l'un des premiers messages qui apparaît est le suivant : "Vous avez toujours rêvé de voir vos brillantes idées prendre vie dans les jeux joués par des millions de personnes ? Maintenant vous le pouvez avec Steam Workshop. Ici vous pouvez soumettre, trouver et télécharger de nouveaux contenus et modifications pour vos jeux Steam préférés". On retrouve également une affirmation semblable dans la section concernant les mods du "Contrat de licence de l'utilisateur final" (CLUF) que doivent accepter toutes personnes voulant créer ou télécharger des mods. "SEGA encourage ses utilisateurs à exprimer leur créativité et améliorer l'expérience de la franchise Total War par le biais de création de modifications (y compris, mais non limité à, de nouveaux objets, personnages, modèles, textures, niveaux, axes narratifs, musiques et modes de jeu) à utiliser avec le Produit (« Mod » ou « Mods »)". Pourtant, l'une des plaintes qui revenaient le plus souvent lors de nos entrevues et dans les discussions que nous avons analysées est que le kit de création fourni par CA pour les jeux de la série TW: W était incroyablement restrictif, surtout en comparaison des kits que l'entreprise avait publiés pour ses jeux précédents. Plusieurs des moddeurs voyaient dans ce changement d'attitude de la part de CA une tentative de restreindre le potentiel de création des moddeurs, de manière à ne pas nuire aux contenus

téléchargeables (DLC) que l'entreprise publie périodiquement, les cantonnant ainsi à un rôle de réparateur plutôt que d'artiste.

It's apparent that the tools produced are barely fit for purpose [...] Why is it that CA appears to be intent on removing creativity, and why is it that CA is intent, even within the constraints set by GW to limit the creation of non-Warhammer assets, limiting the game to what is the developers vision only [...] You guys have built the Cistine Chapel. Please help let the Community paint the ceiling. (I20).

I actually think that CA (sega in particular) are "afraid" of modders [...] It is known that strategy games are a niche genre now which doesn't make a lot of profit. Thus DLC sales are needed in order to fund post-launch support. I am not against DLCs -- far from it, I actually bought all of them to support devs, however I think CA and SEGA understand what passionate and talented people from modding community are capable of, thus restricting modding possibilities such as using custom models, animations, editing campaign map and etc. If it was available, we would probably had all official and mentioned races by now, along with 100% complete unit rosters for all factions with like 10+ unique Legendary Lords leading them :) [...] Presently, it seems CA only want modder to fix the bugs in their games, which is the least interesting part of modding (R12).

Conformément à la stratégie de l'entrepreneur politique identifiée par les autonomistes, CA crée ici un cadre d'action qui encourage les activités de prosommation les plus rentables pour l'entreprise et restreint celles qui pourraient lui être dommageables. Bien que notre collecte de données de nous permet pas de le certifier (car ne porte que sur une seule communauté de moddeurs), on peut croire que l'on soit en train d'assister à l'une des perpétuelles tentatives du capitalisme de recréer et d'accentuer la séparation entre la conception et l'exécution du travail. Comme Braveman (1998) l'a démontré, bien que dans les débuts d'une industrie, il se peut que les travailleurs bénéficient d'une relative autonomie et puissent se servir de leur créativité, plus celle-ci devient établie, plus elle tend à systématiser et codifier le travail effectué. Ainsi, si les conclusions de Braveman s'appliquent au "travail" des moddeurs, il semble donc que la période que l'on pourrait qualifier d'âge d'or du modding (du fait de la grande autonomie qu'elle laissait aux moddeurs) soit déjà dans une phase de déclin. et que cette pratique est en train de devenir de plus en plus restrictive et contrôlée.

Une deuxième raison nous permettant d'affirmer que la reconnaissance obtenue par les moddeurs n'est que de nature idéologique est que CA ne retient pratiquement aucune de leurs suggestions visant à faciliter leur travail, et ce même dans les cas où leur mise en oeuvre ne représenterait qu'un coût minime pour l'entreprise. L'exemple le plus frappant à ce sujet est l'inaction de CA face aux plaintes des moddeurs concernant l'impossibilité de savoir précisément quels fichiers ont été modifiés lors des mises à jour des jeux. Bien que cela puisse sembler relativement mineur, le fait de ne pas communiquer clairement aux moddeurs ces informations les oblige à passer un temps énorme à tenter de localiser eux-mêmes les lieux de ces modifications, puisque les mods cessent de fonctionner si certains correctifs ne sont pas apportés. Pour les moddeurs les plus prolifiques, chacune de ces mises à jour peut entraîner une quarantaine heures d'un "travail" qu'ils considèrent extrêmement désagréable, tout en les forçant à subir une pression énorme de certains membres de la communauté qui ne se gênent pas pour les harceler afin qu'ils réalisent ces corrections le plus rapidement possible. Un de ces moddeurs prolifiques nous assurait ainsi que les :

official updates/dlc releases are always total nightmare for modders, for overhauls even worsen

Pretty much whole mod must be reworked and fixed to be again fully operational on latest game version [...] with last patch and dlc (norsca) i created our update log where i posted daily progress with fixing mods and how it all goes - took me 9 days to fix and update all, every day 4-6 hours of work.

usefull changelogs for us would be so good, finding every time change between thousands and thousands lines of code and tables can be nightmare sometime[...] you miss just 1 = game wont start

its not pleasant to see al lyour work ruined when patches/dlcs are released and then thousands people demand to update/fix the mod so they can keep playing it (R2).

Cette frustration est d'autant plus grande, que la communication de ces informations ne demanderait qu'un effort relativement mineur de la part de CA, selon les moddeurs. Mais malgré des demandes répétées à ce sujet, l'entreprise continue à les ignorer, et demande même (selon certains moddeurs) aux modérateurs des forums de fermer toute discussion tournant autour de cette question.

Cependant, la raison principale qui nous permet de qualifier d'idéologique la reconnaissance que reçoivent les moddeurs est à chercher du côté de la répartition asymétrique de la valeur créée par ces derniers. L'Accord de Souscription Steam contient d'ailleurs une clause révélatrice à ce sujet: "Sauf disposition contraire dans les Conditions spécifiques d'une application, vous convenez que l'appréciation de Valve²⁰⁰ vis-à-vis de vos Contributions au Workshop représente votre entière compensation à ce titre, et que vous ne bénéficiez d'aucun autre droit ou compensation dans le cadre des droits accordés à Valve et à d'autres Souscripteurs" . La seule compensation qu'obtiendront les moddeurs en échange de leurs contributions est donc la gratitude de Valve: la reconnaissance qui leur est offerte ne restant qu'au stade discursif et symbolique. On retrouve sensiblement la même condition lorsque l'on étudie le CLUF des jeux de la série TW: W. Ce dernier mentionne spécifiquement que les moddeurs ne peuvent exploiter les Mods qu'ils créent à des fins commerciales, et que tout mod téléversé devient propriété de Sega. Le contrat entre l'entreprise et les moddeurs apparaît donc très dissymétrique, puisque seule la première peut retirer un bénéfice matériel du travail des seconds. Mais une telle affirmation présuppose que les mods créent effectivement de la valeur pour les entreprises de jeux vidéo, ce que ces entreprises contestent énergiquement. Certains moddeurs nous ont révélé qu'au cours des discussions qu'ils ont eues avec CA, celle-ci mentionna à de nombreuses reprises que les statistiques de ventes ne révèlent aucune corrélation entre les mods et le montant des ventes. Mais pourquoi alors encourager le modding ? CA affirme qu'elle met des kits de création à la disposition des moddeurs parce que ses employés apprécient jouer aux mods créés par la communauté et qu'elle estime la créativité de ces moddeurs.

Kücklich (2005) a déjà souligné ce double jeu des entreprises de jeux vidéo : encourager constamment la participation des moddeurs et dans le même temps s'efforcer de délégitimer leur activité. Gallagher et al.(2017) explique par ailleurs que :

²⁰⁰ Souligné par nous. Rappelons que Valve est l'entreprise qui exploite la plateforme Steam Workshop.

Empowering people to make mods may help to increase sales, but empowering people to make games that are seen as equivalent to the products these companies are trying to sell would likely have the opposite effect. Studios like Bethesda must therefore walk a fine line between supporting an active user base that is able and willing to produce content for their game, and fostering direct competition or, perhaps worse, delegitimizing the very notion of games as commodities (Gallagher et al., 2017: 41).

A l'instar de nombreuses autres études (Gallagher et al., 2017; Kretzschmar et Stanfill, 2018; Kücklich, 2005; Linn, 2012; Postigo, 2003; Reardon et al., 2017; Scacchi, 2010), et contrairement à ce qui est allégué par CA, notre enquête suggère que les mods permettent d'accroître les ventes d'un titre. Les sites de discussion regorgeant de témoignages de joueurs affirmant que les mods constituent la principale raison pour laquelle ils ont acheté certains jeux ou expansions.

This mod immediately renewed my fascination for this game when I first found it and so far I bought 3 DLCs (I'm even considering the last missing Beastmen DLC right now) ONLY because I needed to see how you guys improved on the content I did not have!

CA should consider to employ you guys as playtesters and gameplay designers, because their Vanilla game just doesn't cut it. Tell me you'll keep doing this for the next two iterations and I'll keep buying the s&%t out of this franchise! (121)

If it wasn't dedicated moders like you, wich share the similar view of what the game should be, I would stop playing this game after 20 hours or so. To see these units you add on the roster, just give more options for players who enjoy a more role play approach than trying to be the ultimate optimal build all the time. Wich is what vanilla force you or it punish you.

Once again thank you for sharing your work with the community, you saved this game for me and probably many others and without you CA would never sold me a dlc and i wouldn't even consider buying the second game. (122)

Rappelons que selon les autonomistes, l'une des tâches de l'entrepreneur politique est de fractionner le processus de production, de manière à attribuer la création de valeur à l'entreprise, et à délégitimer et déprécier les activités de la multitude (Negri, 2018). En refusant d'admettre que les activités des moddeurs ont une quelconque incidence sur la vente de ses jeux, on constate que CA agit exactement de la sorte. Elle sous-entend qu'elle est l'unique responsable du succès commercial de ses jeux, et ce, même si nombre de

moddeurs et de joueurs affirment que les moddeurs possèdent autant, sinon plus, de capacités techniques et de créativité que les employés formels de l'entreprise. Le processus de production se trouve donc artificiellement fractionné: seule est considérée comme productive la contribution d'une minorité de personnes, qui est par conséquent rémunérée, tandis que la contribution des autres est jugée insignifiante et n'est donc pas rémunérée. La séparation entre travail productif et travail improductif ne reposant, dans ce cas précis, sur aucun fondement rationnel.

Notre étude nous a également permis de repérer un autre processus par lequel les mods parviennent à créer de la valeur pour l'entreprise: leur intégration directe dans le jeu. Plus précisément, cela signifie qu'une partie du code créé par un moddeur est parfois incorporée directement dans un des jeux de l'entreprise. Un des moddeurs interviewés nous a assuré que: *"My most popular mod is an incredibly simple fix that fixes parts of the user interface for Total War Warhammer. I haven't gotten direct confirmation from Creative Assembly, but it appears my changes have actually been implemented into the second Warhammer game, so that's pretty cool/exciting [...] and I might be able to wrangle it onto my resume somehow"* (R6). Bien que de prime abord, il puisse sembler improbable que l'entreprise s'approprie directement le travail d'un moddeur sans même le lui demander ou le créditer, il faut se rappeler que cette pratique est autorisée par le CLUF que les moddeurs doivent accepter avant de télécharger le kit de création. D'autres studios de développement de jeux vidéo qui possèdent une vaste communauté de moddeurs, tels Bethesda, ont déjà admis avoir directement procédé de la sorte (Gallagher et al., 2017; Kretzschmar et Stanfill, 2018). Force est donc d'admettre que Negri a au moins en partie raison lorsqu'il affirme que: *"the exploitation of the intellectual (immaterial) social labour is, purely and simply arbitrary. Capital does not provide and does not risk anything in this matter. It simply steals. It organises, through company structures, both individuals and collective, dispositifs of expropriation and outright theft"* (Negri, 2018: 16).

Et cette reconnaissance idéologique semble "fonctionner". Sauf en de très rares exceptions, les moddeurs continuent à jouer au jeu selon les règles établies par les entreprises de jeux vidéo et à se soumettre aux pratiques établies par celles-ci. En tout les cas, parmi les moddeurs interviewés, aucun ne se jugeait exploité par ces entreprises, et ce, même s'ils savaient pertinemment que le travail qu'ils réalisaient était similaire ou supérieur à celui des employés de l'entreprise. On peut citer à cet effet, l'exemple de R4, qui affirmait que: "*The two of us [il crée ses mods avec une autre personne] are making job of like 20-50 people in CA now I think we make graphics, scripts, stats, balance, whole game [...] But no, i don't think i'm exploited, CA is making their part, we are making our [...] nobody forces us to mods*" (R4). Dans la même veine, un seul des moddeurs que nous avons interviewés pensait que les entreprises de jeux vidéo devraient rémunérer directement leur travail²⁰¹. Les autres jugeaient que la situation présente n'est pas inéquitable et allaient même parfois jusqu'à trouver des raisons permettant de la justifier: "*I don't think companies should directly pay modders because how would you decide who gets what? how do you police that no one gets paid for content they stole from another modder?*" (R10). La puissance de cette reconnaissance idéologique est également révélée par le fait qu'aucun des moddeurs interviewés n'était tenté par l'exode, qui est selon Hardt et Negri la forme principale que prend la résistance dans le biocapitalisme. Il leur serait pourtant tout à fait possible de passer outre les directives de Sega et de téléverser leurs mods sur des sites appartenant à des entités non-commerciales. Pourtant, à notre connaissance, aucun moddeur de la communauté TW: W ne le fait. La réponse donnée par R9 est assez exemplaire à cet égard: "*There's no reason for me to upload my mods anywhere else than on Steam. Not only is it illegal, but I want my mods to be played and enjoyed by the maximum of person and Steam is by far the best place to do so*" (R9).

On peut croire que la force de ce dispositif idéologique s'explique par le fait que le désir de se distinguer est pratiquement une composante de la nature humaine, puisqu'on retrouve ce désir, à divers degrés, dans quasiment toutes les cultures, sociétés et

²⁰¹ Celui-ci (R2) suggérait que les entreprises de jeux vidéo devraient donner une certaine somme d'argent aux moddeurs en fonction du nombre de fois que leurs mods sont téléchargés et installés. De cette manière, les mods resteraient gratuits, et les moddeurs auraient un incitatif financier afin de réaliser des mods de qualité.

communautés ayant peuplé l'histoire de l'humanité, quoiqu'il va sans dire que les formes concrètes qu'ont prises les façons de se distinguer varient énormément (Baudrillard, 1970; Bourdieu, 1979; Mauss, 1923; Streeck, 2016; Veblen, 2007). Si l'on se fie à Ouellet (2016), l'importance de cette forme de reconnaissance a d'ailleurs pris des proportions endémiques au cours des dernières années, car il affirme que le désir de célébrité ("*celebrity drive*") est le principal mode de subjectivation du régime d'accumulation capitaliste actuel. Constat qui semble accrédité par les nombreuses études sur le sujet qui tendent à démontrer que la proportion d'individus qui accorde une forte importance à ce désir a augmenté considérablement au cours des dernières décennies (Twenge, 2013).

Cet état des choses est d'autant plus surprenant que le modding représente des coûts matériels souvent importants ou à tout le moins des coûts d'opportunité élevés. Premièrement, il faut savoir que la réalisation de mods demande parfois d'investir dans divers programmes informatiques. Par exemple, un des moddeurs interviewés nous a assuré que : "*For 3D modelling I have to use 3ds, Zbrush, Substance Painter, xNormal, Photoshop, Marvelous Designer. Not sure exactly how much it cost me, but at least a few hundreds*" (R11). Cela dit, il ne faut pas exagérer les coûts financiers associés au modding, car la grande majorité des moddeurs nous ont affirmé qu'ils étaient en mesure de programmer des mods à l'aide de ressources informatiques accessibles gratuitement. En revanche, la situation est beaucoup plus problématique en ce qui concerne le temps et l'énergie dépensés, puisque la réalisation de mods est une activité extrêmement chronophage. La quasi-totalité des moddeurs interviewés nous ont affirmé qu'ils y consacrent au moins une dizaine d'heures par semaine, tandis que les moddeurs les plus besogneux assurent y allouer au moins une trentaine d'heures. Ces chiffres sont toutefois extrêmement variables. Plusieurs moddeurs rapportent travailler plus de 40 voire 60 heures dans les semaines suivant la sortie d'une nouvelle mise à jour ou d'un DLC²⁰². Les plaintes relatives aux effets néfastes du modding sur la vie personnelle et professionnelle sont d'ailleurs monnaies courantes au sein de la communauté, et

²⁰²Mentionnons également que les moddeurs tendent à développer ce qui est nommé par Hong et Chen (2014) la "*conscience du moddeur*", c'est-à-dire, une propension à penser en tout temps et en tout lieu aux modifications qu'ils pourraient apporter à leurs mods afin de les améliorer. Selon ces auteurs, cela ne consiste en rien de moins qu'en une forme de travail invisible.

plusieurs moddeurs s'interrogent eux-mêmes sur les raisons pour lesquelles ils continuent à s'adonner à une telle activité.

I sometime wonder why I'm doing this. I spend so much time on this, and it's far from glamorous, most of the tasks are so tedious. changing a bit if code here and there, correcting bugs, answering the same questions from the community. It's such a chore. If I had put all this time into something really productive, I would be a lot less broke and I probably obtained my degree lol (R10).

The obsession with perfection hurts my health. I learned that sometimes I need to take a break. But it's really hard to do, it seems like there's something that forces me to continue modding (R14).

Notons tout de même que certains moddeurs parviennent à retirer des bénéfices matériels de leur activité, grâce en particulier au site Patreon. Ce site a pour mission de permettre aux créateurs de contenus en tous genres (musicien, auteur, photographe, dessinateur, moddeur, etc.) de vivre de leurs créations, par le biais de dons mensuels offerts par leurs admirateurs et supporteurs. Ceux-ci se voient récompenser de diverses façons, les plus fréquentes étant la possibilité de télécharger certains contenus inédits, de se voir accrédi- ter au générique du jeu, ou bien de dicter spécifiquement une partie du contenu qui va être créé. Du point de vue des moddeurs, l'avantage de ce site Web est qu'il permet d'obtenir une forme de rémunération, tout en préservant la gratuité d'accès aux mods. Ce qui permet donc de maximiser leur diffusion et de rester en phase avec l'esprit de don et de partage qui est valorisé par la grande majorité des moddeurs. Bien que dans la plupart des cas, les dons qui sont obtenus via ce site sont somme toute mineurs, et ne permettent pas de compenser monétairement l'effort qui est effectué par les moddeurs, il existe certaines exceptions. Exceptions qui se retrouvent presque exclusivement dans les pays que l'on pourrait qualifier de "périphériques", pour reprendre la taxonomie de la théorie de la dépendance. En effet, l'un de nos répondants habite en Pologne, et les dons mensuels qu'il a rapportés obtenir grâce à Patreon s'élèvent approximativement à 1800\$ US. Considérant que la plateforme retient environ 10% de cette somme, et que les gains sont répartis entre lui et un autre moddeur, les mods qu'il crée lui permettent de retirer un revenu légèrement supérieur à 800\$ US par mois, ce qui est largement supérieur au salaire moyen ayant cours dans sa région, soit 450\$ US. Il faut toutefois prendre en compte que l'effort consenti afin

d'obtenir une telle somme est considérable, puisque le moddeur en question affirmait consacrer entre cinq et dix heures par jour aux activités de moddage, et ce, pratiquement sept jours par semaine²⁰³.

Mais, ce sont là des exceptions qui confirment la règle : la plupart des moddeurs doivent se contenter d'une reconnaissance purement symbolique. Parmi les 17 moddeurs que nous avons interviewés (moddeurs qui, rappelons-le, avaient été sélectionnés en fonction du nombre de leurs contributions et de leur popularité), seuls deux ont rapporté obtenir des dons un tant soit peu substantiels²⁰⁴. Dans le deuxième cas, la somme mentionnée était de 700\$ par mois et devait être divisée avec les trois autres membres de l'équipe de ce moddeur. Bien que notre échantillon soit relativement restreint, on peut penser que cette situation est représentative de ce que vivent la plupart des moddeurs sur ce plan. Dans les nombreuses discussions portant sur la question des dons aux moddeurs, la quasi-totalité des intervenants rapporte les mêmes conclusions.

A subscriber of mine suggested to me that I add a donation link [...] I decided to do it because this isn't a quick to make sub-mod, and is literally like a part time job to keep updated, develop new changes and content, and to read and answer all the questions and discussions going on; which when you're married and have responsibilities, is not easy to do, and can cause conflicts [...] Honestly though, maybe a few dozen people, out of 20,000+ subscribers have given any donation, and that's fine, because I never expected anyone to give anything in the first place. So it's up to you if you want to add a donation link or not - just don't expect to be a profit or anything (M3).

Au final, il semble donc bien que nous ayons à faire ici à un cas de reconnaissance idéologique, au sens qu'Axel Honneth donne à ce concept. D'une part, les moddeurs ne reçoivent le plus souvent qu'une rétribution symbolique pour le travail souvent considérable qu'ils accomplissent au service du jeu. D'autre part, ils s'accomodent le plus souvent de cette situation, sans vraiment la contester, ce qui permet de penser que ces pratiques de reconnaissance idéologique "fonctionnent". On a là une situation très

²⁰³ Il est intéressant de noter que c'est le seul moddeur parmi ceux que nous avons interviewés qui considérait cette activité strictement comme une forme de travail.

²⁰⁴ Un troisième moddeur a rapporté avoir reçu des donations s'élevant à 66 sous. Somme qui est, convenons-le, insignifiante.

semblable à celle de l'entrepreneur de soi néolibéral étudié par Honneth. Bien qu'une minorité de ces "entrepreneurs" parviennent effectivement à retirer des avantages matériels considérables de leurs activités, pour la grande majorité d'entre eux, cette nouvelle forme de reconnaissance ne se traduit que par un stress accru, un travail précaire, une augmentation de la charge de travail ainsi qu'une diminution de leur filet social (Honneth, 2006). Dans la plus pure tradition althusserienne, on peut donc affirmer qu'à la fois dans le cas des entrepreneurs de soi et dans le cas des moddeurs, la reconnaissance, loin d'être libératrice et émancipatrice, ne sert qu'à cloisonner les individus dans des subjectivités jugés socialement et économiquement désirables, sans ce soucier des conséquences néfastes au niveau matériel que celles-ci ont sur ces individus.

8.3 Limites de la reconnaissance idéologique?

The most important fact about human nature (if we still want to call it that) is that it can be and is constantly being transformed. A realist political anthropology must focus on this process of metamorphosis. This bring us back to the issue of making the multitude, through organization and self-transformation (Hardt et Negri, 2009: 191).

là où il y a pouvoir, il y a résistance (Foucault, 1976 : 125)

La reconnaissance idéologique dont le travail des moddeurs fait l'objet constitue une forme de biopouvoir, puisqu'elle permet de contrôler dans une certaine mesure les désirs, les actes et la subjectivité de ces prosommateurs. Toutefois, comme Foucault n'a eu de cesse de le montrer, toute forme de pouvoir suscite inexorablement des résistances (Negri, 2004; 2017). Notre collecte de données a permis de repérer certaines résistances, ou du moins certaines limites de la reconnaissance idéologique comme source de consentement. C'est le cas en particulier lorsqu'il est question de la commercialisation des mods.

Il faut savoir que la plupart des moddeurs considèrent leurs créations comme une sorte de commun, qui doit rester gratuit et accessible à tous. D'où par exemple leur vive opposition à la tentative de Valve, le propriétaire de la plateforme Steam Workshop, d'introduire des mods payants²⁰⁵ au cours de l'année 2015²⁰⁶. La justification principale qui fut donnée

²⁰⁵ Précisément, Valve avait offert la possibilité aux moddeurs d'apposer un prix aux mods qu'ils publiaient sur la plateforme.

²⁰⁶ Steam dut toutefois rapidement abandonner cette idée, suite à l'intense mouvement de contestation que celle-ci provoqua.

par l'entreprise est que cela permettrait aux moddeurs de vivre de leurs créations, à la manière de travailleurs autonomes, entraînant donc de ce fait un accroissement de la qualité des mods conçus. De plus, Valve affirmait que cette politique permettait de favoriser son rapprochement avec la communauté de moddeurs, et de leur offrir un meilleur soutien (Steam, 2015). Loin de se satisfaire de ces explications, la réaction des moddeurs et des utilisateurs de mods fut dans l'ensemble extrêmement virulente, et ce pour plusieurs raisons. Tout d'abord, le fait d'introduire une forme de barrière monétaire à l'acquisition des mods aurait, selon plusieurs moddeurs, pour effet de démolir l'esprit communautaire, basé sur l'aide et le partage, qui existe présentement.

*Modders mod for their own pleasure first and foremost
money should be seen as a bonus, and not an incentive
we are basically a community of volunteers
like every group of volunteers: if you start paying a few of them, but not the rest,
it bad for the collective mood (R10)*

*But I'm not agree with paid mods. Everyone should be able to access any mods.
That keeps the modding community going, and this is what makes it special. We
are like big family that share everything together. (R14)*

En somme, ces moddeurs rejoignent Simmel (1977) lorsqu'il soutenait que l'argent apporte une certaine liberté, mais détruit également les liens sociaux et fait en sorte que ses utilisateurs en viennent à se traiter en étrangers. Pour ces moddeurs, l'introduction de l'argent dans leurs communautés aurait pour effet, comme cela s'est produit dans les communautés antiques, de remplacer les relations sociales basées sur la confiance et le lien affectif, par des relations rationalisées, impersonnelles et quantifiées, entraînant une dissolution de la loyauté et de la sympathie entre les membres de la communauté. Les effets transformationnels de l'argent sont d'ailleurs tellement craints par certains moddeurs, qu'ils s'opposent également à la pratique généralement acceptée, voire encouragée, de demander des contributions volontaires de la part des utilisateurs de mods.

*Personally I think its a bit shifty even asking for money as support, let alone
demanding people pay to access the mod. In my opinion, mods should be for the
community to enjoy. By making people pay for mods, it could also destroy the
community of modders themselves, and discourage people from helping each
other out with tips and trick [...] Same thing can happens if every modders stat*

asking for some donation. I just think that you should mod for the community and enjoyment, and it shouldn't become a job or a way to make money (R11).

Ainsi, même cette pratique, qui semble éloignée de l'échange marchand et se rapproche d'une forme d'économie basée sur le don, est décriée par ces moddeurs qui craignent les répercussions que pourraient avoir sur la communauté tout type de considérations d'ordre monétaire.

