La lettre du Collège de France

39 | mars 2015
La Lettre n° 39

Big data, entreprises et sciences sociales

Pierre-Michel Menger

Édition électronique
URL : https://journals.openedition.org/lettre-cdf/3058
DOI : 10.4000/lettre-cdf.3058
ISSN : 2109-9219

Traduction(s) :
Big Data, Businesses and the Social Sciences - URL : https://journals.openedition.org/lettre-cdf/2182 [en]

Éditeur
Collège de France

Édition imprimée
Date de publication : 1 mars 2015
Pagination : 33
ISSN : 1628-2329

Référence électronique
Pierre-Michel Menger, « *Big data*, entreprises et sciences sociales », *La lettre du Collège de France* [En ligne], 39 | mars 2015, mis en ligne le 26 novembre 2015, consulté le 17 août 2022. URL : http://journals.openedition.org/lettre-cdf/3058 ; DOI : https://doi.org/10.4000/lettre-cdf.3058

Tous droits réservés

Big data, entreprises et sciences sociales

Dans le cadre de la chaire Sociologie du travail créateur, le Pr Pierre-Michel Menger a organisé le 2 juin 2014 une journée d'études consacrée aux enjeux sociaux, économiques et scientifiques des usages, partages, marchés et régulations des données numériques de masse.

La production en masse de données numériques a ouvert la possibilité d'exploiter des informations en quantités inédites. De nombreuses activités humaines peuvent désormais être analysées avec de nouveaux moyens. Les traces numériques des usagers des moteurs de recherche, des réseaux sociaux ou des sites d'achat en ligne engendrent une masse d'informations sans précédent, non seulement sur les usages d'internet en général, mais aussi sur les centres d'intérêts des individus, leurs pratiques de consommation, ou leurs orientations politiques ou religieuses. Au-delà d'internet, une production comparable de données numériques de masse est assurée par un nombre croissant d'objets connectés (capteurs de présence humaine, géolocalisation, cartes bancaires, passeports biométriques, titres de transport, etc.). La numérisation du signal multiplie les sources génératrices d'information, les moyens de leur stockage et de leur mise en relation. L'ensemble de ces données numériques, massives et non structurées, sont ce que l'on appelle les *big data*.

Le phénomène des *big data* est triplement remarquable. D'une part, il s'applique à tous les aspects de la vie sociale et économique. D'autre part, il bouscule tous les partages habituels entre privé et public, intime et relationnel, secret et révélation, consentement passif et consentement explicite, usage et confiance. Enfin, son expansion se fonde sur sa nature intrinsèquement relationnelle, qui fait communiquer toutes les dimensions et tous les domaines d'activité générateurs d'informations qui étaient auparavant séparés en autant d'isolats. Les interrogations de la science sociale portent d'abord sur le processus de création de valeur. Comment les firmes tirent-elles profit des données numériques ? Quelles opérations mettent-elles en œuvre pour capter les données, puis les formater, les analyser ou les vendre ? Qui sont les consommateurs dans l'économie du *big data* ? Le questionnement porte sur le partage de la valeur créée : dans une économie de marché biface, les données personnelles sont collectées sans contrepartie monétaire, le service proposé aux consommateurs paraissant réaliser une symétrie des avantages. Mais la valeur des données collectées augmente avec les technologies d'échange et de marchandisation des données personnelles. Les utilisateurs d'internet et des objets connectés peuvent alors être vus comme des quasi-collaborateurs des entreprises du numérique. Quel est alors le sens de cette « contribution informationnelle » ? Doit-on considérer les activités numériques des individus comme un *travail*, au sens où cette contribution est à l'origine d'une partie des gains de productivité spectaculaires des grandes firmes du numérique ? Ces questions soulèvent une interrogation plus vaste sur les transformations du travail dans un monde de plus en plus connecté et dominé par les géants du web que sont Google, Facebook, ou Twitter. Enfin, les dimensions éthiques du prélèvement des données et de leur exploitation à des fins multiples, connues ou plus souvent inconnues, sont désormais au premier plan de l'invention d'une démocratie numérique.

Organisée autour de trois grands axes de réflexion, cette journée d'études a eu pour objectif d'éclairer les enjeux de ces développements pour les sciences sociales. Elle a voulu s'ouvrir à d'autres champs que la seule sociologie du travail et des marchés, en accueillant également des informaticiens, des juristes et des politologues. La démarche a consisté en premier lieu à dresser un panorama des usages sociaux des données numériques de masse, qu'ils soient strictement académiques, commerciaux ou privés, sans négliger de replacer ces usages dans une perspective sociohistorique et d'évaluer le caractère « révolutionnaire » du phénomène. Dans un deuxième temps, les *big data* ont été abordés en tant que terrains d'enquêtes pour les sciences sociales : que donnent à voir ces objets sur le monde social dans lequel ils se déploient, et comment peut-on les étudier ? Enfin, les données numériques de masse ont été considérées dans leur vocation à constituer des outils de recherche pour les sciences sociales : quelles perspectives ouvrent-elles à la sociologie, à l'économie, aux sciences humaines, et quels problèmes pratiques de stockage, d'exploitation ou d'interprétation soulèvent-elles ? L'industrialisation des données massives retentit sur les usages économiques, politiques et scientifiques de l'information et oblige à requalifier la valeur des biens informationnels qui sont produits à si grande échelle. ■

Pr Pierre-Michel MENGER

Le programme de ce colloque ainsi que l'ensemble des interventions sont consultables en ligne sur le site du Collège de France.

Pr Pierre-Michel MENGER
Sociologie du travail créateur

