

Le travail du consommateur

Marie-Anne Dujarier

Le travail du consommateur

Par Marie-Anne DUJARIER
*Download PDF | ePub | DOC |
audiobook | ebooks



La Découverte/Poche

Dtails sur le produit Rang parmi les ventes : #117450 dans eBooksPubli le: 2014-04-17Sorti le: 2014-04-17Format: Ebook Kindle

[Read download] Le travail du consommateur

Par Marie-Anne DUJARIER : **Le travail du consommateur** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Le travail du consommateur:

 Download

 Read Online

Description :

Prsentation de l'diteurTransports, banque, distribution, loisirs, restauration, mdias, etc : comment le consommateur-payeur travaille dsormais, son insu, pour les entreprises. Un livre essentiel pour comprendre les transformations du capitalisme et de son esprit. O trouver une main-d'oeuvre abondante, motive et gratuite pour mettre un billet de train, fournir des photos d'actualit, concevoir une publicit ou dpanner une installation Internet ? Une solution, promue par le marketing et facilite par les technologies, consiste mettre les consommateurs au travail. La coproduction dans les services est avre depuis longtemps, mais la sociologie s'est rarement penche sur l'activit mme des consommateurs. Partant de situations quotidiennes dans des services marchands (transports, banque, supermarchs, restauration, mdias, culture, rseaux sociaux, etc.), l'auteure identifie trois formes dans leur mise au travail : l'autoproduction dirige, la coproduction

collaborative et le travail d'organisation. Le consommateur se fait tour tour guichetier, concepteur, prescripteur, producteur, réparateur, formateur, acheteur, expert et même manager. Qu'il travaille pour consommer ou qu'il produise pour avoir le plaisir de travailler, son activité est organisée dans un rapport social nouveau, qui crée de la valeur pour l'entreprise. Mais comment faire travailler un consommateur alors qu'il n'est ni un professionnel ni un employé ? Que fait-il réellement ? Consent-il travailler ? Quelles sont les formes de coopération, de conflit et de régulation dans cette division du travail ? La seconde édition de cet ouvrage comporte une postface inédite sur l'actualité de la recherche internationale sur ce sujet et un retour sur le concept de " travail ". Un livre essentiel pour comprendre les transformations actuelles du capitalisme. Présentation de l'auteur Transports, banque, distribution, loisirs, restauration, médias, etc : comment le consommateur-payeur travaille désormais, son insu, pour les entreprises. Un livre essentiel pour comprendre les transformations du capitalisme et de son esprit. Où trouver une main-d'œuvre abondante, motivée et gratuite pour mettre un billet de train, fournir des photos d'actualité, concevoir une publicité ou dépanner une installation Internet ? Une solution, promue par le marketing et facilitée par les technologies, consiste à mettre les consommateurs au travail. La coproduction dans les services est avérée depuis longtemps, mais la sociologie s'est rarement penchée sur l'activité même des consommateurs. Partant de situations quotidiennes dans des services marchands (transports, banque, supermarchés, restauration, médias, culture, réseaux sociaux, etc.), l'auteure identifie trois formes dans leur mise au travail : l'autoproduction dirigée, la coproduction collaborative et le travail d'organisation. Le consommateur se fait tour tour guichetier, concepteur, prescripteur, producteur, réparateur, formateur, acheteur, expert et même manager. Qu'il travaille pour consommer ou qu'il produise pour avoir le plaisir de travailler, son activité est organisée dans un rapport social nouveau, qui crée de la valeur pour l'entreprise. Mais comment faire travailler un consommateur alors qu'il n'est ni un professionnel ni un employé ? Que fait-il réellement ? Consent-il travailler ? Quelles sont les formes de coopération, de conflit et de régulation dans cette division du travail ? La seconde édition de cet ouvrage comporte une postface inédite sur l'actualité de la recherche internationale sur ce sujet et un retour sur le concept de " travail ". Un livre essentiel pour comprendre les transformations actuelles du capitalisme. Biographie de l'auteur Marie-Anne Dujarier est sociologue du travail et des organisations, maître de conférences à l'Université Paris III-Sorbonne nouvelle et à l'école polytechnique. Elle est chercheuse au Laboratoire interdisciplinaire pour la sociologie économique (LISE-CNRS). Elle a notamment publié *Idal au travail* (PUF, 2006).