La deuxième raison souvent avancée par les moddeurs afin de justifier leur refus de la commercialisation des mods est qu'il est difficile d'assigner précisément la paternité d'un mod. Ce qui n'est d'ailleurs pas surprenant, puisqu'il a été montré précédemment que l'une des caractéristiques du travail immatériel est de justement rendre opaque le lien entre une œuvre et ses créateurs. En outre, dans la situation évoquée, cette difficulté était accrue par le faible contrôle effectué par Valve sur les différents mods payants. L'entreprise laissait le soin à la communauté de déterminer si le prix de ces mods n'étaient pas excessifs et ne renfermaient pas du contenu obtenu sans les autorisations nécessaires. Cette approche faisait craindre à plusieurs moddeurs une explosion du nombre de cas de vols de contenus, puisqu'il aurait pu devenir extrêmement rentable de piller le code des meilleurs mods gratuits existants. Ces inquiétudes furent exacerbées lorsqu'il fut révélé que l'un des premiers mods payants disponibles utilisait du code provenant d'un autre mod, et ce, sans que le créateur de celui-ci soit crédité et compensé financièrement (Filed, 2015). Pour couronner le tout, le moddeur fautif indiqua qu'il avait contacté Valve à ce sujet, et que celle-ci lui avait répondu que cette pratique était acceptable. Ce faux pas semble avoir marqué les esprits des moddeurs, puisque plus de deux ans après les événements, plusieurs justifient leur opposition à la commercialisation des mods en s'y référant directement. *"I'm against paid mods, because how would you decide who gets what? how do you police that no one gets paid for content they stole from another modder? The first time they introduce it, there were tons of cases of robberies, and this would kill the community in the long run"* (R10).²⁰⁷

²⁰⁷ Un argument similaire est avancé par certains moddeurs afin d'expliquer leur refus d'accepter même des dons et des contributions monétaires volontaires comme forme de gratification pour la réalisation de leurs mods :

Une troisième raison souvent invoquée par les moddeurs afin de contester la commercialisation des mods est que ceux-ci n'offrent pratiquement aucune garantie de qualité, les seuls indicateurs étant le score du mod et des commentaires reçus (et comme il a été expliqué précédemment, certains moddeurs semblent croire qu'il est relativement facile de les falsifier). Ce qui faisait craindre une prolifération de très mauvais mods créés dans le seul but d'enranger un profit rapide. Sans compter le fait qu'outre les cas d'évidente mauvaise foi, les mods, et surtout les plus complexes, entraînent souvent des problèmes dans le jeu, et il est donc problématique d'exiger le déboursement d'une somme financière afin de se les procurer. Un moddeur explique que :

When you pay for software, you expect it to be properly tested and fully functional. Many people compare mods to DLCs [...]but there is a big difference between the two. DLCs are made by game developers. Time and money are spent to ensure the DLC is bug free and fully functional. Modders don't have the time nor the resources to make such claims about their mods. Mods often break the game, or sometimes, a mod is working, but is incompatible with another mod that on its own is working. This is the main reason why mods should remain free (M8).

Ces risques de dysfonctionnement sont présents à tout moment de la vie d'un mod, car comme il a été expliqué précédemment, l'installation d'une mise à jour ou d'un DLC a souvent pour effet de rendre un mod inutilisable, à moins que les moddeurs modifient certains des paramètres ayant été altérés. Selon les moddeurs que nous avons interviewés, ces réparations sont excessivement longues et pénibles à effectuer. Elles requièrent d'analyser minutieusement le code afin de trouver le lieu où les modifications ont été réalisées, puis de rendre le mod compatible avec celles-ci. Cela peut parfois prendre plusieurs jours, si ce n'est des semaines. Considérant l'aspect extrêmement désagréable de cette tâche, de nombreux mods sont rapidement abandonnés. Un des moddeurs interviewés s'est d'ailleurs référé à ce risque potentiel d'abandon afin de justifier son opposition à la commercialisation des mods. "*Often, mods are dropped fast, so think about*

I've had multiple people say they'd happily contribute, but I've always felt dirty about taking money for anything. The biggest issue I see is if you're accepting donations for a mod that might use assets from other modder: that can become a real copyright mess [...] I just feel like I've built on the work of so many other people. I should be giving them a cut. Accept donations but then re-donate it all to my sources? :p (M7).

situation when someone pay money for mod that stops working with next update and author dont update it. It will make the whole modder community look bad, and it will frustrate a lot of the players, creating a general negative ambiance " (R4).

La dernière raison qui est avancée contre les mods payants est liée au fait qu'il existe dans l'industrie des jeux vidéo de fortes pressions économiques afin de raccourcir le plus possible le temps de développement d'un jeu. À cause de celles-ci, il est fréquent que des jeux soient à toutes fins pratiques incomplets dans les semaines suivant leur lancement, du fait du nombre important de bogues qu'ils contiennent (Sihvonon, 2011). Souvent, ce sont uniquement grâce à des mods qui permettent de les corriger que ceux-ci en viennent à offrir une expérience de jeu acceptable. On peut citer à cet égard l'exemple du jeu Skyrim, qui dans sa version originale venait avec une interface d'inventaires²⁰⁸ tellement mal conçue qu'il rendait pratiquement le jeu injouable. L'entreprise ayant développé et commercialisé le jeu encourageait explicitement la communauté de moddeurs à régler par elle-même ce défaut (Moody, 2014). Bien qu'une telle pratique soit éthiquement discutable lorsque les mods sont gratuits, pour la plupart des moddeurs et des joueurs, elle constituerait en un moyen de gonfler artificiellement le prix d'un jeu si ceux-ci deviennent payants.

Scenario I would HATE to see happen:

Game Of The Year (Whatever it is) finally gets released (or ported) to the PC after 2 years on the console.

*- It is broken as f***.*

- Good news: There's a mod that fixes near everything!

- Bad news: It costs \$19.99.

I can totally see this happening. There are several games out there already that need mods just to be playable (M9).

Cette opposition envers la marchandisation d'un bien immatériel faisant actuellement partie de l'économie du don est, somme toute, loin d'être surprenante. Même si plusieurs

²⁰⁸ L'interface d'inventaires permet de trier et gérer les différents objets qui sont acquis par le joueur.

auteurs (Godelier, 1996; Marcoux, 2009; Mauss, 1923) ont démontré que ce modèle économique comporte certains désavantages (par exemple, un sentiment de subjection, d'humiliation voire d'oppression, si le receveur se sent incapable de redonner un don d'une valeur similaire), ceux-ci sont pratiquement inexistant dans les communautés de moddeurs, puisque l'anonymat empêche la création de ce type de relations négatives. Contrairement aux économies du don traditionnelles, dans lesquelles l'offrande initiale est en quelques sortes une atteinte à la liberté de celui qui la reçoit, puisqu'elle implique une obligation implicite de rendre, voire de rendre plus (Bourdieu, 1994), dans les communautés de moddeurs, le téléchargement d'un mod n'implique pas de devoir effectuer un don d'une "valeur" similaire ultérieurement et ne crée donc pas des rapports de domination symbolique. Fuir l'économie du don (Marcoux, 2009) ne comporte, dans cette situation, aucun avantage, car l'anonymat et l'impersonnalité que permet généralement le marché sont déjà possibles si l'utilisateur le souhaite (et ce, contrairement aux économies traditionnelles du don).

Cela dit, malgré cette "résistance", force est de constater que rien chez les moddeurs ne laisse croire qu'ils sont en train de développer une subjectivité remettant en cause le capitalisme, ni même les concepts les plus décriés du capitalisme. La quasi-totalité d'entre eux défendent notamment les principes de la propriété privée et de la propriété intellectuelle. Par exemple, ils sont les premiers à rabrouer les personnes qui s'enquière de la façon de faire fonctionner les mods avec des versions piratées des jeux en leur rappelant que non seulement ce type de discussion est interdit, mais que le piratage occasionne des coûts pour les joueurs : "*Is this op for real? You dont come on the official forum asking that [...]. you filthy pirating scumbag this is why everything is so expensive coz we pay extra for people like you*" (M10). Le respect de la propriété intellectuelle est d'ailleurs également utilisé, paradoxalement, par certains moddeurs afin de justifier leur opposition à la commercialisation des mods, démontrant que cette opposition est souvent loin d'être subversive.

I am against paid mods. We modders spend huge amount of time in our mods, but in the end we are modifying existing databases, scripts and textures that a company owns. We cannot demand payment for a modified database that does not

belong to us in the first place. I had the same opinion when I was a gamer and it has not changed now that I am a modder (R13).

En se basant sur ces constats, on peut croire que la principale raison de l'opposition des utilisateurs de mods envers leur commercialisation repose avant tout sur l'intérêt individuel, et que les appels à respecter la culture et la tradition du modding ne sont qu'un discours de façade. Ce qui est d'ailleurs explicitement mentionné par certains moddeurs:

All the complaints I've seen are from whiny brats complaining that they'll have to pay for something that they used to get for free. They talk about 'tradition' and 'the culture of modding' but that's just a smokescreen. They just want to keep getting their stuff for free and have no idea how much time and effort and energy goes into making things (M11).

Il faut également considérer qu'une forte proportion des moddeurs ne sont pas nécessairement opposés à l'idée même des mods payants, mais sont simplement rebutés par le partage des revenus qui était proposé, soit 75% à Valve, et uniquement 25% aux moddeurs. Selon eux, rien ne permettait de justifier que Valve s'accapare une telle proportion des revenus. Ce qui suggère une forme de subjectivité beaucoup plus en phase avec l'esprit rationnel et calculateur de l'*homo economicus* qu'avec celle de la multitude anti-capitaliste théorisée par les autonomistes.

I'm all for the experiment or whatever you want to call this, except for the part about policing the mods. Who the hell do they think they are to make 75% or MORE off of someone else's work, and then have the customers who bought that work, police it and the other thousands of mods in their free time so that they don't get ripped off. That sounds like such a figurative kick in the pants from Valve to the gamers' crotch.

I feel that this should cause the most outrage, for Valve even assuming that people will do that FOR THEM is both offensive and insulting. If you're making 75%, then YOU pay people to police your store... you money-grubbing monopolists. They want 75% and free content verifiers? (M12).

Et même si l'on interprète l'opposition des moddeurs à la marchandisation des mods comme une expression de la lutte des classe, force est d'admettre, à l'instar du courant de la critique de la valeur, que cette lutte ne permet pas d'esquisser le dépassement du capitalisme, mais peut tout au plus forcer sa transformation (Martin et Ouellet, 2014). De

fait, le refus de la commercialisation directe des mods a tout de même forcé Valve à modifier son approche concernant l'accumulation capitaliste découlant du modding.

8.4 Conclusion

The empowered subject of late capitalism spontaneously produces and pursues desires that are fully integrated into the circuits of capitalism and is responsible for maintaining both aspects of the economy: supply and demand (Rey, 2012: 409).

Si [...] la société globale de l'information correspond au stade évoqué par Marx de subsumption réelle de la société par le capital, il faut reconnaître, au contraire de l'auteur du *Capital*, que l'homme nouveau qui surgit du procès historique n'est pas l'ennemi mortel du capital. Bien au contraire (Ouellet, 2016, 35).

La figure du panoptique a tellement marqué l'imaginaire des théoriciens des organisations qu'il est pratiquement obligatoire de s'y référer afin d'expliquer comment sont exercés le pouvoir et la discipline dans les organisations (Carter, 2008; McKinlay, 2006). Cependant, pour certains auteurs, il serait maintenant anachronique d'y avoir recours, puisque la notion d'enfermement qu'elle implique semble plus en phase avec une société disciplinaire qu'une société de contrôle. Toutefois, nous croyons, à l'instar de plusieurs autres (Brown, 2012; Leclercq-Vandelannoitte et Isaac, 2013), qu'il faut voir le panoptique non pas comme un modèle immuable de subjectivation, mais comme un idéal-type des différentes pratiques et dispositifs de pouvoir qui se retrouvent de façon plus ou moins diffuse dans la société. Comme l'explique Foucault (1975), de par sa polyvalence, son invisibilité et l'absence de violence physique qu'il implique, le schéma panoptique ne nécessite pas obligatoirement l'enfermement, mais peut tout aussi bien fonctionner lorsque disséminé dans le corps social tout entier. Ce qui le rend pratiquement indispensable dans une culture et une société où le pouvoir ne doit pas principalement chercher à réprimer, mais à créer des individus productifs (remplaçant le principe de prélèvement-violence, par celui de douceur-production-profit). Effectivement, la plus grande force du panoptique est que bien que chaque individu agit et décide par et pour lui-même, ses choix individuels sont en fait presque entièrement contraints par le cadre normatif qui a été mis en place par les acteurs dominants (Laval, 2012). Selon nous, c'est sous cet angle qu'il convient d'interpréter les différents dispositifs de reconnaissance instaurés par les entreprises œuvrant dans l'industrie des jeux vidéo pour à la fois encadrer

le "travail" des moddeurs et le maximiser. Au contact fréquent et continu de ces dispositifs, le moddeur, tout comme le prisonnier benthamien, mais d'une manière plus douce et subtile, va adopter une subjectivité en phase avec celle dont ont besoin ces entreprises, et abandonner toute velléité de révolte.

Selon les autonomistes (De Angelis, 2017; Guattari et Negri, 1990; Singh, 2017), puisqu'il est source de communications intersubjectives et de relations affectives, une relation intensive avec le commun tend à avoir un effet transformationnel positif sur les subjectivités. Ce qui signifie, de manière plus concrète, que les individus qui sont en contact fréquent avec le commun vont en venir à accorder moins d'importance à leur seul intérêt individuel, pour se tourner vers des valeurs collectives comme l'entraide, le partage et la solidarité. Tel n'est pas ce que nous avons observé chez les moddeurs regroupés autour des jeux de la série TW: W. Le travail immatériel qu'ils effectuent a bien plus pour effet d'engraisser la machine capitaliste et de créer de nouvelles relations d'exploitation, que de favoriser le développement de nouvelles subjectivités post-capitalistes. Bien qu'une certaine forme de résistance existe en partie chez eux, elle est limitée en portée et en intensité, la plupart d'entre-eux semblant se contenter du *statu quo* ainsi que de la reconnaissance qu'ils obtiennent de la part des joueurs et des entreprises de jeux vidéo. Si, comme les autonomistes le croient, la bataille entre le capitalisme et ses opposants se joue principalement sur le terrain de la subjectivité, il semble bien que ces derniers soient en train de la perdre, même chez un segment de la population (les moddeurs) qui est souvent qualifié de radical (Kücklich, 2005; Söderberg, 2008). La prosomation semble finalement beaucoup plus propice à créer des narcisses obsédés par leurs images digitales, que de réels opposants au capitalisme. S'il faut en croire cette thèse, les causes de cette défaite probable sont en grande partie à chercher du côté des pratiques de reconnaissance idéologique instaurées par les entreprises

Conclusion

Labor power does not always already exist, ready to be commodified, rather its exploitation entails the destruction and creation of a form of social cooperation and subjectivity (Read, 2002: 133).

Cette thèse est le fruit d'une série d'interrogations successives. Dans un premier temps, nous avons cherché à répondre aux questions suivante : *En quoi consiste la prosommation, pourquoi ce phénomène est-il devenu si important au cours des dernières années et quelles sont ses différentes conséquences autant économiques, sociales qu'organisationnelles?* Au terme d'une première revue de littérature sur le sujet, centrée sur les principaux textes en gestion et en sociologie abordant ce phénomène, nous avons constaté notamment que ces travaux (surtout dans les sciences managériales), sauf rares exceptions, ont tendance à ne présenter la prosommation que sous une lumière favorable. Cherchant une analyse critique de ce phénomène, nous avons cru la trouver dans la théorie post-marxiste dite "autonomiste", qui s'intéresse depuis fort longtemps à la dissémination des activités créatrices de valeur dans tous les pores de la société. A la faveur d'une exploration en profondeur des travaux en question, nous avons été en mesure de proposer une définition riche et cohérente de la prosommation, que nous avons située dans le cadre de ce que nous avons appelé le biocapitalisme (car la création de valeur englobe dans le capitalisme actuel l'ensemble des activités de la vie humaine). Cela nous a permis de mettre en évidence que la prosommation, loin d'être strictement un phénomène économique et organisationnel, a en fait plusieurs implications à la fois sociales et même potentiellement politiques (transformation du processus de création de valeur, fusion entre valeur et valeurs, avènement d'une nouvelle classe révolutionnaire, dépassement du capitalisme...).

Cependant, nous avons constaté que l'approche autonomiste de la prosommation tend à sous-estimer, si ce n'est pratiquement ignorer, tout ce qui est accompli par les entreprises afin de "contrôler" les prosommateurs. En d'autres termes, les marxistes autonomistes nous semblent surestimer le pouvoir des prosommateurs. À l'instar de nombreux autres auteurs (Böhm et Land, 2012; Dardot et al., 2007; Dardot et Laval, 2014; Dean, 2019;

Dyer-Whiteford, 2015; Eden, 2012; Greaves, 2015; Jappe et Kurz, 2003), nous considérons donc que la théorie autonomiste affiche un optimisme naïf face au potentiel émancipateur de la prosommation et des nouvelles technologies de l'information et de la communication qui ont permis sa propagation.

Ceci nous a conduits à formuler une seconde question: *Comment les entreprises contrôlent-elles les prosommateurs ?* Pour tenter d'y répondre, nous nous sommes tournés vers la théorie des processus du travail (LPT), puisque c'est cette théorie qui, dans une perspective marxiste, s'est la plus attardée à la question du pouvoir dans les entreprises. La LPT nous a permis de mobiliser certains concepts que nous jugeons indispensables d'appliquer à l'étude de la prosommation afin de surpasser la vision dominante (même chez nombre de théoriciens critiques, comme le démontre l'exemple de la majorité des autonomistes) qui présente cette activité comme libre et spontanée. Les concepts les plus intéressants sont ceux d'indétermination subjective (soit que des facteurs identitaires et subjectifs peuvent faire en sorte que le travail réalisé par une personne soit inférieur à son potentiel de production), de consentement (qui se définit comme la participation active des travailleurs à la réalisation des buts managériaux et qui permet donc de réduire l'indétermination subjective des travailleurs) et de politiques de production (soit les manières concrètes qui permettent de créer le consentement sur les lieux de travail). Cependant, puisque ces concepts ont été élaborés dans le cadre de la relation salariale, nous avons considéré qu'ils n'étaient pas entièrement transposables à la prosommation, et qu'il fallait les modifier. Pour ce faire, nous avons finalement formulé la question de recherche suivante:

De quelle manière les entreprises parviennent-elles à obtenir le consentement des prosommateurs dans l'usine sociale?

Par la suite, nous avons utilisé les travaux de Honneth pour proposer l'hypothèse selon laquelle c'est grâce à des formes de reconnaissance idéologique que le consentement des prosommateurs est obtenu. Rappelons succinctement qu'à la différence de la reconnaissance légitime et sincère, la reconnaissance idéologique se cantonne au niveau discursif et symbolique, et ne permet donc pas d'améliorer la situation matérielle de ceux

qui l'obtiennent. Afin de tester notre hypothèse, nous avons effectué une netnographie au sein d'une communauté de moddeurs, puisque l'industrie des jeux vidéos est l'une de celle qui a le plus recours et qui est la plus dépendante de la prosommation. Cette netnographie nous a permis de tester la validité de notre hypothèse, et de découvrir concrètement les différents dispositifs qui sont utilisés par les entreprises de cette industrie afin de réduire l'indétermination subjective des moddeurs, et d'ainsi rendre leurs actions plus conformes à leurs besoins. Ainsi, nous avons été en mesure de démontrer que l'espoir qui est placé par les autonomistes dans l'aspect biopolitique du travail immatériel est démesuré, car rien ne laisse suggérer que les moddeurs (qui sont selon Kücklich (2005), un exemple concret de la multitude théorisée par les autonomistes) développent une quelconque subjectivité post-capitaliste.

Contributions

Outre les contributions que nous avons identifiées lors de la section précédente, notre thèse comporte plusieurs autres apports théoriques. En premier lieu, nous croyons que le premier chapitre de cette thèse propose l'une des revues de la littérature les plus extensives et les plus complètes sur les différents travaux et théories portant sur la prosommation que nous avons qualifiés de "*mainstream*". Bien que les travaux sur la prosommation soient nombreux, il n'existe, à notre connaissance, aucune recension des écrits qui ratissent aussi largement que celle que nous avons proposée. Celles que nous avons consultées portaient exclusivement sur une seule théorie permettant de comprendre la prosommation, comme par exemple la SDL ou l'innovation ouverte. Ainsi, même les chercheurs qui sont rebutés par le cadre d'analyse marxiste qui a été utilisé dans les chapitres subséquents de cette thèse pourront s'inspirer de ce chapitre initial afin de développer leur compréhension de la prosommation.

Deuxièmement, par son sujet même, cette thèse vient enrichir les CMS marxistes, car l'étude de la prosommation au sein de celles-ci reste encore embryonnaire. Comme le notent Beverungen et al.:

To date, organization studies has paid little attention to digital labour (Burston et al., 2010; Scholz, 2012), and whilst there has been some work on Facebook (e.g. Grassman and Case, 2009; Muhr and Pedersen, 2011), it has not developed a Marxist perspective in terms of digital labour [...] we suggest that this neglect results from the restrictive conception of labour that dominates Marxist analyses and focuses on paid employment in for-profit firms and other organizations (Beverungen et al., 2015: 474).

En démontrant que le processus de création de valeur se réalise de plus en plus dans la vie sociale des individus, et que les entreprises ne sont pas des acteurs passifs, mais ont un rôle important à jouer afin de canaliser vers eux une partie de cette valeur, cette thèse participe à l'évolution des CMS marxistes, qui tendent encore à être trop fortement bornés par les travaux de Braverman, et à ne limiter leurs analyses qu'au seul travail formel. Par ailleurs, bien que les études critiques en management n'aient pas complètement ignoré la prosommation, et qu'il existe tout de même certains travaux qui se basent sur la théorie autonomiste afin d'expliquer le phénomène, l'utilisation qui est faite de celle-ci tend à être relativement superficielle. Cette thèse permet de souligner notamment que la théorie autonomiste offre d'autres concepts que ceux d'usine sociale et de travail immatériel²⁰⁹ pour penser le phénomène de la prosommation.

Troisièmement, notre recherche démontre la pertinence de combiner deux courants post-marxistes qui tendent généralement soit à s'ignorer mutuellement soit à être mis en opposition : le marxisme autonomiste et la LPT (Bolton, 2010; Thompson, 2005). La pertinence de cette fusion avait déjà été notée par Böhm et Land qui déclaraient que :

despite their significant differences (Thompson, 2005), LPT and Autonomist Marxism can benefit each other greatly. LPT stands to gain from an increased understanding of the broader political economic changes that capitalism is undergoing and from a much clearer political grounding [...] Autonomist Marxism can benefit from a stronger empirical focus on the realities of control and resistance, the 'antagonism and cooperation' (Thompson, 1989: 245) in forms of labour, whether paid or unpaid, as well as from a stronger appreciation of the continued dynamics at work in the labour process as conventionally (Böhm et Land, 2012: 218-219).

²⁰⁹ Ceux-ci sont généralement les seuls concepts autonomistes qui sont mobilisés par les travaux sur la prosommation dans les CMS.

Malgré cet appel, ces deux auteurs n'ont jamais proposé une réelle fusion de ces deux théories. Notre recherche est la première du genre, du moins à notre connaissance (mis à part étude de Gandini (2018), mais qui ne réalise cette combinaison que de manière superficielle). C'est là une autre contribution aux CMS, car ce sont probablement les deux théories néo-marxistes qui sont les plus mobilisées dans ce champ de recherche.

Quatrièmement, l'utilisation que nous avons faite de la théorie de la reconnaissance idéologique développée par Honneth constitue une autre contribution aux CMS, car ceux-ci ignorent presque totalement l'œuvre de ce philosophe. Les rares travaux qui se réfèrent à Honneth dans ce champ de recherche (et dans les sciences managériales en général) ne présentent que l'aspect positif de la reconnaissance et négligent le fait que celle-ci, comme Althusser l'a démontré il y a plusieurs décennies, peut être aussi bien une source de pouvoir que d'émancipation. Bien que notre thèse se limite aux impacts de la reconnaissance idéologique chez les moddeurs, il est pratiquement acquis que celle-ci joue un rôle important dans la sphère du travail à proprement parler. La connaissance et la compréhension de cette théorie sont donc indispensables pour tout chercheur s'intéressant aux questions du pouvoir et du contrôle dans les organisations.

Cinquièmement, notre thèse apporte un éclairage sur une industrie (celle des jeux vidéo) qui, en dépit de son importance économique et de la place qu'y occupe la prosomation, tend à être négligée par la littérature scientifique, en particulier dans les milieux francophones. La monographie que nous en avons proposée vient, en partie, combler ce manque.

Finalement, nous croyons que notre recherche apporte également une certaine contribution au niveau politique, car en démontrant l'efficacité et l'attrait qu'a la reconnaissance idéologique pour les prosommateurs, elle ouvre la voie, paradoxalement, à des façons de la combattre. Effectivement, la résistance envers toute pratique de pouvoir

et de contrôle idéologique ne devient possible que lorsque l'on parvient à comprendre les fondements sur lesquels reposent leur efficacité (Rehmann, 2003).

Limites de la recherche

Malgré le temps et les nombreux efforts qui ont été déployés, cette recherche comporte tout de même deux limites majeures que l'on se doit de reconnaître. Tout d'abord, se pose le problème de la transférabilité des résultats obtenus. Rappelons que la transférabilité fait référence à la possibilité que les conclusions d'une recherche soient utilisables dans un contexte différent de celui où elles ont été élaborées. Bien que notre recherche portait sur la prosomation au sens général du terme, notre collecte de données n'a été effectuée qu'au sein d'une seule communauté de moddeurs (soit ceux qui se regroupent autour des jeux de la série TW: W), qui plus est sur la base d'une enquête qualitative, ce qui limite sans doute la portée de nos résultats (Patton, 2002). Outre le modding, il existe bien d'autres formes de prosomation, parfois très différente de celle que nous avons étudiée. Il est donc possible que des travaux portant sur les autres formes de ce phénomène aboutissent à des conclusions différentes des nôtres en ce qui concerne les politiques de prosomation et leurs effets. Cela dit, nous pensons que nos résultats seraient confortés par une enquête portant sur le modding en général ou même sur la prosomation dans les réseaux sociaux. On retrouve en effet sur ces réseaux une même quête de reconnaissance chez de nombreux contributeurs, exploitée de manière similaire par les entreprises qui en ont le contrôle (Hearn, 2011).

En deuxième lieu, nous sommes conscients que notre recherche est critiquable dans la mesure où elle offre une interprétation d'une situation qui diverge de celle effectuée par les personnes qui la vivent concrètement. Ce qui nous ramène au sempiternel reproche adressé aux auteurs de recherches tournant autour du principe de la "fausse conscience", soit d'avoir la prétention d'être les seuls qui soient parvenus à percer la mystification subie par la population étudiée. Sur ce point, on se doit d'admettre qu'il y n'y a pas vraiment de réconciliation possible, car une telle critique provient irrémédiablement de

lecteurs ayant une épistémè fortement différente de l'auteur de cette recherche. Le seul argument que l'on peut faire valoir est que les conclusions que nous avons proposées découlent d'un travail théorique et empirique extensif, et que nous avons exposé continuellement notre partie pris théorique et idéologique.

