



Sous la direction de André Mondoux et Marc Ménard

2018 | 352 pages
Collection Communication

978-2-7605-5017-9 **38,00 \$** PAPIER

978-2-7605-5018-6 **27,99 \$** PDF

978-2-7605-5019-3 **27,99 \$** E PUB

BIG DATA ET SOCIÉTÉ

Industrialisation des médiations symboliques

Le Big Data (ou mégadonnées) suscite des discours porteurs de visions économiques prometteuses : efficacité du microciblage, meilleurs rendements par gestion prédictive, algorithmes et intelligence artificielle, villes intelligentes... bref, toute une économie des données qui trouverait son achèvement véritable dans une créativité enfin libérée de tout joug disciplinaire, idéologique et politique. L'éclatement des individualités « émancipées » sonde le « social » tel qu'il est porté par ces discours de promotion. En effet, force est de constater que le social est relativement absent, pour l'instant, des réflexions que l'on présente comme névralgiques pour un avenir meilleur.

Ce phénomène soulève d'importantes et préoccupantes questions, que ce soit concernant l'intégrité de la vie privée face à la marchandisation des données personnelles, les dynamiques – économiquement productives – de la surveillance corporative, les rapports de pouvoir induits par les GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft), les pièges du temps réel ou encore la dynamique « algorithmique » et sa tendance à suppléer les *lois* (le politique) par les *faits* (le réel enfin rendu indéniable grâce aux données quantifiables).

Ce premier ouvrage collectif du Groupe de recherche sur l'information et la surveillance au quotidien (GRISQ) envisage le Big Data comme *producteur* d'effets en même temps que *produit* de dynamiques sociales. Il intéressera les étudiants et les chercheurs du domaine de la communication qui s'interrogent sur le vaste univers des mégadonnées.



TABLE DES MATIÈRES

PARTIE 1 : ÉCONOMIE POLITIQUE DU BIG DATA

CHAPITRE 1. Les données massives : accumulation et enclosure

Jodi Dean

CHAPITRE 2. Big Data, intelligence artificielle et automatisation sociale : vers une économie sans emploi et une démocratie sans citoyen ?

Maxime Ouellet

CHAPITRE 3. Big Data, circuits marchands et accélération sociale

Marc Ménard et André Mondoux

CHAPITRE 4. Villes « intelligentes », Big Data et stratégies d'accumulation du capital

Joëlle Gélienas

CHAPITRE 5. Refuges de données : la régulation de l'information à l'ère du Big Data

Anne-Sophie Letellier

PARTIE 2 : BIG DATA ET PRODUCTION DE SENS

CHAPITRE 6. Quelques réflexions sémiotiques sur le circuit des données massives

Maude Bonenfant, Lucile Crémier et Laura Iseut Lafrance St-Martin

CHAPITRE 7. Big Data à l'ère du sémiocapitalisme : décodage et axiomatisation généralisés du champ social

Fabien Richert

CHAPITRE 8. Internet des objets : épistémologie d'une démocratie sans société

André Mondoux

CHAPITRE 9. Approches critiques de la captation et de l'exploitation des données numériques : vers une politique du commun ?

Lisiane Lomazzi

PARTIE 3 : BIG DATA, ASSUJETTISSEMENT ET REPRÉSENTATIONS CULTURELLES

CHAPITRE 10. *Framelessness*, ou la logique culturelle des données massives

Mark Andrejevic

CHAPITRE 11. Le corps au travail : quantification de soi, exploitation et aliénation

Myriam Lavoie-Moore

CHAPITRE 12. Big Data : nouveaux régimes de captation de l'attention ou destruction du désir ?

Marc Ménard

CHAPITRE 13. Cinéma documentaire et intimité à l'ère du Big Data

Diane Poitras

DIRECTEURS

ANDRÉ MONDOUX est professeur à l'École des médias de l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Il s'intéresse aux liens entre technologies numériques et (re)production sociale autour de la banalisation de la surveillance, des circuits d'individuation psychique et collective liés au Big Data et des enjeux épistémologiques soulevés par l'industrialisation des médiations symboliques.

MARC MÉNARD est professeur à l'École des médias et vice-doyen à la recherche et à la création de la Faculté de communication de l'UQAM. Ses travaux portent sur l'économie de la culture, les technologies numériques, les nouvelles formes de marchandisation de l'information et de la communication et sur le Big Data.

Avec la collaboration de Mark Andrejevic, Maude Bonenfant, Lucile Crémier, Jodi Dean, Joëlle Gélienas, Laura Iseut Lafrance St-Martin, Myriam Lavoie-Moore, Anne-Sophie Letellier, Lisiane Lomazzi, André Mondoux, Marc Ménard, Maxime Ouellet, Diane Poitras et Fabien Richert.

Financé par le
gouvernement
du Canada

Funded by the
Government
of Canada

Canada



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

SODEC

Québec



Distribution

Canada : Prologue inc.

Belgique : SOFEDIS / SODIS

France : SOFEDIS / SODIS

Suisse : Servidis SA



418 657-4399

puq@puq.ca

Plus de
1 600 livres
à feuilleter



Presses
de l'Université
du Québec

PUQ.CA