Avenue future de recherche

Les avenues futures de recherche qui sont ouvertes par cette thèse sont nombreuses. Tout d'abord, la première et la plus banale serait de simplement répliquer notre étude dans une activité de prosommation autre que le modding. Cela permettrait de vérifier si la reconnaissance idéologique est une source de consentement dans d'autres formes de prosommation. Cependant, on peut croire que la reconnaissance idéologique ne constitue pas le seul moyen utilisé par les entreprises afin de réduire l'indétermination subjective de prosommateurs. Il serait donc intéressant d'étudier d'autres industries dans lesquelles il est fait un usage intensif de la prosommation, afin de découvrir s'il existe effectivement d'autres moyens qui sont utilisés pour ce faire. Ce qui constitue la deuxième avenue de recherche qui est ouverte par cette thèse. Troisièmement, notre recherche ouvre également la porte à l'étude des différentes formes de résistance face à la reconnaissance idéologique. Bien que notre recherche ait montré qu'il existe certaines limites à l'efficacité de la reconnaissance idéologique, nous n'avons pas observé de réelle résistance de la part des moddeurs aux politiques qu'ils subissent. Il serait donc intéressant d'analyser des situations dans lesquelles la reconnaissance idéologique a été activement rejetée. L'identification de ces formes de résistance est d'autant plus importante qu'à la fois la théorie autonomiste et la LPT refusent de considérer le pouvoir capitaliste comme totalisant, et mettent donc une emphase importante sur cette question. Quatrièmement, au niveau méthodologique, il serait pertinent d'aborder la question du consentement en passant de l'autre côté du miroir, c'est-à-dire en réalisant une collecte de données non pas dans une communauté de prosommateurs, mais au sein même d'une entreprise dont le modèle d'affaires est en grande partie dépendant de la prosommation. On se doit de mentionner que nous avons effectué certaines démarches afin de pouvoir réaliser des

entrevues avec des employés de CA, l'entreprise qui développe les jeux de la série TW: W, mais que celles-ci sont malheureusement restées lettres mortes.

Enfin, à un niveau plus conceptuel, nous croyons que la recherche sur les inégalités pourrait grandement s'inspirer de l'analyse théorique de la prosommation qui est proposée par cette thèse. Bien que l'étude de cette question ait pris une importance considérable, surtout depuis la parution du livre de Piketty (2013), et que certaines voix se sont élevées afin d'inciter les sciences managériales à contribuer davantage au débat (Dunne et al., 2018), il n'existe, à notre connaissance, aucune analyse qui tienne compte des effets de la prosommation sur l'accroissement des inégalités économiques. On ne peut que déplorer cette omission. Dans la mesure où la valeur est maintenant de plus en plus créée au-delà de la relation salariale et hors des murs de l'entreprise, tout en étant presque entièrement accaparée par cette dernière, il est très probable que cela vienne aggraver les inégalités économiques dans nos sociétés. Rappelons que les entreprises qui font un usage intensif de la prosommation tendent à avoir un nombre d'employés par dollar de revenu beaucoup plus faible que les entreprises traditionnelles : la valeur qu'elles créent étant principalement accaparée par les propriétaires/actionnaires (Fuchs, 2015; 2019; Rushkoff, 2016). De plus, dans un ouvrage récent, Zorn (2017), bien que ne se référant pas directement à la prosommation, propose que l'accroissement des inégalités est tributaire de la capacité de certains acteurs de s'ériger en "extracteurs de rentes". Une telle analyse cadre évidemment parfaitement avec la notion du "devenir rente du profit" développé par les autonomistes, qui stipule que dans le biocapitalisme, l'exploitation consiste à capter les surplus productifs provenant des ressources cognitives et affectives d'un territoire, d'une population ou d'un public donnés, sans contribuer à la création de ces surplus.

Coda (ou post-scriptum)

Plusieurs solutions ont été proposées afin de réduire l'exploitation dont les prosommateurs font l'objet, et nous croyons qu'un travail sur le sujet ne serait pas complet sans en aborder au moins quelques-unes.

Évoquons tout d'abord deux propositions qui ne nous semblent guère prometteuses : la modification du code du travail et le paiement individuel des prosommateurs. Comme le mentionne Scholz (2017), de par la lenteur des institutions juridiques, les lois souffrent toujours d'un retard important quant aux relations issues des nouvelles technologies, retard qui s'avère irrattrapable dans le cas qui nous intéresse dans la mesure où les technologies liées à l'internet croissent si rapidement que l'écart ne cesse de se creuser. Quant à l'instauration d'une forme de paiement individuel pour les prosommateurs (équivalent à la valeur créée par l'individu en question) , elle ne peut que buter sur l'impossibilité de calculer la contribution individuelle de chacun dans le domaine du travail immatériel. En outre, différentes recherches en psychologie tendent à montrer que lorsque l'on instaure un système de rémunération monétaire dans les "*labor of love*", le degré d'effort diminue et les relations entre les participants deviennent plus instrumentales (ce qui brise l'esprit de collaboration existant préalablement) (Cook, 2008; Shirky, 2010). Une telle pratique n'aurait donc pour effet que de mener à ce que les autonomistes nomment l'érosion du commun, avec toutes les conséquences négatives que cela implique. De plus, celle-ci n'éliminerait pas l'exploitation qui existe dans la prosommatation (bien qu'elle pourrait amoindrir le taux d'exploitation) car elle ne remet pas en question la monopolisation, par les grandes entreprises, des moyens de prosommatation (Fuchs, 2019)

D'autres solutions paraissent plus intéressantes, dont celle qui consisterait à mettre en place un revenu minimum garanti pour l'ensemble de la population. Cette mesure, appuyée par un agrégat d'acteurs hétéroclites, allant de la droite néo-libérale (Milton Friedman), jusqu'à l'extrême gauche (Gorz, Friot, le mouvement autonomiste) en passant par la gauche keynésienne (James Tobin), consiste à garantir un certain revenu à tous les habitants d'un pays, et ce, sans considération de leurs situations économiques et sociales. Cette demande est d'ailleurs la proposition politique qui est de loin la plus récurrente chez les autonomistes, et ils se basent sur quatre arguments afin de la justifier (de Angelis, 2017; Pitts, 2018). Selon eux, elle permettrait : 1) d'amoindrir le taux d'exploitation que

subissent les travailleurs au sein de leur emploi formel 2) de faire ressortir que le processus de création de valeur est devenu tellement collectif et coopératif, que toute tentative d'individualiser les récompenses est irrémédiablement viciée 3) de donner une certaine compensation aux individus pour la valeur qu'ils créent en tant que prosommateur et donc d'amoindrir le taux d'exploitation que subit la multitude 4) de reconnaître que le processus de création de valeur est maintenant tellement diffus dans la société que tous y contribuent activement 5) de favoriser le développement du commun, car les individus pourraient plus aisément s'extirper de la relation salariale capitaliste, et pourrait donc consacrer plus de temps à des activités permettant son expansion. Somme toute, comme le mentionne Toscano (2014), l'importante emphase qui est mise sur cette demande par les autonomistes est relativement curieuse, considérant qu'ils affirment continuellement rejeter toute forme de réformisme (en fait, Negri (2009) affirme même que tout réformisme est devenu impossible dans le capitalisme contemporain) alors que le revenu minimum garanti est une mesure réformiste. En effet, tout comme le New Deal keynésien, le revenu minimum garanti permettrait d'aplanir les tensions existantes entre le capital et les travailleurs (ainsi que les prosommateurs), et n'est donc aucunement révolutionnaire ni même anticapitaliste.

On peut aussi évoquer le projet consistant à adopter la structure coopérative sur des plateformes faisant usage de la prosommation. Ce que Trebor Scholz (2017), l'initiateur de l'idée, nomme coopérativisme de plateformes ("*platform cooperativism*"). Ce coopérativisme de plateforme s'inspirerait des principes coopératifs traditionnels afin de redistribuer directement les revenus et "produits" créés aux utilisateurs/prosommateurs de ces plateformes. Ce qui mènerait sensiblement à ce que Negri (2017) nomme la propriété sociale du commun ("*social ownership of the common*"). Bien qu'il reconnaisse qu'une telle idée ne mènera probablement pas au renversement du capitalisme, et que tout comme les coopératives traditionnelles, les plateformes coopératives seraient en partie dénaturées par l'obligation d'évoluer dans un environnement capitaliste, il suggère que cela se traduirait néanmoins par une amélioration non négligeable de la situation des utilisateurs

de ces plateformes (amélioration qu'il juge similaire à celle de la situation des employés des coopératives comparativement à celle des employés du secteur privé).

Enfin, Scholz propose de taxer les différentes plateformes digitales privées en fonction de la valeur que les citoyens d'un pays créent pour ces plateformes. Cela permettrait de fournir une rémunération sous forme de services sociaux aux prosommateurs (rémunération qui ne serait toutefois pas proportionnelle à la valeur individuellement créée). " [Par exemple] *Companies like Google, Apple, Facebook and Amazon would be taxed based on the volume of data generated by the French population, which they ingest, as this data is part of the economic operation of these companies [...]* Given the reality of social democracies in Europe, where taxes may indeed translate into social benefits for the population, such taxation of intermediaries would be a good starting point" (Scholz, 2017: 140). Comme le propose Fuchs (2019), ces deux stratégies (taxation des plateformes privées faisant un usage intensif de la prosommation et coopérativisme de plateformes) ne sont pas mutuellement exclusives, et il serait probablement opportun de les combiner en redirigeant une grande partie de la taxe collectée sur les activités des plateformes privées de prosommation, vers les plateformes de prosommation coopérative. De cette manière, on parviendrait à éviter l'un des écueils majeurs sur lequel butent les organisations économiques alternatives dans le système capitaliste, soit un désavantage important au niveau des ressources économiques qu'elles sont en mesure de mobiliser.

Bibliographie

- Abidi-Barthe, A. et Kaabachi, S. (2010). "*La co-création d'expériences de consommation par le Web2.0*". The Journal of Internet Banking and Commerce, Vol. 15, No.2 : 1-18.
- Adachi, P. et Willoughby, T. (2013). "*More than just fun and games: The longitudinal relationships between strategic video games, self-reported problem solving skills, and academic grades*". Journal of youth and adolescence, Vol. 42, No. 7 : 1041-1052.
- Adler, P. (2002). "*Critical in the name of whom and what?*". Organization, Vol. 9, No. 3: 387-395.
- Adorno, T. W. (2005). "*The culture industry: Selected essays on mass culture*". New-York, Routledge.
- Afuah, A. et Tucci, C. (2012). "Crowdsourcing as a solution to distant search". Academy of Management Review, Vol. 37, No. 3: 355–375.
- Agamben, G. (2014). "*Qu'est-ce qu'un dispositif?*". Paris,  ditions Payot & Rivages.
- Aglietta, M. (1987). "*A theory of capitalist regulation: The US experience*". Londres, Verso.
- Ainsworth, S. et Harley, B.(2014). "*With Friends like These, who Needs Enemies? Control and Resistance on Social Networking Sites in the Graduate Recruitment Process*". Disponible au: <<http://www.ilpc.org.uk/Default.aspx?tabid=7574>>
- Aldao, A., Nolen-Hoeksema, S. et Schweizer, S. (2010). "*Emotion-regulation strategies across psychopathology: A meta-analytic review*". Clinical Psychology Review, Vol. 30: 217–237.
- Allen, A. (2010). "*Recognizing domination: recognition and power in Honneth's critical theory*". Journal of Power, Vol. 3, No. 1: 21-32.
- Allmer, T., Sevignani, S. et Prodnik, J. (2015). "*Mapping approaches to user participation and digital labour: A critical perspective*". In Fisher, E. et Fuchs, C. (Eds.). Reconsidering value and labour in the digital age. Londres, Palgrave Macmillan: 153-171.
- Alvesson, M. et Deetz, S. (2000) "*Doing Critical Management Research*". Londres, Sage.
- Alvesson, M. et Sk oldberg, K. (2000). "*Reflexive Methodology: New Vistas for Qualitative Research*". Londres, Sage.
- Alvesson, M. et Willmott, H. (2003). "*Introduction*". Dans Alvesson, M. et Willmott, H. (Eds.), Studying management critically, Londres, Sage: 1-22.

- Amichai-Hamburger, Y., McKenna, K. et Tal, S. (2008). "*E-empowerment: Empowerment by the Internet*". *Computers in Human Behavior*, Vol. 24, No. 5: 1776-1789.
- Amin, S. (2014). "*Contra Hardt and Negri Multitude or Generalized Proletarianization?*". *Monthly review: An independent socialist magazine*, Vol. 66, No. 6: 25-36.
- Anderson, B. (2006). "*Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*". Londres, Verso Books.
- Anderson, J. H. (2000). "*The "Third Generation" of the Frankfurt School*". *Intellectual History Newsletter*, No. 22: 49-61.
- Anderson, S., Hamilton, K. et Tonner, A. (2016). "*Social labour: Exploring work in consumption*". *Marketing Theory*, Vol. 16, No. 3: 383-400.
- Andrejevic, M. (2009). "*Exploiting YouTube: Contradictions of user-generated labour*". Dans Snickers, P. et Vonderau, P. (Eds.), *The YouTube Reader*. Stockholm, National Library of Sweden: 406-423.
- Andrejevic, M. (2011). "*The work that affective economics does*". *Cultural Studies*, Vol. 25, No. 4-5: 604-620.
- Andrejevic, M. (2013). "*Estranged free labor*". In Scholz, T. (Ed.), *Digital labor: the Internet as playground and factory*, New-York, Routledge: 149-164.
- Andrejevic, M. (2015). "*Personal data: Blind spot of the "affective law of value"?*". *The Information Society*, Vol. 31, No. 1: 5-12.
- Anders, G.(2001). "*L'obsolescence de l'homme: Sur l'âme à l'époque de la deuxième révolution industrielle*". Paris, Encyclopédie des nuisances.
- Angrosino, M. (2007). "*Doing ethnographic and observational research*". Wiltshire, Sage.
- Antonio, R. J. (2015). "*Is Prosumer Capitalism on the Rise?*". *The Sociological Quarterly*, Vol. 56, No. 3: 472-483.
- Ariès, P. (2013). "*Le socialisme gourmand: Le Bien-vivre: un nouveau projet politique*". Paris, La Découverte.
- Armano, A.(2014). "*The relational network of knowledge production*". *Ephemera: Theory & politics in organization*, Vol. 14, No. 2: 245-262.
- Armstrong, A. et Hagel ,J. (2000) "*The real value of online communities*". In Lesser E., Fontaine, M. et Slusher J. (Eds.) *Knowledge and Communities*. New York: Routledge, 85–95.

- Arvidsson, A. (2005). "*Brands: A critical perspective*." *Journal of Consumer Culture*, Vol. 5, No. 2: 235-258.
- Arvidsson, A.(2006)."*Brands: Meaning and Value in Media Culture*". Londres: Routledge.
- Arvidsson, A.(2007)."*Creative class or administrative class? On advertising and the underground*". *Ephemera: Theory & politics in organization*, Vol. 7, No. 1: 8-23.
- Arvidsson, A.(2008). "*The ethical economy of customer coproduction*". *Journal of Macromarketing*, Vol. 28, No. 4: 326-338.
- Arvidsson, A. (2009). "*The ethical economy: Towards a post-capitalist theory of value*". *Capital & Class*, Vol. 33, No. 1: 13-29.
- Arvidsson, A. (2010). "*Speaking out: The ethical economy: new forms of value in the information society?*". *Organization*, Vol.17, No. 5: 637-644.
- Arvidsson, A.(2011a)."*Ethics and value in customer co-production*". *Marketing theory*, Vol. 11, No. 3: 261-278.
- Arvidsson, A. (2011b). "*General sentiment: How value and affect converge in the information economy*". *The Sociological Review*, Vol. 59, No. s2: 39-59.
- Arvidsson, A. (2013). "*The potential of consumer publics*". *Ephemera: Theory & politics in organization*, Vol. 13, No. 2: 367-391.
- Arvidsson, A. (2014). "*Public brands and the entrepreneurial ethics*". *Ephemera: Theory & politics in organization*, Vol. 14, No. 1: 119-124.
- Arvidsson, A. (2016). "*Facebook and finance: On the social logic of the derivative*". *Theory, Culture & Society*, Vol. 33, No. 6: 3-23.
- Arvidsson, A. et Bonini, T. (2015). "*Valuing audience passions: From Smythe to Tarde*". *European Journal of Cultural Studies*, Vol. 18, No. 2: 158-173.
- Arvidsson, A. et A., Caliandro (2016). "*Brand Public*". *Journal of Consumer Research*, Vol. 42, No. 5: 727-748.
- Arvidsson, A., Caliandro, A., Airoidi, M. et Barina, S. (2015). "*Crowds and value. Italian Directioners on Twitter*". *Information, Communication & Society*. Disponible au: <<http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1064462>>
- Arvidsson, A. et Colleoni, E. (2012). "*Value in Informational Capitalism and on the Internet*". *The Information Society*, Vol. 28, No. 3: 135-150.

- Arvidsson, A. et Niessen, B. (2015). "*Creative mass. Consumption, creativity and innovation on Bangkok's fashion markets*". *Consumption Markets & Culture*, Vol. 18, No. 2 : 111-132.
- Arvidsson, A. et Peitersen, N. (2013). "*The ethical economy: Rebuilding value after the crisis*". New-York, Columbia university press.
- Arvidsson, A. et Sandvik, K. (2007). "*Gameplay as design: uses of computer players' immaterial labour*". *Digital aesthetics and communication*, Vol. 5: 89-104.
- Ashton, D. (2011). "*Upgrading the self: Technology and the self in the digital games perpetual innovation economy*". *Convergence: The International Journal of Research Into New Media Technologies*, Vol. 17, No 3: 307–321.
- Azam, J. (2013). "*Facebook: Anatomie D'une chimère*". Toulouse, Les réveilleurs de la nuit.
- Azmanova, A. (2014). "*Crisis? Capitalism is Doing Very Well. How is Critical Theory?*". *Constellations*, Vol. 21, No.3: 351-365.
- Bagozzi, R. et Dholakia, U. (2002). "*Intentional social action in virtual communities*". *Journal of interactive marketing*, Vol. 16, No. 2: 2-21.
- Bajde, D., Kos Koklic, M. et Bajde, J. (2015). "*Back to consumption and production? Prosumers negotiating the WMG lockdown on YouTube*". *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 14, No. 5: 297-306.
- Balibar, E. (2011). "*Les « deux découvertes » de Marx*", *Actuel Marx*, No. 50: 44-60.
- Bandinelli, C. et Arvidsson, A. (2012). "*Brand yourself a changemaker!*", *Journal of Macromarketing*, Vol. 33, No. 1: 67-71.
- Banet-Weiser, S. (2012). "*Authentic™: The politics of ambivalence in a brand culture*". États-Unis, New-York universiy press.
- Banks, J. (2009). "*Co-creative expertise: Auran Games and Fury – a case study*". *Media International Australia*, Vol. 130: 77-89.
- Banks, J. (2013). "*Co-creating video games*". Londres, Bloomsbury.
- Banks, J. et Potts, J. (2010). "*Co-creating games: A co-evolutionary analysis*". *New Media & Society*, Vol. 12, No. 2: 253-270.
- Banning, M. (2016). "*Shared entanglements – Web 2.0, infoliberalism & digital sharing*". *Information, Communication & Society*, Vol. 19, No. 4: 489-503.

- Barbrook R. (2007). "Cyber communism: How the Americans are superseding capitalism in cyberspace". Disponible au: <www.imaginaryfutures.net>
- Bardot, O et Cova, B. (2003). "Néo-marketing, 10 ans après: pour une théorie critique de la consommation et du marketing réenchantés". Revue française du marketing, Vol. 195, No. 5/5.
- Baer, R. H. (2005). "Videogames: in the beginning". Rolenta Press
- Banks, J. et Cunningham, S. (2016). "Creative destruction in the Australian videogames industry". Media International Australia, Vol. 160, No. 1: 127-139.
- Barra, L. (2009). "The mediation is the message: Italian regionalization of US TV series as co-creational work". International Journal of Cultural Studies, Vol. 12, No. 5: 509-525.
- Baudrillard, J. (1970). "La société de consommation: Ses mythes ses structures", Saint-Amandt, Denoel.
- Bauer, R. et Gegenhuber, T. (2015). "Crowdsourcing: Global search and the twisted roles of consumers and producers". Organization, Vol. 22, No. 5: 661-681.
- Bauwens, M. (2005). "The political economy of peer production". CTheory. Disponible au: <<http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=499#bio>>
- Bavelier, D., Achtman, R., Mani, M. et Föcker, J. (2012). "Neural bases of selective attention in action video game players". Vision research, Vol. 61: 132-143.
- BBC. (2013). "Row blows up over ownership of 'space marine' term". Disponible au: <<https://www.bbc.com/news/technology-21380003>>
- Belk, R. W., Wallendorf, M. et Sherry, J. F. (1989). "The sacred and the profane in consumer behavior: Theodicy on the odyssey". Journal of consumer research, Vol. 16, No. 1: 1-38.
- Bell, D. (1976). "The coming of post-industrial society". New-York, Basic Books.
- Bengtsson, M., Eriksson, J. et Wincent, J. (2010) "Co-opetition dynamics – an outline for further inquiry". Competitiveness Review: An International Business Journal, Vol. 20, No. 2: 194-214.
- Benkler, Y. (2006). "The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom". États-Unis, Yale university Press.
- Bentham, J. (1791). "Panoptique: Mémoire sur un nouveau principe pour construire des maisons d'inspection, et nommément des maisons de force". Paris, Imprimerie nationale.
- Berardi, F. (2009). "The soul at work : From alienation to autonomy". Los Angeles, Semiotext(e).

- Berardi, F.(2012). *"The uprising : On poetry and finance"*. Los Angeles, Semiotext(e).
- Bernal-Merino, M. (2015). *"Translation and localisation in video games: Making entertainment software global"*. New-York, Routledge.
- Berthon, P., Pitt, L., Kietzmann, J. et McCarthy, I. (2015). *"CGIP: Managing consumer-generated intellectual property"*. California management review, Vol. 57, No. 4: 1-20.
- Bertilsson, J. et Rennstam, J. (2018). *"The destructive side of branding: A heuristic model for analyzing the value of branding practice"*. Organization, Vol. 25, No. 2: 260-281.
- Beverungen, A., Böhm, S. et Land, C. (2015). *"Free labour, social media, management: Challenging marxist organization studies"*. Organization Studies, Vol. 36, No. 4: 473-489.
- Bewes, T. (2002). *"Reification or the anxiety of late capitalism"*. Londres, Verso.
- Bloom, P. (2016). *"Work as the contemporary limit of life: Capitalism, the death drive, and the lethal fantasy of 'work-life balance'"*. Organization, Vol. 23, No. 4: 588-606.
- Bogers, M., Afuah, A. et Bastian, B. (2010). *"Users as innovators: A review, critique, and future research directions"*. Journal of management Vol.. 36, No. 4: 857 -875
- Böhm, S. et Land, C. (2012). *"The new 'hidden abode': reflections on value and labour in the new economy."* The Sociological Review, Vol. 60, No. 2.
- Böhm, S., Land, C. et Beverungen, A. (2012). *"The value of Marx: Free labour, rent and 'primitive' accumulation in Facebook"*. Working paper, University of Essex .
- Bolaño, C. et Vieira, E. (2015). *"The Political Economy of the Internet Social Networking Sites and a Reply to Fuchs"*. Television & New Media, Vol. 16, No. 1: 52-61.
- Boltanski, L. (2009). *"De la critique : Précis de sociologie de l'émancipation"*. France, Gallimard.
- Boltanski, L. et Chiapello, E. (2011). *"Le nouvel esprit du capitalisme"*. Paris, Gallimard.
- Bolton, S. (2005). *"Emotion management in the workplace"*. Londres, Palgrave.
- Bolton, S. (2010). *"Old ambiguities and new developments: Exploring the emotional labour process"*. In Thompson, P. et Smith, C. (Eds.), *Working life: Renewing labour process analysis*, Grande-Bretagne, Palgrave Macmillan: 205-222.
- Bolton, S. et Wibberley, G. (2014). *"Domiciliary care: The formal and informal labour process"*. Sociology, Vol. 48, No. 4: 682-697.

- Bomse, O. (2010). *"L'économie immatérielle : Industries et marchés d'expériences"*. Paris, Gallimard.
- Bonaccorsi, A. et Rossi, C. (2003). *"Why open source software can succeed"*. Research policy, Vol. 32, No. 7: 1243-1258.
- Bonfield, W. (2001) *"The permanence of primitive accumulation: Commodity fetishism and social constitution"*. The Commoner, No. 2: 1-15.
- Botsman, R. et Rogers, R. (2010). *"What's mine is yours: How collaborative consumption is changing the way we live"*. États-Unis, Harper Business.
- Bourdieu, P.(1970). *"La reproduction: Éléments pour une théorie du système d'enseignement"*. Lonrai, Les éditions de minuit.
- Bourdieu, P. (1979). *"La distinction: Critique sociale du jugement"*. Paris, Les éditions de minuit.
- Bourdieu, P. (1994). *"Raisons pratiques: Sur la théorie de l'action"*. Paris, Éditions du seuil.
- Bowman, N., Kowert, R. et Ferguson, C. J. (2015). *"The impact of video game play on human (and orc) creativity"*. In Green, G. et Kaufman, J. (Eds). Video Games and Creativity. États-Unis, Academic Press: 39-60.
- Bowring, F.(2004). *"From the mass worker to the multitude: A theoretical contextualisation of Hardt and Negri's Empire"*. Capital & Class, Vol. 28: 101-132.
- Braveman, H. (1998). *"Labor and monopoly capital: The degradation of work in the twentieth century. 25th anniversary edition"*. New-York, Monthly review press.
- Beighton, C. (2016). *"Groundhog day? Nietzsche, Deleuze and the eternal return of prosumption in lifelong learning"*. Journal of Consumer Culture, Disponible au: < <http://joc.sagepub.com/content/early/2016/01/04/1469540515623607.abstract>>
- Bridi, R. (2013). *"Labour control in the tobacco agro-spaces: Migrant agricultural workers in South-Western Ontario"*. Antipode, Vol. 45, No. 5: 1070-1089.
- Broumas, A. (2017). *"Social democratic and critical theories of the intellectual commons: A critical analysis"*. tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society. Vol. 15, No. 1: 100-126.
- Broumas, A. (2018). *"Rational choice and neoliberal theories of the intellectual commons: A critical analysis"*. ephemera: theory & politics in organization, Vol. 18, No.3: 605-630.
- Brown, S.(2004). *"Subjectivity and 'multitudo'"*. Political geography, Vol. 23, No. 4: 469-474.

- Brown, S., Kozinets, R. et Sherry Jr, J. (2003). "*Teaching old brands new tricks: Retro branding and the revival of brand meaning*". *Journal of Marketing*, Vol. 67, No. 3: 19-33.
- Brown, B.(2012). "*Will work for free: Examining the biopolitics of unwaged immaterial labour*". Thèse de Doctorat, University of Western Ontario.
- Brown, B.(2013). "*Primitive digital accumulation: Privacy, Social Networks, and Biopolitical Exploitation*". *Rethinking Marxism: A Journal of Economics, Culture & Society*, Vol. 25, No. 3: 385-403.
- Bruns, A. (2012). "*Reconciling community and commerce? Collaboration between produsage communities and commercial operators*". *Information, Communication & Society*, Vol. 15, No. 6: 815-835.
- Bruns, A. (2014). "*From prosumption to produsage*". In Towse, R. et Handke, C. (Eds.), *Handbook On The Digital Creative Economy*, Cheltenham, Edward Elgar: 67-78.
- Buchanan-Oliver, M., et Seo, Y. (2012). "*Play as co-created narrative in computer game consumption: The hero's journey in Warcraft III*". *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 11, No. 6: 423-431.
- Bulut, E. (2015). "*Playboring in the tester pit: The convergence of precarity and the degradation of fun in video game testing*". *Television & New Media*, Vol. 16, No. 3: 240-258.
- Burawoy, M.(1979). "*Manufacturing consent: Changes in the labor process under monopoly capitalism*". Chicago, The university of Chicago press.
- Burawoy, M. (2001). "*Donald Roy: Sociologist and working stiff*". *Contemporary Sociology*, Vol. 30, No. 5: 453-458.
- Burawoy, M. (2003). "*For a sociological Marxism: The complementary convergence of Antonio Gramsci and Karl Polanyi*". *Politics & Society*, Vol. 31, No. 2: 193-261.
- Burawoy, M. (2009). "*The extended case method: Four countries, four decades, four great transformations, and one theoretical tradition*". Berkely, University of California press.
- Burawoy, M. (2012a). "*The roots of domination: Beyond Bourdieu and Gramsci*", *Sociology*, Vol. 46, No. 2: 187-206.
- Burawoy, M. (2012b). "*Manufacturing consent revisited*". *La nouvelle revue du travail*, No. 1. Disponible au: < <http://nrt.revues.org/143>>
- Burawoy, M., et Wright, E. O. (1990). "*Coercion and consent in contested exchange*". *Politics & Society*, Vol. 18, No. 2: 251-266.

- Burghardt, G.(2005). "*The genesis of animal play: Testing the limits*". Cambridge, MIT Press.
- Burgmann, V. (2013). "*The multitude and the many-headed hydra: Autonomist marxist theory and labor history*". International Labor and Working-Class History, No. 83: 170-190.
- Büscher, B. et Igoe, J. (2013). "'Prosuming' conservation? Web 2.0, nature and the intensification of value-producing labour in late capitalism". Journal of Consumer Culture, Vol. 13, No. 3: 283-305.
- Butler, J. (1997). "*The psychic life of power: theories in subjection*". Stanford, Stanford University Press.
- Cabras, I., Goumagias, N. D., Fernandes, K., Cowling, P., Li, F., Kudenko, D. et Nucciarelli, A. (2017). "*Exploring survival rates of companies in the UK video-games industry: An empirical study*". Technological Forecasting and Social Change, Vol. 117, 305-314.
- Caffentzis, G. (2005) "*Immeasurable Value? An essay on Marx's legacy*", The Commoner: A journal for other values, Vol. 10.
- Caffentzis, G. (2010). "*The future of 'The Commons': neoliberalism's Plan B or the original disaccumulation of capital?*". New Formations, No. 69 : 23-41.
- Calderon, J. A. (2008). "*Postface: Burawoy et la théorie du procès de travail. Généalogie d'un paradigme de la sociologie du travail*". Tracés: Revue de sciences humaines, No. 8, Vol. 14: 221-234.
- Calvert, S. et Tan, S. (1994). "*Impact of virtual reality on young adult's psychological arousal and aggressive thoughts; Interaction versus observation*". Journal of Applied Developmental Psychology, Vol. 15, No. 1: 125-139.
- Campbell, C. (2005a). "*The craft consumer: culture, craft and consumption in a postmodern society*", Journal of Consumer Culture, Vol. 5, No. 1: 23-42.
- Campbell, C. (2005b). "*The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*", Grande-Bretagne, Alcuin Academics.
- Carah, N. (2014). "*Brand value: how affective labour helps create brands*". Consumption Markets & Culture, Vol. 17, No. 4: 346-366.
- Caraway, B. (2011). "*Audience labor in the new media environment: A Marxian revisiting of the audience commodity*". Media, Culture & Society, Vol. 33, No. 5: 693-708.

- Carlone, D.(2013). "*Infecting capitalism with the common: The class process, communication, and surplus*". *Ephemera: Theory & politics in organization*, Vol. 13, No. 3: 527-554.
- Carnera, A. (2012). "*The affective turn: The ambivalence of biopolitics within modern labour and management*". *Culture and Organization*, Vol. 18, No. 1: 69-84.
- Carr, N. G. (2008). "*The big switch: Rewiring the world, from Edison to Google*". États-Unis, WW Norton & Company.
- Carter, M., Gibbs, M. et Harrop, M. (2014). "*Drafting an Army The Playful Pastime of Warhammer 40,000*". *Games and Culture*, Vol. 9, No. 2: 122-147.
- Carter, C. (2008). "*A curiously British story: Foucault goes to business school*". *International Studies of Management & Organization*, Vol. 38, No. 1: 13-29.
- Carter, C., McKinlay, A. et Rowlinson, M. (2002). "*Introduction: Foucault, management and history*". *Organization*, Vol. 9, No. 4: 515-526.
- Cassar, R. (2013). "*Gramsci and games*". *Games and Culture*, Vol. 8, No. 5: 330-353.
- Catagno, A. (2012). "*What makes critical ethnography "critical"?*". In Lapan, S., Quartaroli, M. et Riemer, F. (Eds.). (2012). *Qualitative research: An introduction to methods and designs*, États-Unis, Jossey-Bass: 373-390.
- Cava, X. (2018). "*Work and Consumption in Digital Capitalism: From Commodity Abstraction to 'Eideticisation'*". *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, Vol. 16, No. 2: 742-756.
- Cayla, J. et Eckhardt, G. (2008). "*Asian brands and the shaping of a transnational imagined community*". *Journal of Consumer Research*, Vol. 35, No. 2: 216-230.
- Cederstrom, C. et Fleming, P. (2012). "*Dean man working*". Winchester, Zero books.
- Chanlat, J. F. (2013). "*Les études critiques en management. Un rappel historique*". *Communication. Information médias théories pratiques*, Vol. 31, No. 1, DOI: 10.4000/communication.3840.
- Chapman, A. (2013). "*Is Sid Meier's Civilization history?*". *Rethinking History*, Vol. 17, No. 3: 312-332.
- Charitsis, V. (2016). "*Prosuming (the) self*". *Ephemera*, Vol. 16, No. 3: 37-59.
- Chen, K. (2012). "*Artistic prosumption: Cocreative destruction at Burning Man*". *American Behavioral Scientist*, Vol. 56, No. 4: 570-595.
- Chen, K. (2015). "*Prosumption: From parasitic to prefigurative*". *The Sociological Quarterly*, Vol. 56, No. 3: 446-459.

- Chernomas, R. et Baragar, F. (2011). "*From growth stagnation to financial crisis: Unproductive labor as a missing link in mainstream theory*". Research in Political Economy, Vol. 27: 65-80.
- Chesbrough, H. W. (2003). "*Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*". Boston, Harvard Business Press.
- Chesbrough, H. (2006). "*Open innovation: a new paradigm for understanding industrial innovation*". In Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W. et West, J. (Eds). Open Innovation: Researching a New Paradigm, Grande-Bretagne, Oxford University Press: 1-12
- Chesbrough, H. (2007). "*Business model innovation: It's not just about technology anymore*". Strategy & leadership, Vol. 35, No. 6: 12-17.
- Chesbrough, H. et Bogers, M. (2014). "*Explicating open innovation: clarifying an emerging paradigm for understanding innovation*". In Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W. et West, J. (Eds.), New Frontiers in Open Innovation. Oxford, Oxford University Press.
- Chia, A. (2012). "*Welcome to me-mart the politics of user-generated content in personal blogs*". American Behavioral Scientist, Vol. 56, No. 4: 421-438.
- Chung, T.(2013). "*Table-top role playing game and creativity*". Thinking Skills and Creativity, Vol. 8: 56-71.
- Cleaver, H. (1979). "*Reading Capital Politically*". Austin, University of Texas Press.
- Clegg, S.(1981). "*Organization and Control*". Administrative Science Quarterly, Vol. 26, No. 4: 545-562.
- Coase, R. H. (1937). "*The nature of the firm*". economica, Vol.4, No.16": 386-405.
- Cockayne, D. G. (2016). "*Affect and value in critical examinations of the production and 'prosumption' of Big Data*". Big Data & Society, Vol. 3, No. 2 : 1-11.
- Codello-Guijarro, P., Jougoux, M., Camisullis, C. et Szpirglas, M. (2013). "*Le contrôle organisationnel du client*". Revue française de gestion, Vol. 5, No. 234: 99-114.
- Cohendet. P., Grandadam, D., Mehrouachi, C. et Simon, L. (2018). "*The local, the global and the industry common: the case of the video game industry*". Journal of Economic Geography. Vol. 18. No. 5: 1045–1068.
- Cole, S. J. (2011). "*The prosumer and the project studio: The battle for distinction in the field of music recording*". Sociology, Vol. 45, No. 3: 447-463.
- Coll, S. (2013). "*Consumption as biopower: Governing bodies with loyalty cards*". Journal of consumer culture, Vol. 13, No. 3: 201-220.
- Comor, E. (2010). "*Digital prosumption and alienation*". Ephemera: Theory and politics in organization, Vol. 10, No. 3/4: 439-454.
- Comor, E.(2011). "*Contextualizing and critiquing the fantastic prosumer: Power, alienation and hegemony*". Critical Sociology, Vol. 37, No. 3: 309–327.

- Comor, E. (2015). "Revisiting Marx's value theory: A critical response to analyses of digital prosumption". *The Information Society*, Vol. 31, No. 1: 13-19.
- Constantin, J. et. Lusch, R. (1994). "Understanding resource management". Oxford, The Planning Forum.
- Contu, A. (2008). "Decaf resistance: On misbehaviour, cynicism, and desire in liberal workplaces". *Management Communication Quarterly*, Vol. 21, No. 3: 364-379.
- Corliss, J. (2011). "Introduction: The social science study of video games". *Games and Culture*, Vol. 6, No. 1: 3-16.
- Cossio-Silva, F., Revilla-Camacho, M., Vega-Vázquez, M., et Palacios-Florencio, B. (2016). "Value co-creation and customer loyalty". *Journal of Business Research*, Vol. 69, No. 5: 1621-1625.
- Costa, P. (2015). "Realism, relativism and pluralism: An impossible marriage?". *Philosophy & Social Criticism*, Vol. 41, No. 4-5: 413-422.
- Costea, B., Crump, N. et Holm, J. (2005) "Dionysus at work? The ethos of play and the ethos of management". *Culture and Organization*, Vol. 11, No. 2: 139-151.
- Costea, B., Crump, N. et Holm, J. (2007). "The spectre of Dionysus: play, work, and managerialism". *Society and Business Review*, Vol. 2, No. 2: 153-165.
- Costello, L., McDermott, M. L., et Wallace, R. (2017). "Netnography: range of practices, misperceptions, and missed opportunities". *International Journal of Qualitative Methods*, Vol. 16, No. 1: 1-12
- Coté, M. et Pybus, J. (2007). "Learning to immaterial labour 2.0: MySpace and social networks ". *Ephemera: Theory and politics in organization*, Vol. 7, No. 1: 88-106.
- Cova, B. (1997). "Community and consumption: Towards a definition of the "linking value" of product or services". *European journal of marketing*, Vol. 31, No. 3/4: 297-316.
- Cova, B. (2008). "Consumer Made: quand le consommateur devient producteur". *Décisions marketing*, no 50: 19-27.
- Cova, B.(2015). "Michel Maffesoli: Postmodernité et Tribalisme". In Rémy, E. et Robert-Demontrond, P. (Eds). *Regards croisés sur la consommation: Tome 2 : Des structures au retour de l'acteur*. Cormelles-Le-Royal Éditions EMS : 167-186.
- Cova B., Cova V. (2002). "Tribal marketing: The tribalization of society and its impact on the conduct of marketing". *European Journal of Marketing*, Vol. 36, No. 5/6: 595-620.

- Cova, B., et Cova, V. (2012). *"On the road to prosumption: marketing discourse and the development of consumer competencies"*. Consumption markets & culture, Vol. 15, No. 2: 149-168.
- Cova, B. et Dalli, D. (2009). *"Working consumers: the next step in marketing theory?"*. Marketing theory, Vol. 9, No. 3: 315-339.
- Cova, B., Dalli, D. et Zwick, D. (2011). *"Critical perspectives on 'consumers' role as 'producers': Broadening the debate on value co-creation in marketing processes"*. Marketing theory, Vol. 11, No. 3: 231-241.
- Cova, B., Ezan, P., et Fuschillo, G. (2013). *"Zoom sur l'autoproduction du consommateur"*. Revue française de gestion, Vol.5, No. 234: 115-133.
- Cova, B. et Guercini, S. (2016). *"Passion et entrepreneuriat: Vers un entrepreneur tribal?"*. Revue de l'Entrepreneuriat, Vol. 16, No. 2 : 15-42.
- Cova, B., Kozinets, R. et Shankar, A. (2007). *"Tribes, Inc.: The new world of tribalism"*. In Cova, B., Kozinets, R. et Shankar, A. (Eds), Consumer tribes, New-York, Routledge: 3-26.
- Cova, B., Louyot-Gallicher M. et Bonnemaizon A. (2010). *"Marketing critique: le consommateur collaborateur en question"*. Paris, Lavoisier.
- Cova, B., Maclaran, P. et Bradshaw, A. (2013). *"Rethinking consumer culture theory from the postmodern to the communist horizon"*. Marketing Theory, Vol. 13, No. 2: 213-225.
- Cova, B., Pace, S. et Park, D. (2007), *"Global brand communities across borders: the Warhammer case"*. International Marketing Review, Vol. 24 No. 3: 313-329
- Cova, B., Pace, S. et Skålén, P. (2015a). *"Brand volunteering: Value co-creation with unpaid consumers"*. Marketing Theory. Disponible au : <http://mtq.sagepub.com/content/early/2015/02/03/1470593115568919.abstract>
- Cova, B., Pace, S., & Skålén, P. (2015b). *"Marketing with working consumers: The case of a carmaker and its brand community"*. Organization, Vol. 22, No. 5: 682-701.
- Cova, B. et Paranque, B. (2012). *"Value creation versus destruction: The relationship between consumers, marketers and financiers"*. Journal of brand management, Vol. 20, No. 2: 147-158.
- Cova, B. et Paranque, B. (2013). Value capture and brand community management Disponible au : <https://ssrn.com/abstract=2233829>
- Cova, B. et White, T. (2010). *"Counter-brand and alter-brand communities: the impact of Web 2.0 on tribal marketing approaches"*. Journal of marketing management, Vol. 26, No. 3-4: 256-270.

Cox, J. (2014). "What makes a blockbuster video game? An empirical analysis of US sales data". *Managerial and Decision Economics*, Vol. 35, No. 3: 189-198.

Crary, J. (2014). "24/7". États-Unis, Verso.

Cremin, C. et Roberts, J. (2011). "Postmodern Left-Liberalism: Hardt and Negri and the disavowal of critique critical". *Critical sociology*, Vol. 37, No. 2: 179–197.

Croce, N. (2007). "Cool careers without a college degree for people who love video games". New-York, Rosen Publishing group.

Cunningham, D. I. (2015). "A Marxist heresy? Accelerationism and its discontents". *Radical Philosophy*, No. 191: 29-38.

Dahlberg, L. (2005). "The corporate colonization of online attention and the marginalization of critical communication". *Journal of Communication Inquiry*, Vol. 22, No. 2: 160-180.

Dale, K. et Burrell, G.(2014). "Being occupied: An embodied re-reading of organizational 'wellness'". *Organization*, Vol. 21, No. 2: 159-177.

Dardot, P. (2007). "La multitude peut-elle devenir un sujet politique? ". In Dardot, P., Laval, C. et Mouhoud, E. (Eds.), *Sauver Marx? Empire, multitude, travail immatériel*, Paris, La découverte: 23-96.

Dardot, P., Laval, C. et Mouhoud, E. (2007). "Sauver Marx? Empire, multitude, travail immatériel". Paris, La découverte.

Dardot, P. et Laval, C. (2013). "Commun : Essai sur la révolution au XXIe siècle". Paris, La découverte.

Dardot, P. et Laval, C. (2014). "The new way of the world :On neoliberal society". États-Unis, Verso.

Darmody, A., Yuksel, M. et Venkatraman, M. (2017). "The work of mapping and the mapping of work: prosumer roles in crowdsourced maps". *Journal of Marketing Management*, Vol. 33, No. 13-14: 1093-1119.

Davis, J. (2012). "Prosuming identity the production and consumption of transableism on transabled.org". *American Behavioral Scientist*, Vol. 56, No. 4: 596-617.

Davies, S. (1990). "Inserting gender into Burawoy's theory of the labour process". *Work, Employment & Society*, Vol. 4, No. 3: 391-406.

Dawson, C., Hamel, J. et Marcoux-Moisan, M. (2007). "La "technique et la science comme idéologie" ? Le discours des dirigeants de l'enseignement collégial et

- universitaire au regard de l'insertion de la génération numérique". Education et sociétés, Vol.19, No.1: 161-176.*
- Day, R. (2002). "*Social capital, value, and measure: Antonio Negri's challenge to capitalism*". Journal of the American Society for Information Science and Technology, Vol. 53, No. 12: 1074-1082.
- Day, R. (2015). "*Value and the unseen producers: Wages for housework in the women's movement in 1970s Italy and the prosumers of digital capitalism*". The Information Society, Vol. 31, No. 1: 36-43.
- Dean, J. (2019). "*Critique or collectivity? Communicative capitalism and the subject of politics*". In Chandler, D. et Fuchs, C. (eds.). Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data. Londres, University of Westminster Press: 171-182.
- de Angelis, M. (2001) "*Marx and primitive accumulation: The continuous character of capital's "enclosures"*". The Commoner, No. 2: 1-22.
- de Angelis, M. (2007). "*The beginning of history: Value struggle and global capital*". Londres, Pluto.
- de Angelis, M. (2012). "*Crises, Movements and Commons*". Borderlands, Vol. 11, No.2: 1-22.
- de Angelis, M. (2013). "*Does capital need a commons fix?*". Ephemera: Theory & politics in organization, Vol. 13, No. 3: 603-615.
- De Angelis, M. (2017). "*Omnia sunt communia: On the commons and the transformation to postcapitalism*". États-Unis, Zedbooks.
- de Angelis, M., et Harvie, D. (2009). "*'Cognitive capitalism' and the rat-race: How capital measures immaterial labour in british universities*". Historical Materialism, Vol. 17, No. 3: 3-30.
- Decker, K. S. (2012). "*Perspectives and ideologies: A pragmatic use for recognition theory*". Philosophy & Social Criticism, Vol. 38, No. 2: 215-226.
- De Certeau, M. (1990). "*L'invention du quotidien : 1. Arts de faire*". Saint-Amand, Gallimard.
- Dekhili, S. et Hallem, Y. (2016). "*Un touriste co-créateur est-il un touriste heureux? Étude de l'impact de la co-création sur le bien-être du consommateur*". Management & Avenir, No. 85: 15-34.
- Degiuli, F. et Kollmeyer, C. (2007). "*Bringing Gramsci back in: labor control in Italy's new temporary help industry*". Work, Employment & Society, Vol. 21, No. 3: 497-515.

- de Lagasnerie, G. (2017). *"Penser dans un monde mauvais"*. Paris, Presse universitaire de France.
- Deleuze, G. (1990). *"Post-scriptum sur les sociétés de contrôle"*. Disponible au : <https://infokiosques.net/imprimersans2.php3?id_article=214>
- Delfanti, A., & Söderberg, J. (2015). *"Repurposing the hacker. Three cycles of recuperation in the evolution of hacking and capitalism"*. *ephemera: theory & politics in organization*, Vol. 18, No.3: 457-476.
- Delfini, M. et Picchetti, V. (2007). *"Production strategies and practices in the Argentine automotive industry between coercion and hegemony"*. *Latin American Perspectives*, Vol. 34, No. 6: 28-39
- Demoncy, A. (2016). *"La recherche qualitative: introduction à la méthodologie de l'entretien"*. *Kinésithérapie, la Revue*, Vol. 16, No. 180: 32-37.
- Denegri-Knott, J. et Zwick, D. (2012). *"Tracking prosumption work on eBay reproduction of desire and the challenge of slow re-McDonaldization"*. *American Behavioral Scientist*, Vol. 56, No. 4: 439-458.
- De Prato, G., Lindmark, S. et Simon J.P. (2012). *"The evolving European video game software ecosystem"*. In Zackariasson P. et Wilson, T. (Eds), *The video game industry : Formation, present state and future*. New-York, Routledge: 221-243.
- Deranty, J. P. (2013). *"Marx, Honneth and the tasks of a contemporary critical theory"*. *Ethical theory and moral practice*, Vol. 16. No. 4: 745-758.
- Deranty, J. P. et Renault, E. (2007). *"Politicizing Honneth's ethics of recognition"*. *Thesis Eleven*, Vol. 88, No. 1: 92-111.
- de Rosnay, M. D. et Musiani, F. (2016). *"Towards a (de) centralization-based typology of peer production"*. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, Vol. 14, No. 1: 189-207.
- Deutschmann, C.(2001). *"The promise of absolute wealth: Capitalism as a religion?"*. *Thesis Eleven*, Vol. 66, No. 1: 32-56.
- Deuze, M., Martin, C. et Allen, C. (2007). *"The professional identity of gameworkers"*. *Convergence*, No. 13: 335–353.
- Donati, M. A., Chiesi, F., Ammannato, G. et Primi, C. (2015). *"Versatility and addiction in gaming: The number of video-game genres played is associated with pathological gaming in male adolescents"*. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Vol. 18, No. 2: 129-132.
- Donovan, T. (2010). *"Replay: The history of video games"*. Grand-Bretagne, Yellow ant.
- Dubé, J. P. H., Hitsch, G. J. et Chintagunta, P. K. (2010). *"Tipping and concentration in markets with indirect network effects"*. *Marketing Science*, Vol. 29, No. 2: 216-249.

Duberley, J. et Johnson, P. (2009). "*Critical management methodology*". In Alvesson, M. Willmott, H. et Bridgman, T. (Eds.), *The handbook of critical management studies*, Oxford, Oxford university press.

du Gay, P. (1996). "*Consumption and identity at work*". Trowbridge, Sage.

du Gay, P. (2004). "*Self-service: Retail, shopping and personhood*". *Consumption, Markets and Culture*, Vol. 7, No. 2: 149-163.

Duguleană, L. et Duguleană, C. (2014). "*Brand valuation methodologies and practices*". *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences*, Vol. 7, No. 1: 43-52.

Dujarier, M.-A. (2008). "*Le travail du consommateur. De McDo à Ebay: Comment nous produisons ce que nous achetons*", Paris, La découverte.

Dujarier, M.-A. (2014). "*The three sociological types of consumer work*". *Journal of Consumer Culture*, disponible au:
<<http://joc.sagepub.com/content/early/2014/04/08/1469540514528198.abstract>>

Dujarier, M.-A. (2015). "*The Activity of the Consumer: Strengthening, Transforming, or Contesting Capitalism?*". *The Sociological Quarterly*, Vol. 56, No. 3: 460-471.

Dulong de Rosnay, M. et Musiani, F. (2016). "*Towards a (De) centralization-based typology of peer production*". *tripleC: Communication, Capitalism and Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, Vol. 14, No. 1: 189-207.

Duménil, G. et Lévy, D. (2008). "*Old theories and new capitalism: the actuality of a marxist economics*". In Bidet, J. et Kouvelakis, S. (Eds), *Critical companion to contemporary Marxism*, Brill, Leiden: 95-119.

Dunne, S., Grady, J., & Weir, K. (2018). "*Organization studies of inequality, with and beyond Piketty*". *Organization*, Vol. 25, No. 2: 165-185.

du Plessis, E. M. (2018). "*Serving coffee with Žižek: On decaf, half-caf and real resistance at Starbucks*". *Ephemera: Theory and Politics in Organization*, Vol. 18, No. 3: 551-576.

Durand, J.-P. et Stewart, P. (1998). "*Manufacturing Dissent? Burawoy in a Franco-Japanese Workshop*". *Work, Employment & Society*, Vol. 12: 145-160.

Durkheim, E. (1912). "*Les formes élémentaires de la vie religieuse*". Paris, Les presses universitaires de France.

Dusi, D. (2017). "*Beyond prosumer capitalism: Retaining the original understanding of prosumption*". *Current Sociology*. Disponible au :
<<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0011392117697459>>

- Dweck, C. S. et Molden, D. C. (2005). "*Self-theories: Their impact on competence motivation and acquisition*". In Elliot, A.J. et Dweck, C.S.(Eds.), *Handbook of competence and motivation*, New York, Guilford Press: 122–140.
- Dyer-Witthford, N. (1999). "*Cyber-Marx: Cycles and Circuits of Struggle in High Technology Capitalism*". University of Illinois Press.
- Dyer-Witthford, N. (2004). "*The return of species-being*". *Historical Materialism*, Vol. 12, No. 4: 3-25.
- Dyer-Witthford, N. (2010). "*Digital labour, species-becoming and the global worker*". *Ephemera: Theory & Politics in Organization*, Vol. 10, No. ¾ : 484-503.
- Dyer-Witthford, N. (2015). "*Cyber-proletariat: Global labour in the digital vortex*". Londres, Pluto press.
- Dyer-Witthford, N., et de Peuter, G. (2009). "*Games of empire: Global capitalism and video games*". Minneapolis, University of Minnesota.
- Dymek, M. (2012). "*Video games: A subcultural industry*". In Zackariasson P. et Wilson, T. (Eds), *The video game industry : Formation, present state and future*. New-York, Routledge: 34-56.
- Dymek, M. (2018). "*Expanding the magic circle – gamification as a marketplace icon*". *Consumption Markets & Culture*, Vol. 21, No. 6: 590-602.
- Eagleton, T.(2011)."*Why Marx as right*". Londres, Yale university press.
- Eden, D. (2012). "*Capitalism Class and Politics*". Abingdon, Ashgate Publishing Group.
- Pellis, S. M., Burghardt, G., Palagi, E. et Mangel, M. (2015). "*Modeling play: Distinguishing between origins and current functions*". *Adaptive Behavior*, Vol. 23, No. 6: 331-339.
- Elmqvist, M., Fredberg, T. et Ollila, S. (2009). "*Exploring the field of open innovation*". *European Journal of Innovation Management*, Vol. 12, No. 3: 326-345.
- Ernkvist, M. (2012). "*Console hardware: The development of Nintendo Wii*". In Zackariasson P. et Wilson, T. (Eds), *The video game industry : Formation, present state and future*. New-York, Routledge: 157-178.
- Ertimur, B. et Venkatesh, A. (2010). "*Opportunism in co-production: Implications for value co-creation*". *Australasian Marketing Journal*, Vol. 18, No. 4: 256-263.
- Escribano, F. (2012). "*Gamification as the post-modern phalanstère: Is the gamification playing with us or are we playing with gamification?*". In Zackariasson P. et Wilson, T. (Eds), *The video game industry : Formation, present state and future*. New-York, Routledge: 198-217.

Evans, E. (2016). "The economics of free: Freemium games, branding and the impatience economy". *Convergence*, Vol. 22, No. 6: 563-580.

Ewoldsen, D., Eno, C., Okdie, B., Velez, J., Guadagno, R. et De Coster, J. (2012). "Effect of playing violent video games cooperatively or competitively on subsequent cooperative behavior". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Vol.15, No. 5: 277-280.

Ezan, P. et Cova, B. (2008). "La confusion des rôles de consommateur et de producteur dans les communautés de marque: Une complicité dangereuse?". *Décisions Marketing*, No. 52: 51-60.

Ferguson, C. J. et Garza, A. (2011). "Call of (civic) duty: Action games and civic behavior in a large sample of youth". *Computers in Human Behavior*, Vol. 27, No. 2 : 770-775.

Fetterman, D. (2010). "Ethnography: Step-by-step: Third edition". États-Unis, Sage publications.

Filed, S. (2015). "Paid 'Skyrim' mod removed from steam workshop for stealing assets". *Gamerant*. Disponible au: <<https://gamerant.com/skyrim-mod-remove-steam>>

Fine, B., et Saad-Filho, A. (2018). "Marx 200: The Abiding Relevance of the Labour Theory of Value". *Review of Political Economy*, 1-16. Disponible au: <<https://doi.org/10.1080/09538259.2018.1424068>>

Fisher, E. (2012). "How less alienation creates more exploitation? Audience labour on social network sites". *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, Vol. 10, No. 2: 171-183.

Fisher, E. (2015a). "The dialectics of prosumption in the digital age". Frayssé, O. et O'Neil, M., (Eds.), *Digital labour and prosumer capitalism: The US matrix*, Londres, Palgrave Macmillan: 125-144.

Fisher, E. (2015b). "Audience labour on social media: Learning from sponsored stories". In Fisher, E. et Fuchs, C. (Eds.), *Reconsidering value and labour in the digital age*. Londres, Palgrave Macmillan: 115-132.

Fisher, D. et Smith, S. (2011). "Cocreation is chaotic: What it means for marketing when no one has control". *Marketing theory*. Vol. 11, No. 3: 325-350.

Fleming, P. (2009). "Authenticity and the cultural politics of work". New York, Oxford University Press inc.

Fleming, P.(2012a), "The Birth of Biocracy". In Diefenbach, T. et Todnem, R. (Eds.), *Reinventing Hierarchy and Bureaucracy – from the Bureau to Network Organizations*, Emerald Group: 205-222.

Fleming, P.(2012b), "Some might Call it Work . . . but We don't": *Exploitation and the Emergence of Free Work*. In Holmqvist, M. et Spicer, A. (Eds.), *Managing 'Human Resources' by Exploiting and Exploring People's Potentials*, Emerald Group: 105-128.

- Fleming, P.(2013). "*Common as silence*". *Ephemera: Theory & politics in organization*, Vol. 13, No. 3: 627-640.
- Fleming, P. (2014). "*Review article: When 'life itself' goes to work: Reviewing shifts in organizational life through the lens of biopower*". *Human Relations*, Vol. 67, No. 7: 875-901.
- Fleming, P. (2015). "*The mythology of work: How capitalism persists despite itself*". Royaume-Uni, Pluto Press.
- Fleming, P.(2016). "*Resistance and the "post-recognition" turn in organizations*". *Journal of Management Inquiry*, Vol. 25, No. 1: 106-110.
- Fleming, P. (2017). "*The death of Homo Economicus*". Royaume-Uni, Pluto press.
- Fleming, P., et Mandarinini, M. (2009)."*Towards a workers society?New perspectives on work and emancipation in contemporary organizations*". In Alvesson, M., Willmott, H. et Bridgman, T. (Eds.), *The handbook of critical management studies*, Oxford, Oxford University Press.
- Fleming, P. et Spicer, A. (2003). "*Working at a cynical distance: Implications for power, subjectivity and resistance*". *Organization*, Vol. 10, No. 1: 157-179.
- Fleming, P. et Spicer, A. (2007). "*Contesting the corporation: Struggle, power and resistance in organizations*". New-York, Cambridge University Press.
- Fleming, P. et Spicer, A. (2008). "*Beyond power and resistance new approaches to organizational politics*". *Management Communication Quarterly*, Vol. 21, No. 3: 301-309.
- Fontenelle, I. (2015). "*Organisations as producers of consumers*". *Organization*, Vol. 22, No. 5: 644-660.
- Fordyce, R., & van Ryn, L. (2014). "*Ethical commodities as exodus and refusal*". *Ephemera: Theory & politics in organization*, Vol. 14, No. 1: 35-55.
- Fortin, T. (2006). "*Cyberwar: Figures et paradoxes de la rhétorique des jeux vidéo de guerre*". *Revue des sciences sociales*, No. 35 : 104-111.
- Fortin, T. et Trémel, L. (2005). "*Les jeux de "civilisation" : Une représentation du monde à interroger*", In Fortin, T., Mora, P. et Tremel, L. (Eds.), *Les jeux vidéo: pratique, contenus et enjeux*, Paris : L'Harmattan: 123-167.
- Foucault, F. (1975). "*Surveiller et punir*". Mesnil-sur-l'Estrée, Gallimards.
- Fournier, V. et Grey, C. (2000). "*At the critical moment: Conditions and prospects for critical management studies*". *Human Relations*, Vol. 53, No.1: 7–32.

- Franke, N. et Shah, S. (2003). "*How communities support innovative activities: An exploration of assistance and sharing among end-users*". Research policy, Vol. 32, No. 1: 157-178.
- Franke, N. et von Hippel, E. (2003). "*Satisfying heterogeneous user needs via innovation toolkits: The case of Apache security software*". Research Policy, Vol. 32, No. 7: 1199-1215.
- Fraser, N., & Honneth, A. (2003). "*Redistribution or recognition?: A political-philosophical exchange*", Saffron Walden, Verso.
- Fraser, S. (2015). "*The age of acquiescence: The life and death of American resistance to organized wealth and power*". États-Unis, Hachette.
- Frassinelli, P. (2011). "*Biopolitical production, the common, and a happy ending: On Michael Hardt and Antonio Negri's Commonwealth*". Critical Arts, Vol. 25, No. 2: 119-131.
- Frayne, D. (2015). "*The refusal of work: The theory & practice of resistance to work*". Londres, Zed books.
- Frayssé, O. et O'Neil, M. (2015). "*Hacked in the USA: Prosumption and digital labour*". In Frayssé, O. et O'Neil, M., (Eds.), Digital labour and prosumer capitalism: The US matrix, Londres, Palgrave Macmillan: 1-19.
- Frayssé, O. (2015). "*How the US counterculture redefined work for the age of the Internet*". Frayssé, O. et O'Neil, M., (Eds.), Digital labour and prosumer capitalism: The US matrix, Londres, Palgrave Macmillan: 30-50.
- Freeland, R. (2001). "*Consent and Rational Choice*". Contemporary Sociology, Vol. 30, No. 5: 446-448.
- Frederici, S. (2004). "*Caliban and the witch*". Brooklyn, Autonomedia.
- Friedman, A. L. (2004). "*Strawmanning and labour process analysis*". Sociology, Vol. 38, No. 3: 573-591.
- Fromm, E. (1965). "*Man for himself: An inquiry into the psychology of ethics*". Canada, Fawcett.
- Fuchs, C. (2010). "*Labor in informational capitalism and on the Internet*". The Information Society, Vol. 26, No. 3: 179–196.
- Fuchs, C. (2012). "*With or without Marx? With or without capitalism? A rejoinder to Adam Arvidsson and Eleanor Colleoni*". tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, Vol. 10, No. 2: 633-645.
- Fuchs, C. (2014a). "*Digital labour and Karl Marx*". New-York, Routledge.

Fuchs, C. (2014b). "*Digital prosumption labour on social media in the context of the capitalist regime of time*". *Time & Society*, Vol. 23, No. 1: 97-123

Fuchs, C. (2014c). "*Dallas Smythe reloaded. Critical media and communication studies today*". In Manzerolle, V. et McGuigan, L. (Eds.), *The audience commodity in a digital age. Revisiting critical theory of commercial media*, New York, Peter Lang: 267-319.

Fuchs, C. (2015). "*Culture and Economy in the Age of Social Media*". New-York, Routledge.

Fuchs, C. (2016). "*Henryk Grossmann 2.0: A critique of Paul Mason's book 'PostCapitalism: A guide to our future'*". *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, Vol. 14, No. 1: 232-243.

Fuchs, C. (2017). "*From digital positivism and administrative big data analytics towards critical digital and social media research!*". *European Journal of Communication*, Vol. 32, No. 1 : 37-49.

Fuchs, C. (2018a). "*Universal alienation, formal and real subsumption of society under capital, ongoing primitive accumulation by dispossession: Reflections on the Marx@200-contributions by David Harvey and Michael Hardt/Toni Negri*". *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, Vol.16, No. 2: 454-467.

Fuchs, C. (2018b). "*Propaganda 2.0: Herman and Chomsky's propaganda model in the age of the internet, big data and social media*". In Pedro-Carañana, J., Broudy, D. et Klaehn, J. (eds.). *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*, Londres, University of Westminster Press: 71–92.

Fuchs, C. (2018c). "*Capitalism, patriarchy, slavery, and racism in the age of digital capitalism and digital labour*". *Critical Sociology*, Vol. 44, No. 4-5: 677-702.

Fuchs, C. (2019). "*Karl Marx in the age of big data capitalism*". In Chandler, D. et Fuchs, C. (eds.). *Digital objects, digital subjects: Interdisciplinary perspectives on capitalism, labour and politics in the age of big data*. Londres, University of Westminster Press: 53–71.

Fuchs, C., et Dyer-Witheford, N. (2013). "*Karl Marx@ Internet Studies*". *New Media & Society*, Vol. 15, No. 5: 782-796.

Fuchs, C. et Fisher, E. (2015). "*Introduction: Value and labour in the digital age*". In Fisher, E. et Fuchs, C. (Eds.). *Reconsidering value and labour in the digital age*. Londres, Palgrave Macmillan: 2-25.

Fuchs, C. et Sevignani, S. (2013). "*What is digital labour? What is digital work? What's their difference? And why do these questions matter for understanding social media?*". TripleC: Communication, capitalism & critique. Open access journal for a global sustainable information society, Vol. 11, No. 2: 237-293.

Fuchs, C. et Zimmermann, R. (2009). "*Practical civil virtues in cyberspace: Towards the utopian identity of civitas and multitudo*", Allemagne, Shaker.

Füller, J., Jawecki, G. et Mühlbacher, H. (2007). "*Innovation creation by online basketball communities*". Journal of Business Research, Vol. 60, No. 1: 60-71.

Füller, J., Mühlbacher, H., Matzler, K. et Jawecki, G. (2009). "*Consumer empowerment through Internet-based co-creation*". Journal of Management Information Systems, Vol. 26, No. 3: 71-102.

Fumagalli, A. (2010). "*The Crisis global economic crisis and socioeconomic governance*". In Fumagalli, A. et Mezzadra, S. (Eds.), Crisis in the Global Economy: Financial Markets, Social Struggles, and New Political Scenarios, New York, Semiotext(e): 61-84.

Fumagalli, A. (2015). "*The Concept of Subsumption of Labour to Capital: Towards Life Subsumption in Bio-Cognitive Capitalism*". In Fisher, E. et Fuchs, C. (Eds.). Reconsidering value and labour in the digital age. Londres, Palgrave Macmillan: 224-245.

Fuschillo, G. (2013). "*Fanatic consumers: Transcending consumption and the sacred self*". Thèse de doctorat, La Sapienza.

Gabriel, Y. (2005). "*Glass cages and glass palaces: Images of organization in image-conscious times*", Organization, Vol. 12, No. 1: 9-27.

Gabriel, Y., Korczynski, M. et Rieder, K. (2015). "*Organizations and their consumers: Bridging work and consumption*". Organization, Vol. 22, No. 5: 629-643.

Gabriel, Y. et Lang, T. (1995). "*The unmanageable consumer: Contemporary consumption and its fragmentations*". Cambridge, Sage.

Galloway, A. et Thacker, E. (2007). "*The exploit: A theory of networks*", Minneapolis, University of Minnesota press.

Galvagno, M. et Dalli, D. (2014). "*Theory of value co-creation: A systematic literature review*". Managing Service Quality, Vol. 24, No. 6: 643-683.

Gandini, A. (2016). "*The reputation economy*". Londres, Palgrave Macmillan.

Gandini, A. (2018). "*Labour process theory and the gig economy*". Human Relations. Disponible au: <<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0018726718790002>>.

- Gardiner, M. E. (2017). "*Critique of accelerationism*". *Theory, Culture & Society*, Vol. 34, No. 1: 29-52.
- Gauthier, F. (2014). "*Les ressorts symboliques du consumérisme. Au-delà de la marchandise, le symbole et le don*". *Revue du MAUSS*, Vol. 2, No. 44 : 137-157.
- Gauthier, M. (2010). "*La philosophie sociale d'Axel Honneth. La théorie de la reconnaissance et l'analyse des pathologies sociales*". Mémoire de maitrise, Université Laval.
- Genel, K. (2004). "*Le biopouvoir chez Foucault et Agamben*", *Methodos* [Online], Vol. 4.
- Gerlitz, C. et Helmond, A. (2013). "*The like economy: Social buttons and the data-intensive Web*". *New Media & Society*, Vol. 15, No. 8: 1348-1365.
- Gentile, D. A., Anderson, C. A., Yukawa, S., Ithori, N., Saleem, M., Ming, L. K., . . . Sakamoto, A. (2009). "*The effects of prosocial video games on prosocial behaviors: International evidence from correlational, longitudinal, and experimental studies*". *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 35, No. 6: 752–763.
- Giddens, A. (1991). "*Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*". Stanford, Stanford University Press.
- Gilbert, B. (2018). "*'Minecraft' is still one of the biggest games in the world, with over 91 million people playing monthly*". *Business Insider*. Disponible au: <<https://www.businessinsider.com/minecraft-has-74-million-monthly-players-2018-1>>.
- Gill, R. et Pratt, A. (2008). "*In the social factory?: Immaterial labour, precariousness and cultural work*". *Theory, Culture & Society*, Vol. 25, No. 7-8: 1-30.
- Godelier, M. (1996). "*L'énigme du don*". Paris, Fayard.
- Goellner, K., Mark, T. et Alvarado, J. (2017). "*The impact of sense of duty on brand community outcomes*". *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, Vol. 34, No. 4 : 416-428.
- Golsorkhi, D., Huault, I., et Leca, B. (2009). "*Introduction*". In Golsorkhi, D., Huault, I., et Leca, B. (Eds), *Les études critiques en management: une perspective française*. Québec. Les Presse de l'Université Laval: 1-29.
- Gorz, A. (2003). "*L'immatériel. Connaissance, valeur et capital*". Paris, Galilée :
- Graeber, D. (2001). "*Toward an anthropological theory of value: The false coin of our own dreams*". États-Unis, Palgrave Macmillan.
- Graeber, D. (2008). "*The sadness of post-workerism or "art and immaterial labour" conference a sort of review*". Disponible au: <http://www.commoner.org.uk/wp-content/uploads/2008/04/graeber_sadness.pdf>.

- Graeber, D. (2011). *"Debt: The first 5,000 years"*. Brooklyn, Melville House.
- Graeber, D. (2018). *"Bullshit jobs: A theory"*. États-Unis, Simon & Schuster.
- Graf, A. et Maas, P. (2008). *"Customer value from a customer perspective: a comprehensive review"*. Journal für Betriebswirtschaft, Vol. 58, No. 1: 1-20.
- Graneheim, U. H., Lindgren, B. M. et Lundman, B. (2017). *"Methodological challenges in qualitative content analysis: A discussion paper"*. Nurse education today, Vol. 56:29-34.
- Granic, I., Lobel, A. et Engels, R. C. (2014). *"The benefits of playing video games"*. American psychologist, Vol. 69, No. 1: 66-78.
- Grattan, S. (2011). *"The indignant multitude: Spinozist marxism after empire"*. Mediations, Vol. 25, No. 2 :1-1
- Greaves, M. (2015). *"The rethinking of technology in class struggle: Communicative affirmation and foreclosure politics"*. Rethinking Marxism, Vol. 27, No. 2: 195-211.
- Greco, M., Grimaldi, M. et Cricelli, L. (2015). *"Open innovation actions and innovation performance: A literature review of European empirical evidence"*. European Journal of Innovation Management, Vol. 18, No. 2: 150-171.
- Green, C. et Bavelier, D. (2012). *"Learning, attentional control, and action video games"*. Current biology, Vol. 22, No. 6: 197-206.
- Grönroos, C. (2011). *"Value co-creation in service logic: A critical analysis"*. Marketing Theory, Vol. 11, No. 3: 279-301.
- Gross, J. J et John, O. P. (2003). *"Individual differences in two emotion regulation processes: Implications for affect, relationships, and wellbeing"*. Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 85: 348–362.
- Guattari, F. et Negri, A. (1990). *"Communists like us: New spaces of liberty, new lines of alliance"*. Los Angeles, Semiotext (e).
- Guéguen, H. (2014). *"Reconnaissance et légitimité"*. Vie sociale, Vol. 4 No. 8: 67-82.
- Guitier, B. (2007). *"Construction de l'univers religieux"*. Revue de psychothérapie psychanalytique de groupe, No. 49 : 161-168.
- Haddon, L. (1999). *"The Development of Interactive Games"*. In Mackay, H. et O'Sullivan, T. (Eds) *The Media Reader: Continuity and Transformation*. Londres, Sage: 305-27.

- Hajli, N., Shanmugam, M., Papagiannidis, S., Zahay, D. et Richard, M. O. (2017). "*Branding co-creation with members of online brand communities*". *Journal of Business Research*, Vol. 70 : 136-144.
- Hamel, J. (2000). "*A propos de l'échantillon. De l'utilité de quelques mises au point*". *Bulletin de Méthodologie Sociologique*, No. 67: 25-41.
- Hammersley, M. (1992). "*What's wrong with ethnography?*". New York: Routledge.
- Hancock, P. et Tyler, M. (2012). "*Beyond the Confines: Management, Colonization and the Everyday*". *Critical Sociology*, Vol. 34, No. 1: 29-49.
- Hanlon, G. (2016). "*The dark side of management: A secret history of management theory*". Croydon, Routledge.
- Hanlon, G. (2017). "*Digging deeper towards capricious management: 'Personal traits become part of the means of production'*". *Human relations*, Vol. 70, No.2: 168-184.
- Hardin, G. (1968). "*The tragedy of the commons*". *Science*, Vol. 162, No. 3859: 1243-1248.
- Hardt, M. (1999). "*Affective labor*". *Boundary 2*, Vol. 26, No. 2: 89-100.
- Hardt, M. (2010) "*The common in communism*". *Rethinking Marxism*, Vol. 22, No. 3: 346-356.
- Hardt, M et Negri, A. (1994). "*Labor of Dionysus: A Critique of the State Form*". Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Hardt, M et Negri, A. (1999). "*Value and affect*". *Boundary 2*, Vol. 26, No. 2: 77-88.
- Hardt, M. et Negri, A. (2000). "*Empire*". Paris, Exils.
- Hardt, M. et Negri, A. (2004). "*Multitude: War and democracy in the age of empire*", New-York, Penguin books.
- Hardt, M. et Negri, A. (2009). "*Commonwealth*". Cambridge, Harvard university press.
- Hardt, M. et Negri, A. (2012). "*Declaration*". New-York, Argo-Navis.
- Hardt, M. et Negri, A. (2017). "*Assembly*". États-Unis, Oxford university press.
- Hardt, M., et Negri, A. (2018). "*The multiplicities within capitalist rule and the articulation of struggles*". *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, Vol. 16, No. 2: 440-448.
- Hargadon, A. et Bechky, B. (2006). "*When collections of creatives become creative collectives: A field study of problem solving at work*". *Organization Science*, Vol. 17, No. 4: 484-500.

- Harhoff, D., Henkel, J., et Von Hippel, E. (2003). "*Profiting from voluntary information spillovers: How users benefit by freely revealing their innovations*", Research policy, Vol. 32, No. 10: 1753-1769.
- Harribey, J. (2002). "*Le travail productif dans les services non marchands*". La Pensée, No. 330: 33-45.
- Harris, B. (2014). "*Console wars*". New-York, HarperCollins.
- Harvey, D. (2012). "*Pour lire Le Capital*". Paris, Les éditions la ville brûlée.
- Harvey, D. (2014). "*Seventeen contradictions and the end of capitalism*". New-York, Oxford press university.
- Harvey, D. (2018). "*Universal alienation*". tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, Vol. 22, No. 2: 137-150.
- Harvie, D. (2005). "*All labour produces value for capital and we all struggle against value*". The Commoner, No. 10: 132-171.
- Harvie, D. et Milburn, K.(2010). "*How organizations value and how value organizes*", Organization, Vol. 17, No. 5: 631-636.
- Harwood, T. et Garry, T. (2014). "*Co-creation and ambiguous ownership within virtual communities: the case of the Machinima community*". Journal of Consumer Behaviour, Vol. 13, No. 2: 148-156.
- Hearn, A. (2008a). "*Meat, mask, burden: Probing the contours of the branded self*". Journal of consumer culture, Vol. 8, No. 2: 197-217.
- Hearn, A. (2008b). "*Insecure: Narratives and economies of the branded self in transformation television*", Continuum, Vol. 22, No. 4: 495-504,
- Hearn, A. (2011). "*Confessions of a Radical Eclectic Reality Television, Self-Branding: Social media, and autonomist marxism*". Journal of Communication Inquiry, Vol. 35, No. 4: 313-321.
- Heaton, L. et Proulx, S. (2015). "*Paradoxical empowerment: Immaterial labor translated in a Web of affective connections*". The Information Society, Vol. 31, No. 1: 28-35.
- Hemp, P. (2006). "*Avatar-based marketing*". Harvard business review, Vol. 84, No. 6: 48-57.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K., Walsh, G. et Gremler, D. (2004). "*Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet?*". Journal of interactive marketing, Vol. 18, No. 1: 38-52.
- Herrera, R. et Vercellone, C. (2003). "*Transformation de la division du travail et general intellect*". In Vercellone, C. (Eds.), Somme-nous sortis du capitalisme industriel ?, Paris, La dispute: 23-54.

Hertel, G., Niedner, S. et Herrmann, S. (2003). "*Motivation of software developers in Open Source projects: An Internet-based survey of contributors to the Linux kernel*". Research policy, Vol. 32, No. 7: 1159-1177.

Herz, J. C. (1997). "*Joystick nation: How videogames ate our quarters, won our hearts, and rewired our minds*". Londres, Abacus.

Hesmondhalgh, D.(2010). "*User-generated content, free labour and the cultural industries*". Ephemera: Theory & politics in organization, Vol. 10, No. 3/4: 267-284.

Hirschman, A.O. (2013). "*The passions and the interests: Political arguments for capitalism before its triumph*". États-Unis, Princeton university press.

Hobbs, D. (2006). "*Ethnography*". In Jupp, V. (Ed.), Sage dictionary of social research methods, Londres, Sage: 101-103.

Hochschild, A. R. (1983). "*The managed heart: Commercialisation of human feeling*". Berkeley, University of California Press.

Hoedemaekers, C. (2016). "*'Work hard, play hard': Fantasies of nihilism and hedonism between work and consumption*". ephemera theory & politics in organization, Vol. 16, No. 3: 61-94.

Holloway, J. (2005). "*Change the world without taking power*". Londres, Pluto press.

Holloway, J. (2010). "*Crack capitalism*". Londres, Pluto press.

Holt, D. (2004). "*How brands become icons: The principles of cultural branding*". États-Unis, Harvard Business Press.

Hong, R., et Chen, V.H. (2014). "*Becoming an ideal co-creator: Web materiality and intensive laboring practices in game modding*". New media & society, Vol. 16, No. 2: 290-305.

Honneth, A. (1991). "*The critique of power : reflective stages in a critical theory*". États-Unis. MIT press.

Honneth, A. (1999). "*Reply to Andreas Kalyvas, critical theory at the crossroads: Comments on Axel Honneth's theory of recognition*". European Journal of Social Theory, Vol. 2, No. 2: 249-252.

Honneth, A. (2000). "*La lutte pour la reconnaissance*", Paris, Éditions du Cerf.

Honneth, A. (2006). "*La société du mépris. Vers une nouvelle théorie critique*", Paris, Gallimard.

Honneth, A. (2007a). "*La réification. Petit traité de théorie critique*", Paris, La découverte.

- Honneth, A. (2007b). "*Travail et agir instrumental. À propos des problèmes catégoriels d'une théorie critique de la société*". Travailler, Vol. 2 : 17-58.
- Honneth, A., Bessin, M., Ferrarese, E., Murard, N. et Voirol, O. (2009). "*Le motif de tout conflit est une attente de reconnaissance*". In Pensées critiques: Dix itinéraires de la revue Mouvements 1998-2008, Paris, La Découverte : 171-182.
- Hookway N (2008) "'Entering the blogosphere': Some strategies for using blogs in social research". Qualitative Research, Vol. 8, No. 1: 91-113.
- Howe, J (2009). "*Crowdsourcing: Why the power of the crowd is driving the future of business*". New York, Crown Business.
- Huber, C. et V.H. Klein Jr. (2017). "*Crisis, critique and alternatives: Revolutionary politics as the lost substance of the left?*". Ephemera: Theory and politics in organization, Vol. 17, No. 2: 447-455.
- Hughes, B. (2006). "*Suits' and 'creatives': managerial control, the expropriation of fun and the manufacture of consent*". Work Organisation, Labour and Globalisation, Vol. 1, No. 1: 77-89.
- Huizinga, J. (1949). "*Homo Ludens: A study of the play-element in culture*". Londres, Routledge.
- Humphreys, A. et Grayson, K. (2008). "*The intersecting roles of consumer and producer: A critical perspective onco-production, co-creation and prosumption*". Sociology compass, Vol. 2, No. 3: 963-980.
- Huws, U. (2010). "*Expression and expropriation: The dialectics of autonomy and control in creative labour*". Ephemera: Theory and politics in organization, Vol. 10, No. 3/4: 504-521.
- Huws, U. (2014). "*Labor in the global digital economy*". New-York, Monthly Review Press.
- Illich, I. (1983) "*Silence is a commons*". The coevolution quarterly, No.40: 5-9.
- Imbert, G., et Chauvet, V. (2013). "*Faire coproduire le client en conception innovante. Les quatre processus mobilisés par les sociétés de conseil en innovation*". Revue française de gestion, Vol. 5, No. 234: 167-183.
- Inauen, M. et Schenker-Wicki, A. (2012). "*Fostering radical innovations with open innovation*". European Journal of Innovation Management, Vol. 15 No. 2: 212-231.
- Ind, N. et Coates, N. (2013). "*The meanings of co-creation*". European Business Review, Vol. 25, No. 1: 86-95.

- Jackson, L. et Games, A. (2015). "*Video games and creativity*". In Green, G. et Kaufman, J. (Eds). *Video Games and Creativity*. États-Unis, Academic Press: 3-38
- Jackson, L., Witt, E., Games, A., Fitzgerald, H., von Eye, A. et Zhao, Y. (2012). "*Information technology use and creativity: Findings from the Children and Technology Project*". *Computers in human behavior*, Vol. 28, No. 2 : 370-376.
- Jackson, N. et Carter, P. (2014). "*No. struggle, no emancipation: Georges Sorel and his relevance for Critical Organisation Studies*". *Ephemera: Theory & politics in organization*, Vol. 14, No. 4: 835-857.
- Jameson, F. (2011). "*Dresden 's clocks*". *New left review*, No. 71: 141-152.
- Jappe, A. et Kurz, R. (2003). "*Les habits neuf de l'empire: Remarques sur Negri, Hardt et Ruffin*", Clamecy, Éditions lignes & manifestes.
- Jeanes, E. (2013). "*The construction and controlling effect of a moral brand*". *Scandinavian Journal of Management*, Vol. 29, No. 2: 163-172.
- Jenkins, H. (2006). "*Convergence culture: Where old and new media collide*". États-Unis, New-York University press.
- Jenkins, H., Ito, M. et Boyd, D. (2016). "*Participatory culture in a networked era*". Cambridge, Polity press.
- Jermier, J. M. (1998). "*Introduction: critical perspective on organizational control*". *Administrative Science Quarterly*, Vol. 43, No. 2: 235-256.
- Jhally, S. (1989a). "*the political economy of culture*". In Angus, I. et Jhally, S. (Eds.), *Cultural politics in contemporary America*. États-Unis, Routledge: 65-81.
- Jhally, S. (1989b). "*Advertising as religion: The dialectic of technology and magic*". In Angus, L. et Jhally, S.(Eds.), *Cultural Politics in Contemporary America*, New York, Routledge: 217–229.
- Jhally, S. (2005). "*The spectacle of accumulation: Essays in culture, media, & politics*", États-Unis, Peter Lang.
- Jin, D. et Feenberg, A. (2015). "*Commodity and community in social networking: Marx and the monetization of user-generated content*". *The Information Society*, Vol. 31, No. 1: 52-60.
- Jones, C. et Murtola, A.(2012). "*Entrepreneurship and expropriation*". *Organization*, Vol. 19, No. 5: 635-655.
- Joseph, D. J. (2018). "*The discourse of digital dispossession: Paid modifications and community crisis on Steam*". *Games and Culture*, Vol. 13, No. 7: 690-707.

- Juul, J. (2005). *"Half-real: Video games between real rules and fictional worlds"*. États-Unis, MIT press.
- Kalekin-Fishman, D. et Langman, L. (2015). *"Alienation: The critique that refuses to disappear"*. *Current sociology*, Vol. 63, No. 6 : 916-933.
- Kalinowski, I. (2009). *"La critique selon Max Weber"*. In Golsorkhi, D., Huault, I., et Leca, B. (Eds), *Les études critiques en management: une perspective française*. Québec. Les Presses de l'Université Laval: 81-96.
- Kalyvas, A. (1999). *"Critical theory at the crossroads: Comments on Axel Honneth's theory of recognition"*. *European Journal of Social Theory*, Vol. 2, No. 1: 99-108.
- Kangal, K. (2016). *"The Karl Marx problem in contemporary new media economy: A critique of Christian Fuchs' account"*. *Television & New Media*, Vol. 17, No. 5: 416-428.
- Kazmi, B., Leca, B. et Naccache, P. (2016). *"Is corporate social responsibility a new spirit of capitalism?"*. *Organization*, Vol. 23, No. 5: 742-762.
- Kendall, N. et Thangaraj, M. (2013). *"Ethnography"*. In Trainor, A. et Graue, E. (Eds.), *Reviewing qualitative research in the social sciences*, New-York, Routledge: 82-107.
- Kent, S. L. (2010). *"The Ultimate History of Video Games: from Pong to Pokemon and beyond... the story behind the craze that touched our lives and changed the world"*. Three Rivers Press.
- Kline, S., Dyer-Witford, N., et De Peuter, G. (2003). *"Digital play: The interaction of technology, culture, and marketing"*. Québec, McGill-Queen's University Press.
- Koch, S. et Bierbamer, M. (2016). *"Opening your product: impact of user innovations and their distribution platform on video game success"*. *Electronic Markets*, Vol. 26, No. 4: 357-368.
- Koeber, C. (2011). *"Consumptive labor: the increasing importance of consumers in the labor process"*. *Humanity & Society*, Vol. 35, No. 3: 205-232.
- Koeber, C, Wright, D. et Dingler, E. (2012). *"Self-service in the labor process control and consent in the performance of "consumptive labor" "*. *Humanity & Society*, Vol. 36, No. 1: 6-29.
- Kohler, T., Matzler, K. et Füller, J. (2009). *"Avatar-based innovation: Using virtual worlds for real-world innovation"*. *Technovation*, Vol. 29, No. 6: 395-407.
- Kojima, S. (2015). *"Why do temp workers work as hard as they do?: The commitment and suffering of factory temp workers in Japan"*. *The Sociological Quarterly*, disponible au: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/tsq.12089/abstract>>
- Konings, M. (2015). *"The emotional logic of capitalism. What progressives have missed"*. États-Unis, Stanford university press.

- Kozinets, R. V. (2007). "*Inno-tribes: Star Trek as wikimedia*". In Cova, B., Kozinets, R. et Shankar, A. (Eds), *Consumer tribes*, New-York, Routledge: 194-211.
- Kozinets, R. V. (2010). "*Netnography: Doing ethnographic research online*". Cornwall, Sage publications.
- Kozinets, R. V., Dolbec, P.Y. et Earley, A. (2014). "*Netnographic analysis: Understanding culture through social media data*". In Uwe Flick (Ed), *Sage Handbook of Qualitative Data Analysis*, Londres, Sage: 262-275.
- Kozinets, R. V., Hemetsberger, A. et Schau, H. J. (2008). "*The wisdom of consumer crowds collective innovation in the age of networked marketing*". *Journal of Macromarketing*, Vol. 28, No. 4: 339-354.
- Kretzschmar, M., & Stanfill, M. (2018). "*Mods as lightning rods: A typology of video game mods, intellectual property, and social benefit/harm*". *Social & Legal Studies*. Disponible au: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0964663918787221>>
- Kruger, S. et Johanssen, J. (2014). "*Alienation and digital labour—A depth-hermeneutic inquiry into online commodification and the unconscious*". *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, Vol. 12, No. 2: 632-647.
- Kücklich, J. (2005) "*Precarious Playbour: Modders and the Digital Games Industry*". *Fibreculture*, No. 5. Disponible au: <<http://five.fibreculturejournal.org/fcj-025-precious-playbour-modders-and-the-digital-games-industry/>>
- Kwon, H., Mohaisen, A., Woo, J., Kim, Y., Lee, E. et Kim, H. K. (2017). "*Crime scene reconstruction: Online gold farming network analysis*". *IEEE Transactions on Information Forensics and Security*, Vol. 12, No. 3: 544-556.
- Lakhani, K. et von Hippel, E. (2003). "*How open source software works: "Free" user-to-user assistance*". *Research Policy*, Vol. 32, No. 6: 923-943.
- Lakhani, K., Wolf, B., Bates, J. et Dibona, C. (2002). "*The Boston consulting group hacker survey*". Boston, The Boston Consulting Group.
- Land, C. et Böhm, S. (2012). "*They are exploiting us! Why we all work for Facebook for free*". Disponible au: <<http://oowsection.org/2012/02/22/they-are-exploiting-us-why-we-all-work-for-facebook-for-free/>>
- Land, C. et Taylor, S. (2010). "*Surf 's Up: Work, Life, Balance and Brand in a New Age Capitalist Organization*". *Sociology*, Vol. 44, No. 3: 395-413.
- Laughey, D. (2010). "*User authority through mediated interaction a case of Ebay-in-use*". *Journal of Consumer Culture*, Vol. 10, No. 1: 105-128.
- Laval, C. (2007). "*De la limite du capital au seuil du communisme?*". In Dardot, P., Laval, C. et Mouhoud, E. (Eds.), *Sauver Marx? Empire, multitude, travail immatériel*, Paris, La découverte : 97-184.

- Laval, C. (2012). "*Surveiller et prévenir. La nouvelle société panoptique*". Revue du MAUSS, Vol. 40, No. 2: 47-72.
- Lazzarato, M. (1996) "*Immaterial Labor*". In Hardt, M. et Virno, P. (Eds.), *Radical Thought in Italy: A Potential Politics*, Minneapolis et Londres: University of Minnesota Press.
- Lazzarato M. (1997). "*Pour une redéfinition du concept de biopolitique*", *Futur antérieur*, No. 39-40. Disponible au: <<http://www.multitudes.net/Pour-une-redefinition-du-concept/>>
- Lazzarato, M. (2001). "*Economy and the production of subjectivity : The binding of affective powers in contemporary capitalism*", *Springerin*, Vol. 2, No. 1. Disponible au: <http://www.springerin.at/dyn/heft_text.php?textid=172&lang=en>
- Lazzarato, M. (2004a). "*Les révolutions du capitalisme*". Paris, Les empêcheurs de penser en rond.
- Lazzarato, M. (2004b) "From capital-labour to capital-life", *Ephemera*, Vol. 4, No.3: 187-208.
- Lazzarato M. (2005). "*Biopolitique / bioéconomie*". *Multitudes*, Vol. 3, No. 22 :51-62.
- Lazzarato, M. (2009a). "*Neoliberalism in action inequality, insecurity and the reconstitution of the social*". *Theory, Culture & Society*, Vol. 26, No. 6: 109-133.
- Lazzarato, M. (2009b). "*Expérimentations politiques*". Paris, Éditions Amsterdam.
- Lazzarato, M. (2011). "*La fabrique de l'homme endetté: Essai sur la condition néolibérale*". Paris, Éditions Amsterdam.
- Lazzarato, M. (2014). "*Signs and machines: Capitalism and the production of subjectivity*". Los Angeles, Semiotext(e).
- Lazzarato, M. (2015). "*Governing by debt*". Los Angeles, Semiotext(e).
- Lazzarato, M. et Murphy T. (2007). "*Strategies of the Political Entrepreneur*". *SubStance*, Vol. 36, No. 1: 86-97.
- Lazzarato, M. et Negri, A. (1992). "*Vers l'hégémonie du travail immatériel*". *Futur antérieur*, No. 6.
- Lee, C. (2017). "*Who still hangs out on Second Life? More than half a million people*". *The Globe and Mail*. Disponible au: <<https://www.theglobeandmail.com/life/relationships/who-still-hangs-out-on-second-life-more-than-half-a-million-people/article35019213/>>

Lee, M. (1993). "*Consumer culture reborn: The cultural politics of consumption*". Londres, Routledge.

Leidner, R. (1993). "*Fast food, fast talk: Service work and the routinization of everyday life*". Berkeley: University of California Press.

Leidner, R. (2001). "*Manufacturing consent reexamined*". Contemporary Sociology, Vol. 30, No. 5: 439-442.

Lemke, T. (2011). "*Biopolitics: An advanced introduction*". New-York, New-York university press.

Lenhart, A., Kahne, J., Middaugh, E., Macgill, A. R., Evans, C. et Vitak, J. (2008). "*Teens, video games, and civics: Teens' gaming experiences are diverse and include significant social interaction and civic engagement*". Disponible au : <<https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED525058.pdf>>

Leonardi, E. (2010). "*The imprimatur of capital: Gilbert Simondon and the hypothesis of cognitive capitalism*". Ephemera: Theory and politics in organization, Vol. 10, No. 3/4: 253-266.

Lessard-Hébert M., Goyette G. et Boutin G. (1997). "*La recherche qualitative: Fondements et pratiques (2e édition)*". Éditions Nouvelles.

Levy, D., Alvesson, M. et Willmott, H. (2003). "*Critical approaches to strategic management*". In Alvesson, M. et Willmott, H. (Eds.), Studying management critically, Londres, Sage: 92-110.

Lilley S., Grodzinsky, F. et Gumbus, A. (2012). "*Revealing the commercialized and compliant Facebook user*", Journal of Information, Communication and Ethics in Society, Vol. 10, No. 2: 82 - 92.

Lipovetsky, G. et Serroy, J. (2013). "*L'esthétisation du monde: Vivre à l'âge du capitalisme artiste*". Paris, Gallimard.

Littler, C. (1990). "*The labour process debate: A theoretical review 1974-88*". In Knights, D. et Willmott, H. (Eds.), Labour process theory, Londres, Macmillan: 46-94.

Liu, Y., Mai, E. S. et Yang, J. (2015). "*Network externalities in online video games: An empirical analysis utilizing online product ratings*". Marketing Letters, Vol. 26, No. 4: 679-690.

Livingstone, S. (2004). "*The challenge of changing audiences or, what is the audience researcher to do in the age of the Internet?*". European journal of communication, Vol. 19, No. 1: 75-86.

- Lloyd, A. (2017) "*Ideology at work: Reconsidering ideology, the labour process and workplace resistance*", International Journal of Sociology and Social Policy, Vol. 37, No. 5/6: 266-279.
- Lopdrup-Hjorth, T. (2013). "*Let's go outside: The value of co-creation*". Copenhagen, Copenhagen Business School.
- Lordon, F.(2012). "*Capitalisme, désir et servitude: Marx et Spinoza*". Paris, La fabrique.
- Lucarelli, S. (2010). "*Financialization as biopower*". In Fumagalli, A. et Mezzadra, S. (Eds.), *Crisis in the Global Economy: Financial Markets, Social Struggles, and New Political Scenarios*, New York, Semiotext(e): 119-138.
- Lucas, R. (2010). "*Dreaming in code*". New Left Review, Vol. 62: 125–132.
- Lund, A. (2014). "*Playing, gaming, working and labouring: Framing the concepts and relations*". tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, Vol. 12, No. 2: 735-801.
- Lupton, D. (2015) "*Quantified sex: A critical analysis of sexual and reproductive self-tracking using apps*". Culture Health & Sexuality, Vol. 17, No. 4: 440-453.
- Lyotard, J.F. (1979). "*La condition postmoderne: Rapport sur le savoir*". Paris, Minuit.
- Mackay, R. et Avanesian, A. (2014). "*# Accelerate: The accelerationist reader*". Royaume-Uni, Urbanomic.
- McKinlay, A. (2006) "*Managing Foucault: Genealogies of management*". Management & Organizational History, Vol. 1, No. 1: 87-100.
- Maclaran, P. and Brown, S. (2005) "*The center cannot hold: Consuming the utopian marketplace*". Journal of Consumer Research Vol. 32, No. 2: 311–323.
- Macmillan, A. (2011). "*Empire, Biopolitics, and Communication. Journal of Communication Inquiry*". Vol. 35, No. 4: 356-361.
- Madison, S. (2012). "*Critical ethnography: Method, ethics and performance*". États-Unism Sage.
- Madra, Y. M., et Özselçuk, C. (2010). "*Jouissance and antagonism in the forms of the commune: A critique of biopolitical subjectivity*". Rethinking Marxism, Vol. 22, No. 3: 481-497.
- Maffesoli, M. (2000). "*Le temps des tribus : Le déclin de l'individualisme dans les sociétés postmodernes*". Paris, La table ronde.

- Mahr, D., Lievens, A. et Blazevic, V. (2014). "*The value of customer cocreated knowledge during the innovation process*". *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 31, No. 3: 599-615.
- Maillet, T. (2010). "*Le marketing et son histoire ou le mythe de Sisyphe réinventé*". Paris, Pocket.
- Mandarini, M. (2005). "*Antagonism, contradiction, time: Conflict and organization in Antonio Negri*". *The Sociological Review*, Vol.53: 192–214.
- Manza, J. et McCarthy, M. (2011). "*The Neo-Marxist Legacy in American Sociology*". *Annual Review of Sociology*, Vol. 37: 155-183.
- Manzerolle, V. (2010). "*Mobilizing the audience commodity: Digital labour in a wireless world*". *Ephemera: Theory and politics in organization*, Vol. 10, No. 3/4: 455-469.
- Marazzi, C.(2008). "*Capital and language. from the new economy to the war economy*". Los Angeles, Semiotext(e).
- Marazzi, C.(2011a). "*Capital and affects: The politics of the language economy*". Los Angeles, Semiotext(e).
- Marazzi, C.(2011b). "*The Violence of Financial Capitalism*". Los Angeles, Semiotext(e).
- March, J. (1991). "*Exploration and exploitation in organizational learning*". *Organization*, Vol. 2, No. 1: 71–87.
- Marchand, A. et Hennig-Thurau, T. (2013). "*Value creation in the video game industry: Industry economics, consumer benefits, and research opportunities*". *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 27, No. 3: 141-157.
- Marcoux, J. S. (2009). "*Escaping the gift economy*". *Journal of Consumer Research*, Vol. 36, No. 4: 671-685.
- Marcuse, H. (1964). "*One-dimensional man: Studies in the ideology of advanced industrial society*". Londres, Routledge.
- Mardon, R., Molesworth, M. et Grigore, G. (2018). "*YouTube Beauty Gurus and the emotional labour of tribal entrepreneurship*". *Journal of Business Research*, Vol. 92: 443-454.
- Marion G. (2013). "*La formation de la valeur pour le client : interactions, incertitudes et cadrages*" *Perspectives Culturelles de la Consommation*, No. 3.
- Marion, G. (2016). "*Le consommateur coproducteur de valeur: L'axiologie de la consommation*". Cormelles-le-royal, Éditions EMS.

- Marion, L. (2014). "*Révolution du moteur et machination de la valeur (Essai sur la machine et le capital)*". In Martin, E. et Ouellet, M. (Eds), *La tyrannie de la valeur : Débats pour un renouvellement de la théorie critique*. Gatineau, Écosociété: 198-221.
- Marotzki, W., Holze, J. et Verstanding D. (2014). "*Analysing virtual data*". In Flick, W. (Ed), *The Sage handbook of qualitative data analysis*, Dorchester, Sage: 450-463.
- Martin, E. et Ouellet, M. (2014). "*Introduction*". In Martin, E. et Ouellet, M. (Eds), *La tyrannie de la valeur : Débats pour un renouvellement de la théorie critique*. Gatineau, Écosociété: 7-51.
- Martineau, E. et Arsel, Z. (2017). "*Managing communities of co-creation around consumer engagement styles*". *Journal of the Association for Consumer Research*, Vol. 2, No. 2: 179-195.
- Martineau, W., Meer, N. et Thompson, S. (2012). "*Theory and practice in the politics of recognition and misrecognition*". *Res Publica*, Vol. 18, No. 1: 1-9.
- Marks, A. et Thompson, P. (2010). "*Beyond the blank slate: Identities and interests at work*". In Thompson, P. et Smith, C. (Eds), *Working life: Renewing labour process analysis*, Grande-Bretagne, Palgrave Macmillan: 205-222.
- Marx K. (1867). "*Le capital: Livre I*". Paris, Editions sociales.
- Marx, K. (1976). "*Capital: A critique of political economy: Volume I*". New York, Penguin books.
- Mason, P. (2015). "*Post capitalism: A guide to our future*". Grande-Bretagne, Allen Lane.
- Massumi, B. (2015). "*The power at the end of the economy*". Londres, Duke university press.
- Mathews, C. et Wearn, N. (2016). "*How Are Modern Video Games Marketed?*". *The Computer Games Journal*, Vol. 5, No. 1: 23-37.
- Mauss, M. (1923). "*Essai sur le don forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*". *L'Année sociologique (1896/1897-1924/1925)*, Vol. 1: 30-186.
- Maxwell, R. et Miller, T. (2012). " 'Warm and stuffy'": *The ecological impact of electronic games*". In Zackariasson P. et Wilson, T. (Eds), *The video game industry: Formation, present state and future*. New-York, Routledge: 179-197.
- McKay, S. (2006). "*Satanic mills or silicon islands?: The politics of high-tech production in the Philippines*". États-Unis, Cornell University Press.
- McGonigal, J. (2011). "*Reality is broken: Why games make us better and how they can change the world*". New York, Penguin Press.

McQueen, P. (2015). "*Honneth, Butler and the ambivalent effects of recognition*". Res Publica, Vol. 21, No. 1: 43-60.

Merz, S. (2016). "'Health and ancestry start here': Race and prosumption in direct-to-consumer genetic testing services". Ephemera, Vol.16, No. 3: 119-140.

Michel, A. (2011). "*Transcending socialization: A nine-year ethnography of the body's role in organizational control and knowledge workers' transformation*". Administrative Science Quarterly. Vol. 56, No. 3: 325–368.

Mikkelson, B. et Mikkelson, D. (2011). "*Buried Atari Cartridges*". Snopes.com. Consulté le 15 mai 2017.

Miller, D. (1987). "*Material culture and mass consumption*". Grande-Bretagne, Basil Blackwell Pub.

Miller, T. (2006). "*Gaming for beginners*". Games and Culture, Vol.1, No. 1: 5–12.

Mokter, H. (2013). "*Open innovation: So far and a way forward*". World Journal of Science, Technology and Sustainable Development, Vol. 10, No. 1: 30-41.

Molesworth, M., Watkins, R. et Denegri-Knott, J. (2016). "*Possession work on hosted digital consumption objects as consumer ensnarement*". Journal of the Association for Consumer Research, Vol. 1, No. 2: 246-261.

Mollick, E. et Rothbard, N. (2014). "*Mandatory Fun: Consent, Gamification and the Impact of Games at Work*". The Wharton School Research Paper Series. Disponible au: <<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2277103>>

Monsour, M.(2017). "*Together and alone: Intimacy and alienation in the age of competitive individualism*". Thèse de Doctorat, University of Oregon.

Moody, K. A. (2014). "*Modders: Changing the game through user-generated content and online communities*". Thèse de doctorat, University de l'Iowa.

Moore, P. et Taylor, P. (2009). "*Exploitation of the self in community-based software production: Workers' freedoms or firm foundations?*". Capital & class, Vol. 33, No. 1: 99-119.

Mosco, V. (2016). "*Marx in the cloud*". In Fuchs, C. et Mosco, V. (Eds), Marx in the Age of Digital Capitalism. Leiden: Brill.

Mouhoud, E. (2003). "*Division internationale du travail et économie de la connaissance*". In Vercellone, C. (Eds), Somme-nous sortis du capitalisme industriel ?, Paris, La dispute: 121-136.

- Mouhoud, E. (2007). "*Marchandisation de la connaissance ou main invisible du communisme?*". In Dardot, P., Laval, C. et Mouhoud, E. (Eds.), *Sauver Marx? Empire, multitude, travail immatériel*, Paris, La découverte: 185-238.
- Mouhoud, E. et Plihon, D.(2009). "*Le savoir et la finance : Liaison dangereuse au cœur du capitalisme contemporain*". Paris, La Découverte.
- Morini, C. et Fumagalli, A. (2010). "*Life put to work: Towards a life theory of value*". *Ephemera: Theory & politics in organization*, Vol. 10, No. ¾ : 243-252.
- Morse, J. M. (2004). "*Theoretical saturation*". In Lewis-Beck M., Bryman, A. et Futing Liao, T. (Eds), *Encyclopedia of social science research methods*, Thousand Oaks, Sage publication: 1122-1123.
- Moulier-Boutang, Y.(2010). "*L'abeille et l'économiste*". Paris, Carnets nord.
- Moulier-Boutang, Y.(2011). "*Cognitive capitalism*".Cambridge, Polity.
- Moulier-Boutang, Y.(2013)."*Y a-t-il une araignée sur la toile ?*". *Multitudes*, Vol. 3, No. 54: 221-225.
- Mumby, D. K. (2016). "*Organizing beyond organization: Branding, discourse, and communicative capitalism*". *Organization*, Vol. 23, No. 6: 884-907.
- Muniz, A. et O'guinn, T. (2001). "*Brand community*". *Journal of consumer research*, Vol. 27, No. 4: 412-432.
- Munro, I. (2012). "*The management of circulations: Biopolitical variations after Foucault*". *International Journal of Management Reviews*, Vol. 14, No. 3: 345-362.
- Murdock, G. (2011). "*Political economies as moral economies: Commodities, gifts, and public goods*". In Wasko, J., Murdock, G. et Sousa, H. (Eds), *The handbook of political economy of communications*, Oxford, Wiley-Blackwell: 11-40.
- Murphy, T. (2012). "*Key contemporary thinkers: Antonio Negri*". Bodmin, Polity press.
- Murthy, D. (2013). "*Ethnographic Research 2.0: The potentialities of emergent digital technologies for qualitative organizational research*". *Journal of Organizational Ethnography*, Vol. 2, No. 1: 23-36.
- Murtola, A. (2014). "*Experience, commodification, biopolitics*". *Critical Sociology*, Vol. 40, No. 6: 835-854.
- Musto, M. (2010). "*Revisiting Marx's concept of alienation*". *Socialism and democracy*, Vol. 24, No. 3: 79-101.
- Myers, M. (1999). "Investigating information systems with ethnographic research". *Communications of the AIS*, vol 2, No 4.

Nambisan, S. et Baron, R. (2009). "*Virtual customer environments: Testing as a model of voluntary participation in value co-creation activities*". Journal of Product Innovation Management, Vol. 26, No. 4: 388-406.

Nardi, B., Schiano, D., Gumbrecht, M. et Swartz, L. (2004). "*Why we blog*". Communications of the ACM, Vol. 47, No. 12: 41-46.

Negri, A. (1989). "*The Politics of Subversion: A Manifesto for the Twenty First Century*". Cambridge, Polity press.

Negri, A. (1992). "*Interpretation of the class situation today: Methodological aspects*". In Bonfeld, W., Gunn, R. et Psychopedis, K. (Eds.), Open Marxism. Volume II: Theory and Practice, Londres, Pluto press.

Negri, A. (1996) "*Twenty Theses on Marx: Interpretation of the Class Situation Today*". In S. Makdisi, C. Casarin and R.E. Karl (Eds.), Marxism Beyond Marxism, New York, Routledge.

Negri, A. (2004) "*A contribution on Foucault*". Disponible au : <<http://www.generation-online.org/p/fpnegri14.htm>>

Negri, A. (2008). "*The porcelain workshop: For a new grammar of politics*". Los Angeles, Semiotext(e).

Negri, A. (2008a). "*Reflections on empire*". Cambridge, Polity press.

Negri, A. (2008b). "*Empire and beyond*". Cambridge, Polity press.

Negri, A. (2008c). "*The labor of the multitude and the fabric of biopolitics*". Mediations, Vol. 23, No. 2: 9-24.

Negri A (2009). "*No New Deal*". Radical Philosophy, No. 155: 2-5.

Negri, A. (2011). "*De l'antagonisme au commun : Retrouver Marx*". Actuel Marx, No. 50: 29-43.

Negri, A. (2013). "*Time for revolution*". Chennai, Bloomsbury.

Negri, A. (2014). "*Reflections on the "Manifesto for an Accelerationist Politics"*". E-flux. No. 53. Disponible au : <http://www.e-flux.com/journal/reflections-on-the-%E2%80%9Cmanifesto-for-an-accelerationist-politics%E2%80%9D/#_ftnref15>

Negri, A. (2017). "*Marx and Foucault*". Croydon, Polity.

Negri, A. (2018). "*From the factory to the metropolis*". Croydon, Polity.

- Negri, A. et Vercellone, C. (2008). "*Le rapport capital/travail dans le capitalisme cognitif*". *Multitudes*, Vol. 1, No. 32: 39-50.
- Nichols, R. (2014). "*The video game business*". Londres, Palgrave Macmillan.
- Nixon, B. (2015). "*The exploitation of audience labour: A missing perspective on communication and capital in the digital era*". In Fisher, E. et Fuchs, C. (Eds.). *Reconsidering value and labour in the digital age*. Londres, Palgrave Macmillan: 99-114.
- Nola, R. (1988). "*Introduction: some issues concerning relativism and realism in science*". In Nola, R. (Ed.) *Relativism and realism in science*, Dordrecht, Springer: 1-35
- Nonaka, I. (1994). "*A dynamic theory of organizational knowledge creation*". *Organization science*, Vol. 5, No. 1: 14-37.
- Normann, R. et Ramirez, R. (1994) "*Designing interactive strategy: From value chain to value constellation*". Chichester, John Wiley & Sons.
- Noys, B. (2013). "*Malign velocities: Accelerationism and capitalism*". Croydon, Verso books.
- Nunes, R.(2007). "*Forward How?Forward Where? 'I: (Post-)Operaismo beyond the immaterial labour thesis*". *Ephemera: Theory & politics in organization*, Vol. 7, No. 1: 178-202.
- O'Doherty, D. et Willmott, H.(2009). "*The decline of labour process analysis and the future sociology of work*". *Sociology*, Vol. 43, No. 5: 931-951.
- O'Donnell, C. (2009). "*Production protection to copy (right) protection: from the 10NES to DVDs*". *IEEE Annals of the History of Computing*, Vol. 31, No. 3: 54-63.
- O'Donnell, C. (2011). "*The Nintendo Entertainment System and the 10NES chip: Carving the video game industry in silicon*". *Games and Culture*, Vol. 6, No. 1: 83-100.
- O' Donnell, C. (2012a). "*This is not a software industry*". In Zackariasson P. et Wilson, T. (Eds), *The video game industry : Formation, present state and future*. New-York, Routledge: 17-33.
- O' Donnell, C. (2012b). "*The North American game industry*". In Zackariasson P. et Wilson, T. (Eds), *The video game industry : Formation, present state and future*. New-York, Routledge: 99-115.
- O'Dwyer, R.(2013) "*Spectre of the commons: Spectrum regulation in the communism of capital*", *Ephemera: Theory & politics in organization*, Vol. 13, No. 3: 497-526.
- Ohlström, M., Solinas, M. et Voirol, O. (2011). "*Nancy Fraser and Axel Honneth's Redistribution or Recognition? A Political-Philosophical Exchange*". *Iris*, Vol. 3, No. 5: 205-222.

O'Reilly, D. (2012). "*Maffesoli and consumer tribes developing the theoretical links*". Marketing Theory, Vol. 12, No. 3: 341-347.

Orléans, A.(1999). "*Le pouvoir de la finance*", Paris, Odile Jacob.

Ossewaarde, M. et Reijers, W. (2017). "*The illusion of the digital commons: 'False consciousness' in online alternative economies*". Organization, Vol. 24, No. 5: 609-628.

Ostberg, J. (2007). "*The linking value of subcultural capital : Constructing the Stockholm brat enclave*". In Cova, B., Kozinets, R. et Shankar, A. (Eds), Consumer tribes, New-York, Routledge: 93-106.

O'Sullivan, S., Richardson, B. et Collins, A. (2011). "*How brand communities emerge: The Beamish conversion experience*". Journal of Marketing Management, Vol. 27, No. 9-10 : 891-912.

Ouellet, M. (2015). "*Revisiting Marx's value theory: Elements of a critical theory of immaterial labor in informational capitalism*". The Information Society, Vol. 31, No. 1: 20-27.

Ouellet, M. (2016). "*La révolution culturelle du capital : Le capitalisme cybernétique dans la société globale de l'information*". Gatineau, Écosociété.

Ouellet, M. et Martin, É. (2018). "*University transformations and the new knowledge production regime in informational capitalism*". tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, Vol. 16 No. 1: 78-96.

Ozarow, D., et Croucher, R. (2014). "*Workers' self-management, recovered companies and the sociology of work*". Sociology, Vol. 48, No. 5: 989-1006.

Palm, M. (2015). "*The cost of paying, or three histories of swiping*". Frayssé, O. et O'Neil, M., (Eds.), Digital labour and prosumer capitalism: The US matrix, Londres, Palgrave Macmillan: 51-65.

Palmås, K.(2012). "*Lazzarato's 'political entrepreneur' revisited: the case of Noko Jeans*" Journal of Innovation and Entrepreneurship, Vol. 1, No. 1:1-5.

Pals, D. (1996). "*Seven theories of religion*". New-York, Oxford university press.

Paltrinieri, R. et Esposti, P. (2013). "*Processes of Inclusion and Exclusion in the Sphere of Prosumerism*", Future Internet, Vol. 5, No. 1: 21-33.

Panitch, Leo et Gindin, S. (2012). "*The making of global capitalism*", États-Unis, Verso Books.

Paranque, B. (2012). "*Fin du règne de la valeur (d'échange)?*". Revue de l'organisation responsable, Vol. 7, No. 2 : 53-62.

- Pasquinelli, M. (2015). "*Italian Operaismo and the information machine*". *Theory, Culture & Society*, Vol. 32, No. 3: 49-68.
- Passavant, P. (2004). "*Postmodern rephublicanism*". In Passavant, P. et Dean, J. (Eds.), *Empires new clothes*, New-York, Routledge: 1-20.
- Pattuglia, S. (2011) "*Integrated marketing communication and brand management: The case of Fiat 500*". Milano, McGraw-Hill.
- Payne, A., Storbacka, K. et Frow P. (2008). "*Managing the co-creation of value*". *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 36, No. 1: 83-96.
- Petruciani, S.(2011)."*Comment et pourquoi lire Marx aujourd'hui. Les difficultés de la théorie et les antinomies de la modernité*". *Actuel Marx*, No. 50: 119-135.
- Peticca-Harris, A., Weststar, J. et McKenna, S. (2015). "*The perils of project-based work: Attempting resistance to extreme work practices in video game development*", *Organization*, Vol. 22, No. 4: 570-587.
- Piccone, P. (1978). "*The crisis of one-dimensionality*". *Telos*, No. 35 : 43-54.
- Pierson, F. (2011). "*Pour un apprentissage de la lutte et de la résistance des cadres pour limiter leur souffrance au travail: les apports de la théorie de la reconnaissance d'Axel Honneth*". *M@n@gement*, Vol. 14, No. 5: 352-370.
- Piketty, T. (2013). "*Le capital au XXIe siècle*". Paris, Le Seuil.
- Pineault, É. (2008). "*Quelle théorie critique des structures sociales du capitalisme avancé?*". *Cahiers de recherche sociologique*, Vol. 45: 113-132.
- Pitts, F. H. (2018). "*A crisis of measurability? Critiquing post-operaismo on labour, value and the basic income*". *Capital & Class*, Vol. 42, No. 1 : 3-21.
- Planells, A. (2017). "*Video games and the crowdfunding ideology: From the gamer-buyer to the prosumer-investor*". *Journal of Consumer Culture*, Vol. 17, No. 3: 620-638.
- Pongsakornrunsilp, S. et Schroeder, J. (2011). "*Understanding value co-creation in a co-consuming brand community*". *Marketing Theory*, Vol. 11, No. 3: 303-324.
- Poor, N. (2014). "*Computer game modders' motivations and sense of community: A mixed-methods approach*". *New media & society*, Vol. 16, No. 8: 1249-1267.
- Postigo, H. (2003). "*From Pong to Planet Quake: Post-industrial transitions from leisure to work*". *Information Communication & Society*, Vol. 6, No. 4: 593-607.
- Postigo, H. (2007) "*Of mods and modders: Chasing down the value of fan-based digital game modifications*". *Games and Culture* Vol. 2, No. 4: 300–313.

- Postigo, H. (2008). "*Video game appropriation through modifications: Attitudes concerning intellectual property among modders and fans*". *Convergence*, Vol. 14, No. 1: 59-74.
- Poulos, C.(2013). "*Autoethnography*". In Trainor, A. et Graue, E. (Eds.), *Reviewing qualitative research in the social sciences*, New-York, Routledge: 38-53.
- Prahalad, C. (2004). "*The blinders of dominant logic*". *Long Range Planning*, Vol. 37, No. 2: 171-179.
- Prahalad, C et Powell, S. (2004). "*The concept of co-creation*". *Strategic Direction*, Vol. 20, No. 11: 25-27.
- Prahalad, C. et Ramaswamy, V. (2000). "*Co-opting Customer Competence*". *Harvard Business Review*, Vol. 78, No. 1: 79–87.
- Prahalad, C. et Ramaswamy, V. (2004). "*Co-creating unique value with customers*". *Strategy & leadership*, Vol. 32, No. 3: 4-9.
- Price, W. (2013). "*The value of radical theory: An anarchist introduction to Marx's critique of political economy*". États-Unis, AK press.
- Prichard, C. et Mir, R.(2010). "*Editorial: Organizing value*", *Organization*, Vol. 17, No. 5: 507-515.
- Proffitt, J., Ekbia, H. et McDowell, S. (2015). "*Introduction to the special forum on monetization of user-generated content—Marx revisited*". *The Information Society*, Vol. 31, No. 1: 1-4.
- Proudhon, L.J. (1840). "*Qu'est-ce que la propriété ? ou recherches sur le principe du droit et du gouvernement*". Disponible au :
<http://classiques.uqac.ca/classiques/Proudhon/la_propriete/La_propriete.pdf>
- Proulx, S. (2011). "*La puissance d'agir d'une culture de la contribution face à l'emprise d'un capitalisme informationnel: premières réflexions*". Disponible au :
<<https://sergeproulx.uqam.ca/wp-content/uploads/sites/114/2011/07/2011-proulx-la-puissance-d-625.pdf>>
- Proulx, S., Heaton, L., Jane Kwok Choon, M., et Millette, M. (2011). "*Paradoxical empowerment of producers in the context of informational capitalism*". *New review of hypermedia and multimedia*, Vol. 17, No. 1: 9-29.
- Qiu, J. L. (2019). "*Goodbye iSlave: Making alternative subjects through digital objects*". In Chandler, D. et Fuchs, C. (eds.). *Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data*. Londres, University of Westminster Press: 151–164.

- Rabinow, P., and Rose, N. (2006). "*Biopower today*". *BioSocieties*, No. 1: 195–217.
- Ramaswamy, V. et Ozcan, K. (2014). "*The co-creation paradigm*". États-Unis, Stanford university press.
- Raymond, E. (1999). "*The cathedral and the bazaar*". *Knowledge, Technology & Policy*, Vol. 12, No. 3: 23-49.
- Rayna, T. et Striukova, L. (2016). "*Involving consumers: the role of digital technologies in promoting 'prosumption' and user innovation*". *Journal of the Knowledge Economy*. Disponible au: <<https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2Fs13132-016-0390-8.pdf>>
- Read, J. (2002). "*A fugitive thread: The production of subjectivity in Marx*". *Pli*, Vol. 13, 125-146.
- Reardon, D. C., Wright, D. et Malone, E. A. (2017). "*Quest for the happy ending to mass effect 3: The challenges of cocreation with consumers in a post-certeauian age*". *Technical Communication Quarterly*, Vol. 26, No 1: 42-58.
- Reeves, S. Kuper, A. et Hodges, B. (2008). "*Qualitative research methodologies: ethnography*." *Bmj*, Vol 337: 512-514.
- Rehmann, J.(2013). "*Theories of ideology: The powers of alienation and subjection*". États-Unis, Haymarket books.
- Reinhard, A. (2014). "*The video game graveyard*". *Archaeology*, Vol. 67, No. 4: 11.
- Remon, D. (2010). "*Innovation ouverte en contexte de pme*". Thèse de doctorat, Université du Québec à Trois-Rivières.
- Reveley, J. (2013). "*Understanding Social Media Use as Alienation: A Review and Critique*". *E-Learning and Digital Media*, Vol. 10, No. 1: 83-94.
- Rey, P.J. (2011). "*Incidental productivity: Value and social media*". Disponible au : <<http://thesocietypages.org/cyborgology/2011/11/17/incidental-productivity-value-and-social-media/>>
- Richardson, B. (2013). "*Tribal marketing, tribal branding: An expert guide to the brand co-creation process*". Grande-Bretagne, Palgrave Macmillan.
- Riemer, F. (2012). "*Ethnographic research*". In Lapan, S., Quartaroli, M. et Riemer, F. (Eds.). (2012). *Qualitative research: An introduction to methods and designs*, États-Unis, Jossey-Bass: 163-188.
- Rifkin, J.(1996). "*La fin du travail*". Cap-Saint-Ignace, Les éditions du Boréal.

- Rifkin, J.(2014). "*The zero marginal cost society*". États-Unis, Palgrave Macmillan.
- Rigi, J. (2013). "*Peer production and Marxian communism: Contours of a new emerging mode of production*". *Capital &class*, Vol. 37, No. 3: 397-416.
- Rigi, J. (2015). "*The demise of the marxian law of value? A critique of Michael Hardt and Antonio Negri*". In Fisher, E. et Fuchs, C. (Eds.). *Reconsidering value and labour in the digital age*. Londres, Palgrave Macmillan: 188-204.
- Ritchie J. et Lewis J. (2003). "*Qualitative research practice. A guide for social science students and researchers*". Londres, Sage.
- Ritzer, G. (2014a). "*Prosumption: Evolution, revolution, or eternal return of the same?*". *Journal of consumer culture*, Vol. 14, No. 1: 3-24.
- Ritzer, G. (2014b). "*Automating prosumption: The decline of the prosumer and the rise of the prosuming machines*". *Journal of Consumer Culture*, disponible au: <<http://joc.sagepub.com/content/early/2014/10/15/1469540514553717.abstract>>
- Ritzer, G. (2015a). "*Prosumer capitalism*". *The Sociological Quarterly*, Vol. 56, No. 3: 413-445.
- Ritzer, G. (2015b). "*Dealing with the welcome critiques of "prosumer capitalism"*". *The Sociological Quarterly*, Vol. 56, No. 3 : 499-505.
- Ritzer, G. (2015c). "*The "New" World of Prosumption: Evolution, "Return of the Same," or Revolution?*". *Sociological Forum*, Vol. 30, No. 1: 1-17.
- Ritzer, G. (2015d). "*Hospitality and prosumption*". *Research in Hospitality Management*, Vol. 5, No. 1: 9-17.
- Ritzer, G., Dean, P. et Jurgenson, N. (2012). "*The coming of age of the prosumer*". *American Behavioral Scientist*, Vol. 56, No. 4: 379-398.
- Ritzer, G., et Jurgenson, N. (2010). "*Production, consumption, prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'*". *Journal of consumer culture*, Vol. 10, No. 1: 13-36.
- Ritzer, G., et Rey, P. J. (2016). "*From 'solid' producers and consumers to 'liquid' prosumers*". In Davis, M. (Ed.), *Liquid Sociology: Metaphor in Zygmunt Bauman's analysis of modernity*. New-York, Routledge: 157-176.
- Robinson, B. (2015). "*With a different Marx: Value and the contradictions of Web 2.0 capitalism*". *The Information Society*, Vol. 31, No. 1: 44-51.
- Roche, A. (2015). "*Définition de deux systèmes dialectiques de reconnaissance présents au sein des organisations*". *RIMHE: Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise*, Vol. 3, No. 17 : 20-44.

- Rosa, H.(2010). "*Accélération. Une critique sociale du temps.*" Paris, La découverte.
- Rose, C. (1986). "*The comedy of the commons: custom, commerce, and inherently public property*". The University of Chicago Law Review, Vol. 53, No. 3: 711-781.
- Rose, N. et Miller, P. (2008). "*Governing the present: Administering economic, social and personal life*". Cambridge, Polity Press.
- Ross, A. (2013). "*In search of the lost paycheck*". In Scholz, T. (Ed.), Digital labor: the Internet as playground and factory, New-York, Routledge: 13-32.
- Rueff, J. (2011). "*Formes de reconnaissance et de mépris dans les mondes numériques : une étude des valorisations sociales à l'oeuvre dans les interactions médiatisées des joueurs de warhammer online*". Thèse de Doctorat, Université du Québec à Montréal.
- Ruggill, J. et McAllister, K. (2011). "*Gaming matters: Art, science, magic, and the computer game medium*". Tuscaloosa, University of Alabama Press.
- Rusetski, A. (2012). "*The Whole New World: Nintendo's Targeting Choice*". Journal of Business Case Studies, Vol. 8, No. 2: 197-212.
- Rushkoff, D. (2016). "*Throwing rocks at the Google bus*". États-Unis, Portfolio Penguin.
- Russoniello, C. V., O'Brien, K. et Parks, J. M. (2009). "*EEG, HRV and psychological correlates while playing Bejeweled II: A randomized controlled study*". In Wiederhold, B. K. et Riva, G. (Eds.), Annual review of cybertherapy and telemedicine 2009: Advance technologies in the behavioral, social and neurosciences Vol. 7, Amsterdam, Interactive Media Institute and IOS Press: 189-192.
- Ryan, R., Rigby, C. et Przybylski, A. (2006). "*The motivational pull of video games: A self-determination theory approach*". Motivation and emotion, Vol. 30, No. 4: 344-360.
- Saarijärvi, H., Kannan, P. et Kuusela, H. (2013). "*Value co-creation: theoretical approaches and practical implications*". European Business Review, Vol. 25, No. 1: 6-19.
- Sahlins, M. (1972). "*Stone Age Economics*". Chicago, Aldine Publishing Company.
- Sallaz, J. (2015). "*Permanent pedagogy: How post-fordist firms generate effort but not consent*". Work and Occupations, Vol. 42, No. 1: 3-34.
- Salzinger, L. (2001). "*Manufacturing the ungendered subject*". Contemporary Sociology, Vol. 30, No. 5: 451-453.

- Sanders, E. et Stappers, P. (2008). "*Co-creation and the new landscapes of design*". CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and the Arts, Vol. 4, No. 1: 5-18.
- Sandoval, M. (2015). "*The hands and brains of digital culture: Arguments for an inclusive approach to cultural labour*". In Fisher, E. et Fuchs, C. (Eds.). Reconsidering value and labour in the digital age. Londres, Palgrave Macmillan: 42-59.
- Sandqvist, U. (2012). "*The development of the Swedish game industry: A true success story?*". In Zackariasson P. et Wilson, T. (Eds), The video game industry : Formation, present state and future. New-York, Routledge: 134-153.
- Savoie-Zajc, L. (2009). "*L'entretien semi-dirigé*". In B. Gauthier (Ed). Recherche sociale: de la problématique à la collecte de données (5e édition). Québec, Presses de l'Université du Québec.
- Scacchi, W. (2010). "*Computer game mods, modders, modding, and the mod scene*". First Monday, Vol. 15, No. 5. Disponible au: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2965/2526>.
- Schau, H. et Gilly, M.(2003). "*We are what we post? Self-presentation in personal Web space*". Journal of consumer research, Vol. 30, No. 3: 385-404.
- Schau, H. et Muniz, A. (2007). "*Temperance and religiosity in a non-marginal, non-stigmatized brand community*". In Cova, B., Kozinets, R. et Shankar, A. (Eds), Consumer tribes, New-York, Routledge: 144-62.
- Scherer, A.G. (2009). "*Critical theory and its contribution to the emergence of critical management studies*". In Alvesson, M., Bridgman, T. et Willmott, H. (Eds), The Oxford handbook of critical management studies. Oxford: Oxford University Press.
- Schmidt, A. (2014). "*The concept of nature in Marx*". Londres, Verso.
- Scholz, T.(2013). "*Introduction: Why does digital labor matter now ?*". In Scholz, T. (Ed.), Digital labor: the Internet as playground and factory, New-York, Routledge: 1-9.
- Scholz, T.(2017). "*Uberworked and underpaid: How workers are disrupting the digital economy*". Cambridge, Polity.
- Schreier, M.. (2014). "*Analysing virtual data*". In Flick, W. (Ed), The Sage handbook of qualitative data analysis, Dorchester, Sage: 170-183.
- Seeman, M. (1959). "*On the meaning of alienation*". American sociological review, Vol. 24, No. 6: 783-791.
- Sennett, R. (1998). "*The corrosion of character: The transformation of work in modern capitalism*". New York: Norton Company.
- Sennett, R. (2006). "*La culture du nouveau capitalisme*", Paris, Albin Michel.

- Seraj, M. (2012). "*We create, we connect, we respect, therefore we are: intellectual, social, and cultural value in online communities*". Journal of Interactive Marketing, Vol. 26, No. 4: 209-222.
- Sewell, G. (2007). "*Control*". In Clegg, S. et Bailey, J (Eds), International encyclopaedia of organization studies, Londres, Sage publications: 272-276.
- Shah, S. et Tripsas, M. (2007). "*The accidental entrepreneur: The emergent and collective process of user entrepreneurship*". Strategic Entrepreneurship Journal, Vol. 1, No. 1-2: 123-140.
- Shapiro, K. (2004). "*The myth of the multitude*". In Passavant, P. et Dean, J. (Eds.), Empires new clothes, New-York, Routledge: 289-314.
- Shaviro, S. (2015). "*No Speed Limit: Three Essays on Accelerationism*". Minneapolis, University of Minnesota press.
- Sherman, R. (2007). "*Class acts : Service and inequality in luxury hotels*", Los Angeles, University of California Press.
- Shirky, C. (2010). Cognitive surplus: Creativity and generosity in a connected age. New-York, Penguin press.
- Siefkes, C. (2007). "*From exchange to contributions: Generalizing peer production into the physical world*". Berlin, C. Siefkes Edition.
- Sihvonen, T. (2011). "Players unleashed!: Modding the sims and the culture of gaming". Amsterdam, Amsterdam university press.
- Simmel, G. (1955). "*Conflict*". Glencoe, Free Press.
- Simmel, G. (1977). "*Philosophie de l'argent*". Paris, Presse universitaire de France.
- Simmons, G. (2008). "*Marketing to postmodern consumers: introducing the Internet chameleon*". European Journal of Marketing, Vol. 42, No. 3-4: 299-310.
- Simon, H. (1991). "*Organizations and markets*". The Journal of Economic Perspectives, Vol. 5, No 2: 25-44.
- Simon, J.P. (2016). "*User generated content – users, community of users and firms: toward new sources of coinnovation?*". Info, Vol. 18, No. 6: 4-25.
- Singh, N. (2017). "*Becoming a commoner: The commons as sites for affective socio-nature encounters and co-becomings*". Ephemera: Theory & politics in organization, Vol. 17, No. 4: 751-776.
- Skoric, M., Teo, L. et Neo, R. (2009). "*Children and video games: addiction, engagement, and scholastic achievement*". Cyberpsychology & behavior, Vol. 12, No. 5: 567-572.
- Slater, D. (1997). "*Consumer culture and modernity*". Cambridge, Polity.

- Slee, T. (2016). *"What's yours is mine: Against the sharing economy"*. Toronto, Between the lines.
- Smith, C. (2006). *"The Double Indeterminacy of Labour Power"*. *Work, Employment and Society*, Vol. 20, No. 2: 389–402.
- Smith, C. (2010). *"Go with the flow: Labour power mobility and labour process theory"*. In Thompson, P. et Smith, C. (Eds), *Working life: renewing labour process analysis*. Grande-Bretagne: Palgrave Macmillan: 269-296.
- Smith, N. H. (2012). *"Work as a sphere of norms, paradoxes, and ideologies of recognition"*. In O'neill, S. et Smith, N. (Eds), *Recognition Theory as Social Research*. Londres, Palgrave Macmillan: 87-108.
- Smythe, D. (1977). *"Communications: Blindspot of western Marxism"*. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, Vol. 1, No. 3: 1–27.
- Smythe, D. (1981). *"Dependency road: Communications, capitalism, consciousness and Canada"*. Norwood, Ablex.
- Söderberg, J. (2008). *"Hacking capitalism: The free and open source software movement"*. New-York, Routledge
- Sokolova, N. (2012). *"Co-opting transmedia consumers: User content as entertainment or 'free labour'? The cases of STALKER and Metro 2033"*. *Europe-Asia Studies*, Vol. 64, No. 8: 1565-1583.
- Solé, A. (2008). *L'entreprisisation du monde*. In Caize, J. et Torres, F. (Eds), *Repenser l'entreprise*. Paris, Le cherche mid : 27-54.
- Sorel, G. (1908). *"Réflexion sur la violence"*. Disponible au: http://classiques.uqac.ca/classiques/sorel_georges/reflexions_violence/Sorel_Reflexion_s_violence.pdf
- Sotamaa, O. (2004). *"Playing it my way? Mapping the modder agency"*. Texte présenté au Internet Research Conference 5.0, Sussex, Royaume-Uni. Disponible au: http://www.uta.fi/~olli.sotamaa/documents/sotamaa_modder_agency.pdf
- Sotamaa, O. (2010). *"When the game is not enough: Motivations and practices among computer game modding culture"*. *Games and Culture*, Vol. 5, No. 3: 239-255.
- Spence, M. (2010). *"Form, fetish, and film: Revisiting open marxism"*, *Capital & class*, Vol. 34, No. 1: 99-106.
- Spicer, A., Alvesson, M. et Kärreman, D. (2009). *"Critical performativity: The unfinished business of critical management studies"*. *Human relations*, Vol. 62, No. 4: 537-560.

- Spicer, A., Alvesson, M. et Kärreman, D. (2016). "*Extending critical performativity*". *Human Relations*, Vol. 69, No. 2: 225-249.
- Srnicek, N. (2017). "*Platform capitalism*". Cambridge, Polity
- Srnicek, N. et Williams, A. (2015). "*Inventing the future: Postcapitalism and a world without work*". Londres, Verso Books.
- Staab, P. et Nachtwey, O. (2016). "*Market and labour control in digital capitalism*". *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*. Vol. 14, No. 2: 457-474.
- Stahl, M. (2010). "*Primitive accumulation, the social common, and the contractual lockdown of recording artists at the threshold of digitalization*". *Ephemera: Theory & Politics In Organization*, Vol. 10, No. 3/4: 337-355.
- Stark, D. (2009). "*The sense of dissonance. Accounts of worth in economic life*", Princeton et Oxford: Princeton University Press.
- Steam. (2015). "*Présentation des nouveaux moyens de supporter les créateurs du workshop*". Disponible au : < <https://steamcommunity.com/workshop/aboutpaidcontent>>
- Stone, A. (1996) "*The war of desire and technology at close of the mechanical age*". Cambridge, MIT Presse.
- Stratton, G., & Northcote, J. (2016). "*When totems beget clans: The brand symbol as the defining marker of brand communities*". *Journal of Consumer Culture*, Vol. 16, No. 2: 493-509.
- Streeck, W. (2016). "*How will capitalism end?*". Croydon, Verso.
- Streeck, W. (2014). "*Buying time*". Croydon, Verso.
- Sturdy, A., Fleming, P. et Delbridge, R. (2010). "*Normative control and beyond in contemporary capitalism*". In Thompson, P. et Smith, C. (Eds), *Working life: renewing labour process analysis*. Grande-Bretagne: Palgrave Macmillan: 113-135.
- Sundararajan, A. (2016). "*The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*". États-Unis, MIT Press.
- Tapscott, D. et Williams, A. (2008). "*Wikinomics: How mass collaboration changes everything*". New-York, Penguin books.
- Terranova, T. (2004). "*Network Culture: Politics for the Information Age*". Londres, Pluto press.
- Testa, I. (2017). "*Recognition as passive power: Attractors of recognition, biopower, and social power*". *Constellations*, Vol.24, No. 2: 192-205.
- Therborn, G.(2008). "*From Marxism to Post Marxism?*". Londres, Verso.

Therrien, C., et Picard, M. (2016). "*Enter the bit wars: A study of video game marketing and platform crafting in the wake of the TurboGrafx-16 launch*". *new media & society*, Vol. 18, No. 10: 2323-2339.

Thoburn, N. (2001). "*Autonomous production? On Negri's new synthesis*". *Theory, culture & society*, Vol. 18, No. 5: 75-96.

Thoburn, N. (2003). "*Deleuze, Marx and politics*". Londres, Routledge.

Thompson, P. (2005). "*Foundation and Empire: A critique of Hardt and Negri*". *Capital & Class*, Vol. 86: 73-98.

Thompson, P. et O'Doherty, D.(2009). "*Perspectives on labor process theory*". In Alvesson,M. ,Willmott,H. et Bridgman, T. (Eds.), *The handbook of critical management studies*. Oxford, Oxford University Press.

Thompson, P. et Smith,C. (2009) "*Labour power and labour process: Contesting the marginality of the sociology of work*", *Sociology*, Vol. 43, No. 5: 913-30.

Tiffon, G. (2009). "*La création de valeur par le client: de la marchandise service à la théorie du néo-surtravail*". Thèse de Doctorat, Université d'Evry-Val d'Essonne.

Toffler, A. (1980). "*The third wave*", New York: Bantam Books.

Törhönen, M., Hassan, L., Sjöblom, M. et Hamari, J. (2019). "*Play, playbour or labour? The relationships between perception of occupational activity and outcomes among streamers and YouTubers*". Disponible au: <https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstream/10125/59694/0254.pdf>

Toscano A (2014) "*Reformism and melancholia: Economic crisis and the limits of sociology*". *Sociology*, Vol. 48, No. 5: 1024–1038

Tosel, A.(2008). "*The Development of marxism: from the end of marxism-leninism to a thousand marxisms – France-Italy,1975–2005*". In Bidet, J. et Kouvelakis, S. (Eds), *Critical companion to contemporary Marxism*, Boston, Brill: 39-78.

Toubia, O. et Stephen, A. (2013). "*Intrinsic versus image related utility in social media: Why do people contribute content to Twitter?*". *Marketing Science*, Vol. 32, No. 3: 368-392.

Trémel, L. (2011). "*Le marché des jeux vidéo. Univers de substitution et fabrique de l'opinion*". *Communication et organisation*, Vol. 40: 103-112.

Trischler, J., Pervan,S. et Scott, D.R. (2017) "*Exploring the "black box" of customer co-creation processes*", *Journal of Services Marketing*, Vol. 31, No.3 : 265-280.

Tronti, M. (1964). "*Lenin in England*". *Working Class Autonomy and the Crisis: Italian Marxist Texts of the Theory and Practice of a Class Movement*, Vol. 79: 1-6.

- Trott, B. (2007). "Immaterial labour and world order: An evaluation of a thesis". *Ephemera: Theory & politics in organization*, Vol. 7, No.1: 203-232.
- Tsogas, G. (2012). "The commodity form in cognitive capitalism". *Culture and organization*, Vol. 18, No. 5: 377-395.
- Tsogas, G. et Tsoga, A. (2014). "Cognitive capitalism and a management theory of value". Texte présenté pour le 30e colloque EGOS *Reimagining, Rethinking, Reshaping: Organizational Scholarship in Unsettled Times*, au Rotterdam School of Management, Erasmus University, Pays-Bas, Janvier 2014.
- Tuckman, A. et Whittall, M. (2002). "Affirmation, games, and insecurity: Cultivating consent within a new workplace regime". *Capital & class*, Vol. 26, No. 1: 65-93.
- Tweedie, D. et Holley, S. (2016). "The subversive craft worker: Challenging 'disutility' theories of management control". *Human relations*, Vol. 69, No. 9: 1877-1900.
- Twenge, J. M. (2013). "The evidence for generation me and against generation we". *Emerging Adulthood*, Vol. 1, No. 1: 11-16.
- Uttal, D. H., Meadow, N. G., Tipton, E., Hand, L. L., Alden, A. R., Warren, C. et Newcombe, N. S. (2013). "The malleability of spatial skills: A meta-analysis of training studies". *Psychological bulletin*, Vol. 139, No. 2: 352-402.
- Vaidhyathan, S. (2011) "The Googlization of Everything". Berkeley, University of California Press.
- Vallas, S. (2001). "Burawoy's Legacy". *Contemporary Sociology*, Vol. 30, No. 5: 442-444.
- van Campenhoudt, L., Marquet, J. et Quivy, R. (2017). "Manuel de recherche en sciences sociales (5e éd)". Malakoff, Dunod.
- van de Vrande, V., De Jong, J., Vanhaverbeke, W. et De Rochemont, M. (2009). "Open innovation in SMEs: Trends, motives and management challenges". *Technovation*, Vol. 29, No. 6: 423-437
- van den Broek, D. (2010). "From Terranova to terra firma: A critique of the role of free labour and the digital economy". *The economic and labour relations review*, Vol. 20, No. 2: 123-134.
- van Dijck, J., et Nieborg, D. (2009). "Wikinomics and its discontents: a critical analysis of Web 2.0 business manifestos". *New Media & Society*, Vol. 11, No. 5: 855-874.
- van Leeuwen, T. (2004). "Introducing Social Semiotics: An Introductory Textbook". Londres, Routledge,
- Vann, K. (2004). "On the valorization of informatic labour". *Ephemera: Theory & politics in organization*, Vol. 4, No. 3: 246-266.

- Vargo, S.L. (2011). "*Market systems, stakeholders and value propositions: Toward a service-dominant logic-based theory of the market*". *European Journal of Marketing*, Vol. 45, No. 1-2: 217-222.
- Vargo, S.L. (2009). "*Toward a transcending conceptualization of relationship: a service-dominant logic perspective*". *Journal of Business & Industrial Marketing*. Vol. 24, No. 5-6: 373-379.
- Vargo, S. L. et Lusch, R. F..(2004). "*Evolving to a new dominant logic for marketing*". *Journal of Marketing*, Vol. 68, No. 1: 1-17.
- Vargo, S. L. et Lusch, R. F. (2006a). "*Service-dominant logic: What it is, what it is not, what it might be*". In Vargo, S.L. et Lusch, R.F. (Eds.), *The service-dominant logic of marketing: Dialog, debate, and directions*, New-York, ME Sharpe: 43–56.
- Vargo, S. L. et Lusch, R. F. (2006b). "*Service-dominant logic: reactions, reflections and refinements*". *Marketing theory*, Vol. 6, No. 3: 281-288.
- Vargo, S. L. et Lusch, R. F. (2008). "*Service-dominant logic: continuing the evolution*". *Journal of the Academy of marketing Science*, Vol. 36, No. 1: 1-10.
- Vargo, S. L. et Lusch, R. F. (2011). "*It's all B2B... and beyond: Toward a systems perspective of the market*". *Industrial marketing management*, Vol. 40, No. 2: 181-187.
- Vargo, S. L. et Lusch, R. F. (2017). "*Service-dominant logic 2025*". *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 34, No. 1: 46-67.
- Veblen, T.(2007). "*The theory of the leisure class*". Grande-Bretagne, Oxford University Press.
- Vercellone, C. (2007). "*From Formal Subsumption to General Intellect: Elements for a Marxist Reading of the Thesis of Cognitive Capitalism*". *Historical materialism*, Vol. 15 : 13-36.
- Vercellone, C. (2010). "*The Crisis of the law of value and the becoming-rent of profit*". In Fumagalli, A. et Mezzadra, S. (Eds.), *Crisis in the Global Economy: Financial Markets, Social Struggles, and New Political Scenarios*, New York, Semiotext(e): 85-118.
- Vercellone, C., (2014), "*Wages rent and profit: the new articulation of wages, rent and profit in cognitive capitalism*". Disponible au : <http://www.generation-online.org/c/fc_rent2.htm>
- Verdier, H. et Colin, C. (2012). "*L'âge de la multitude: Entreprendre et gouverner après la révolution numérique*". Paris, Armand Colin.

- Virno, P.(1992). "*Quelques notes à propos du general intellect*". Futur antérieur, Vol. 10. Disponible au : <<http://www.multitudes.net/Quelques-notes-a-propos-du-general/>>
- Virno, P.(2004). "*A grammar of the multitude*", Los Angeles, Semiotext(e).
- Volle, P. (2011). Marketing : comprendre l'origine historique: 23-45. Disponible au : <https://hal.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/638621/filename/origine_historique_du_marketing_volle_2011.pdf>
- von Hippel, E. (1976). "*The dominant role of users in the scientific instrument innovation process*". Research Policy, Vol. 5, No. 3: 212–239.
- von Hippel, E. (1986). "*Lead users: A source of novel product concepts*". Management Science, Vol. 32, No. 7: 791–805.
- von Hippel, E. (2005). "*Democratizing innovation*". Cambridge, MIT Press.
- von Hippel, E. et Von Krogh, G. (2006). "*Free revealing and the private-collective model for innovation incentives*". R&D Management, Vol. 36, No. 3: 295-306.
- Walle, A. H. (2015). "*Qualitative Research in Business: A practical overview*". Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars Publishing.
- Wang, R. (2015). "*Disrupting digital business: Create an authentic experience in the peer-to-peer economy*". États-Unis, Harvard business review press.
- Warhurst, C. et Nickson, D. (2009). "*Who's got the look? Emotional, aesthetic and sexualized labour in interactive services*". Gender, Work & Organization, Vol. 16, No. 3: 385-404.
- Warhurst, C., Thompson, P. et Nickson, D. (2008). "*Labour process theory: Putting the materialism back into the meaning of service work*". In Korzcynski M. et MacDonald C. (Eds.), Service work: Critical perspectives, Londres, Routledge: 91-112.
- Wark, M. et Degoutin, C.(2013). "*Nouvelles stratégies de la classe vectorialiste*". Multitudes, Vol. 3, No. 54 :191-198.
- Watkins, R. , Denegri-Knott, J. et Molesworth, M. (2016). "*The relationship between ownership and possession: Observations from the context of digital virtual goods*". Journal of Marketing Management, Vol. 32, No. 1-2: 44-70.
- Webb, J. (2006). "*Organisations, identities and the self*". Chine, Palgrave Macmillan.
- Weber, M. (2013). "*L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*". Presses Électroniques de France.

- Welch, T. (2018). "*The affectively necessary labour of queer mods*". *Game Studies*, Vol. 18, No. 3.
- West, J. et Lakhani, K. (2008). "*Getting clear about communities in open innovation*". *Industry and Innovation*, Vol. 15, No. 2: 223–261
- West, J., Salter, A., Vanhaverbeke, W. et Chesbrough, H. (2014). "*Open innovation: The next decade*". *Research Policy*, Vol. 43, No. 5: 805-811.
- Wheeler, K., & Glucksmann, M. (2015). "'It's kind of saving them a job isn't it?' *The consumption work of household recycling*". *The Sociological Review*. Vol. 63, No.3: 551-569.
- Wilden, R., Akaka, M. A., Karpen, I. O. et Hohberger, J. (2017). "*The evolution and prospects of service-dominant logic: An investigation of past, present, and future research*". *Journal of Service Research*, Vol. 20, No. 4: 345-361.
- Witheford, N. (1994). "*Autonomist Marxism and the Information Society*". *Capital & Class*, No. 52 : 85-125.
- Williams, A., et Srnicek, N. (2013). "*#Accelerate manifesto for an accelerationist politics*". *Critical Legal Thinking*, No. 14. Disponible au: <http://criticallegalthinking.com/2013/05/14/accelerate-manifesto-for-an-accelerationist-politics/>
- Williams, R. (1983). "*Towards 2000*". Londres, Chatto & Windus.
- Willmott, H. (2010). "*Creating 'value' beyond the point of production: branding, financialization and market capitalization*". *Organization*, Vol. 17, No. 5 : 517–542.
- Wilson, T. et Zackariasson P. (2012). "*Through the looking glass sharply*". In Zackariasson P. et Wilson, T. (Eds), *The video game industry : Formation, present state and future*. New-York, Routledge: 244-261.
- Wolkowitz, C. et Warhurst, C. (2010). "*Embodying labour*". In Thompson, P. et Smith, C. (Eds), *Working life: renewing labour process analysis*. Grande-Bretagne: Palgrave Macmillan: 223-243.
- Wright, C. (2011). "*Historical interpretations of the labour process: Retrospect and future research directions*". *Labour History*, No. 100: 19-32.
- Wright, E.O. (1997). "*Class counts: Comparative studies in class analysis*". Cambridge, University of Cambridge Press.
- Wright, S. (2002). "*Storming heaven. Class composition and struggle in Italian autonomist marxism*". Londres, Pluto Press.
- Wright, S. (2008). "*Mapping pathways within Italian autonomist marxism: A preliminary survey*". *Historical Materialism*, Vol. 16, No. 4: 111-140.

- Xie, C., de Fátima Martins Guilhoto, L., Grønhaug, K. et Østli, J. (2013). "*An identity approach to bacalhau prosumption*". *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 16, No. 2: 165-179.
- Yagil, D. (2017). "*There is no dark side of customer aggression– It's all dark*". *Journal of Marketing Management*, Vol. 33, No. 15-16: 1413-1420.
- Yang, L. (2009). "*All for love: The Corn fandom, prosumers, and the Chinese way of creating a superstar*". *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 12, No. 5: 527-543.
- Yee, N. (2001). "*The virtual Skinner Box*". Disponible au :<<http://www.nickyee.com/eqt!skinner.html>>
- Yee, N. (2006). "*The demographics, motivations and derived experiences of users of massively-multiuser online graphical environments*". *PRESENCE: Teleoperators and Virtual Environments*, No. 15: 309-329.
- Zackariasson, P. et Wilson, T. L. (2010). "*Paradigm shifts in the video game industry*". *Competitiveness Review: An International Business Journal*, Vol. 20, No. 2: 139-151.
- Zackariasson P. et Wilson, T. (2012a). "*Introduction*". In Zackariasson P. et Wilson, T. (Eds), *The video game industry : Formation, present state and future*. New-York, Routledge: 1-14.
- Zackariasson P. et Wilson, T. (2012b). "*Marketing of video games*". In Zackariasson P. et Wilson, T. (Eds), *The video game industry : Formation, present state and future*. New-York, Routledge: 57-75.
- Zajc, M. (2013). "*Social media, prosumption, and dispositives: New mechanisms of the construction of subjectivity*". *Journal of Consumer Culture*, Vol. 15, No.1: 28-47.
- Zajc, M. (2015). "*The social media dispositive and monetization of user-generated content*". *The Information Society*, Vol. 31, No. 1: 61-67.
- Zizek, S. (2006). "*La subjectivité à venir*". Barcelone, Flammarion.
- Zizek, S.(2009). "*Après la tragédie, la farce*". Barcelone, Flammarion.
- Zorn, N. (2017). "*Le 1% le plus riche : L'exception québécoise*". Montréal, Presse de l'université de Montréal.
- Zukerfeld, M. (23017). "*Knowledge in the age of digital capitalism:An introduction to cognitive materialism*". Royaume-Uni. University of Westminster press.
- Zwick, D. (2013a). "*Utopias of ethical economy: A response to Adam Arvidsson*". *Ephemera: Theory and politics in organization*, Vol. 13, No. 2: 393-405.

Zwick, D. (2013b) "*The myth of metaphysical enclosure: A second response to Adam Arvidsson*". *Ephemera: Theory & politics in organization*, Vol. 13, No. 2: 413-419.

Zwick, D. (2015). "*Defending the right lines of division: Ritzer's prosumer capitalism in the age of commercial customer surveillance and big data*". *The Sociological Quarterly*, Vol. 56, No. 3: 484-498.

Zwick, D., Bonsu, S. et Darmody, A. (2008). "*Putting consumers to work: 'Co-creation' and new marketing govern-mentality*". *Journal of Consumer Culture*, Vol. 8, No. 2: 163-197.

Zwick, D. et Bradshaw, A. (2016). "*Biopolitical Marketing and Social Media Brand Communities*". *Theory, Culture & Society*, Vol. 33, No.5: 91-115.

Annexe I- Grille d'observation

Les participants effectuent un travail affectif.	Noter sur le forum les posts où les membres de la communauté expriment des affects. Plus spécifiquement, on va chercher les posts où la passion dans la réalisation de mods est proclamée, ainsi que les posts qui démontrent que certains membres de la communauté sont affectés émotionnellement par les posts des autres membres.	
Les participants développent un esprit communautaire.	Noter sur le forum les posts où les membres de la communauté indiquent l'importance que cette communauté a pour eux.	
Le résultat du travail des participants est partagé gratuitement avec l'ensemble de la communauté, et est présenté comme un travail collaboratif.	Noter sur le forum les posts où les concepteurs de mods présentent leurs mods comme un travail collaboratif. C'est-à-dire qu'ils reconnaissent les contributions, même minimes, des différents autres membres de la communauté dans la réalisation des mods.	
Les participants encouragent les autres à utiliser et à modifier leurs codes.	Noter sur le forum les posts où les concepteurs de mods encouragent les autres membres de la communauté à modifier leurs codes. Noter également si il existe des situations contraires (le concepteur demande aux autres membres de ne pas modifier ou utiliser le code qu'il a créé), ainsi que la réaction des autres membres de la communauté à cette interdiction.	
Les participants affirment qu'ils effectuent une forme de travail non-rémunéré.	Noter sur le forum des posts où des membres de la communauté affirment qu'ils effectuent une forme de travail non-rémunéré. Noter également les réponses et réactions des autres membres de la communauté à ces posts.	
Les participants affirment qu'ils sont exploités.	Noter sur le forum les posts où des membres de la communauté indiquent qu'ils se sentent exploités par l'entreprise. Noter également les réponses des autres membres de la communauté à ces posts.	
Les participants démontrent qu'ils sont capables de se coordonner entre-eux.	Noter sur le forum les posts qui traitent de la coordination des différents membres de la communauté dans la réalisation de mods. Un exemple de cette coordination immanente serait les posts que font certains membres de la communauté afin de demander la collaboration de membres avec une spécialité ciblée, à la réalisation d'un mod.	
Les participants démontrent la capacité de régler eux-mêmes les conflits de travail.	Noter sur le forum les posts qui sont liés à la résolution de conflits entre les différents membres de la communauté. Nous allons également observer si la résolution de ces conflits demande	

	l'intervention d'un modérateur, où est entièrement menée par les membres de la communauté eux-mêmes.	
Les participants démontrent une réticence à ce que le produit de leur travail soit commercialisé.	Noter sur le forum les posts qui abordent la question de la commercialisation, ou du moins de l'avantage commerciale que donnent ces mods pour l'entreprise. Noter également les réponses et les réactions des autres membres de la communauté à ces posts.	
Les participants adoptent une forme de coordination que l'on peut assimiler au don.	Observer comment les participants présentent leurs mods à la communauté. Par exemple, les présentent-ils comme un don ou pas? Si c'est le cas, noter également s'il y a des formes d'obligations (contredons) attendues.	
Les participants ont une vision négative de ceux qui utilisent la communauté à des fins strictement instrumentales.	Noter sur le forum les posts qui expriment une critique des membres de la communauté qui ne contribuent pas de façon directe à la communauté (par des mods ou des commentaires constructifs).	
Les participants se reconnaissent réciproquement comme ayant des droits et des devoirs.	Noter sur le forum les dispositifs ou les discours qui visent à souligner que les membres de la communauté ont tous des droits et des devoirs. Par exemple, les règles sur les façons de traiter les autres membres de la communauté. On peut principalement s'attendre à retrouver ces indices de reconnaissance dans les politiques d'utilisation du forum.	
Les contributions individuelles apportées par les différents membres d'une communauté à la réalisation des objectifs qu'elle s'est fixée, sont reconnues.	Il y a fort à parier que le forum offre une forme de reconnaissance aux membres les plus affectifs de la communauté. Par exemple, on peut attendre à ce qu'il y ait un classement des mods les plus populaires, et des moddeurs les plus prolifiques. Noter également les posts qui font mention de ces différentes formes de distinction, ainsi que l'importance que les membres de la communauté leurs accordent.	

Annexe II- Guide d'entrevue

Thème : Question générale

- Âge
- Tu es moddeur depuis combien de temps?
- Tu as réalisé combien de mods environ?
- Approximativement, combien de temps en moyenne passes-tu à modder?
- Travailles-tu dans l'industrie du jeu vidéo?
- As-tu l'intention (l'envie) de travailler éventuellement dans l'industrie des jeux vidéo?
- Est-ce que tes activités de moddeurs te rapportent de l'argent?
- Si oui, combien fais-tu par mois grâce à tes mods?
- Combien te coûte modder?
- Est-ce que modder a eu des effets négatifs sur ta qualité de vie?
- Es-tu un joueur du jeu sur table?

Thème : Motifs de création de mods

Question : Peux-tu nous expliquer les raisons qui t'on emmenées à réaliser des mods initialement?

Relances :

- Comment s'est passé ta première expérience?
- Étais-tu content du résultat?
- Pourquoi réalises-tu des mods maintenant?
- Est-ce que des fois tu fais des mods par frustration?
- Considères-tu la réalisation de mods comme un loisir?
- Considères-tu la réalisation de mods comme une forme de travail?

Thème : Apprentissage des mods

Question : Comment as-tu appris à programmer des mods?

Relances :

- As-tu suivi des cours de programmation?
- Si oui, à quel niveau d'étude?
- Est-ce que tes amis proches programment des mods eux-aussi?
- Depuis que tu mods, est-ce que tu as tendance à fréquenter plus de moddeurs qu'auparavant.

Thème : Usine sociale

Question : À quel moment et à quelle endroit réalises-tu habituellement tes mods?

Relances :

- As-tu déjà réalisé des mods chez toi?
- Durant tes heures de travail?

Thème : Travail affectif

Question : Quel lien as-tu avec les autres membres de la communauté?

Relances :

- Est-ce que tu juges important de développer des liens affectifs avec les membres de la communauté?
- Considères-tu qu'il y a un esprit communautaire?
- Si oui, comment définirais-tu cet esprit communautaire?
- As-tu déjà quitté une communauté parce que l'esprit communautaire s'est dégradé?

Thème : Immanence

Question : As-tu déjà réalisé un ou des mods en équipe?

Relances :

- Si, oui, peux-tu nous décrire ton (tes) expériences?
- Peux-tu nous expliquer comment s'effectue la coordination entre les différents membres de l'équipe?
- Est-ce qu'il a un leader dans l'équipe?
- Il y a-t-il déjà eu des conflits entre les différents membres de l'équipe?
- Si c'est le cas, comment le conflit s'est-il résout?

Thème : Commun

Question : Penses-tu que les mods devraient toujours être gratuits?

Relances :

- Que penses-tu des mesures qui visent à rémunérer les concepteurs de mods?
- Si tu penses que les concepteurs de mods devraient recevoir une compensation financière, quelle est selon toi la meilleure manière de le faire?
- Comment juges-tu les membres de la communauté qui ne créent aucun mods, mais qui en utilisent? Qui ne donnent aucun commentaire?
- Est-ce que tu trouverais acceptable qu'un autre moddeur utilise les codes que tu crées et les modifie?
- Si oui, qu'est-ce qu'il doit faire?

Thème : Labeur gratuit

- Question : Est-ce que tu penses que l'entreprise profite financièrement des mods que toi et la communauté créent?

Relances :

- Si non, quelles différences considères-tu qu'il y a entre toi et un programmeur rémunéré?
- Si oui, est-ce que tu trouves cela acceptable?
- Est-ce que tu penses que l'entreprise devrait redistribuer aux moddeurs une partie des gains financiers?
- Est-ce que tu considères que tu es exploité par l'entreprise?

Thème : Reconnaissance juridique

Question : Est-ce que selon toi, la participation à la communauté implique certains droits et certaines obligations?

Relances :

- Peux-tu nous donner un exemple de ces droits?
- Un exemple de ces obligations?
- Est-ce que ces droits et obligations sont importants pour toi?
- Que ferais-tu si tes droits n'étaient pas respectés?
- Que ferais-tu si un membre de la communauté ne respecterait pas ses obligations? Considères-tu que tous les membres des communautés sont égaux?
- Si ce n'est pas le cas, qui sont les plus importants?
- Les moins importants?
- Le genre de membre que tu apprécies ?
- Ceux que tu n'apprécies pas ?

Thème : Reconnaissance liée à l'estime

Question : Considères-tu les moyens de souligner la contribution des différents membres de la communauté importants (note du mod, nombre de posts, popularité du mod, etc.)?

Relance :

- Quelle importance accordes-tu personnellement à ces distinctions?
- Selon toi, la communauté valorise-t-elle ces distinctions?
- Selon toi, laquelle de ces distinctions est la plus importante?
- En ordre croissant, classe l'importance que tu accordes à la reconnaissance de ces acteurs (les joueurs, les moddeurs et l'entreprise).
- Est-ce que tu considères qu'il y a une compétition basée sur le statut au sein de la communauté?
- Est-ce que ces formes de reconnaissances (de la question précédente) ont des impacts concrets sur ta vie? (par exemple, est-ce que cela t'a permis de trouver un emploi, ou t'a rapporté de l'argent).
- Est-ce que tu participes aux activités de l'entreprise afin de te faire modder?

- Est-ce que tu interagis avec l'entreprise?
- Qu'est-ce que la compagnie pourrait faire afin de te faire modder davantage ou moins?