



# Les publics de données

*Penser la datafication de la société*

Sous la direction de

Florence Millerand, Alexandre Coutant,  
Guillaume Latzko-Toth et Mélanie Millette

# Table des matières

<b>Préface</b>	7
<i>Dominique Boullier</i>	
<b>Introduction</b>	11
<i>Florence Millerand, Alexandre Coutant, Guillaume Latzko-Toth et Mélanie Millette</i>	

## PREMIÈRE PARTIE

### L'ouverture

CHAPITRE 1	
<b>Les publics « impensés » des données ouvertes</b>	25
Quand les fournisseurs désignés sont aussi les usagers	
<i>Florence Millerand et Sarah Meunier</i>	
CHAPITRE 2	
<b>Les figures du public dans les politiques d'ouverture des données</b>	41
<i>Sarah Labelle</i>	

## DEUXIÈME PARTIE

### La santé

CHAPITRE 3	
<b>La représentation des citoyens dans une plateforme de données en santé</b>	59
Défis et ambiguïtés	
<i>Maxime Harvey et Guillaume Latzko-Toth</i>	
CHAPITRE 4	
<b>Le codesign d'un service numérique de santé mentale</b>	75
Concilier les imaginaires et les attentes autour des données	
<i>Alexandre Coutant et Stéphane Vial</i>	

## TROISIÈME PARTIE

### La culture

CHAPITRE 5

**Les cultures de données** 93

Genèse d'une notion, enjeux épistémologiques et implications pratiques

*Nathalie Casemajor*

CHAPITRE 6

**La mobilisation de publics de niche** 111

Création d'une base de données dans le secteur culturel

*Mary Elizabeth Luka*

## QUATRIÈME PARTIE

### L'inclusion

CHAPITRE 7

**Data for Good** 125

La science des données au service des publics minorisés et des milieux communautaires

*Mélanie Millette, Florence Millerand et Nadia Seraiocco*

CHAPITRE 8

**L'inclusion des groupes minorisés dans les politiques publiques de données** 141

*Lucie Delias*

CHAPITRE 9

**Les publics de données quotidiens** 155

*Jean Burgess, Kath Albury, Anthony McCosker et Rowan Wilken*

POSTFACE

**Les données et leurs mondes** 183

*Jérôme Denis*

**Notices biographiques** 189

**Remerciements** 193

## Introduction

*Florence Millerand, Alexandre Coutant,  
Guillaume Latzko-Toth et Mélanie Millette*

Associées à la numérisation de la société, les données (*data*) occupent désormais une place prédominante dans toutes les sphères de la vie sociale. Qu'il s'agisse des gouvernements engagés dans des démarches d'ouverture de données publiques, des entreprises qui intègrent la science des données dans leurs stratégies d'affaires ou des internautes qui génèrent, souvent à leur insu, des quantités de traces monnayables par le simple fait d'utiliser le Web, les données sont désormais omniprésentes dans notre quotidien. Pourtant, pour le citoyen ordinaire, elles restent quelque chose d'abstrait. Alors que nous sommes exposés de partout à des discours sur le pouvoir des données et que nos activités sociales en sont imprégnées (Boullier, 2015), ce que *sont* les données, ce qu'elles nous *font* et l'influence qu'elles *ont* sur la société reste relativement obscur. Que produit cette circulation intense des données dans nos sociétés contemporaines ? Comment l'interpréter ?

Il importe d'interroger la place centrale dévolue aux données dans nos sociétés numérisées en réfléchissant sur les *publics* constitués autour d'ensembles (ou de jeux) de données divers et variés. Car il se forme autour des données des groupes qui sont constitués tantôt parce qu'un algorithme a repéré chez leurs membres un ensemble d'intérêts partagés, tantôt parce qu'une organisation ou une institution a anticipé des usages communs.

L'expression « publics de données » met en scène les groupes d'individus qui se trouvent liés en premier lieu par des données. Elle désigne les sujets sociaux qui interagissent ou sont censés interagir avec des données générées *sur eux, par eux* ou *pour eux*. Comme on le verra dans cet ouvrage, les utilisateurs anticipés d'une base de données développée pour le secteur culturel au Canada constituent un public de données au même titre que les usagers

d'un média social comme Facebook qui produisent des quantités de données dans le sillage de leur usage quotidien. De la même façon, les développeurs d'une application de santé mentale font partie des différents publics articulés autour de la production de données sur la santé, tout comme les résidents d'une ville composent l'un des publics considérés par une politique d'ouverture des données municipales. Notre objectif est de réfléchir sur les publics constitués autour de ces initiatives de données, terme que nous utilisons pour désigner des projets sociotechniques de production, de collecte, de traitement et de circulation de données dans des infrastructures numériques.

Quels sont les publics imaginés pour les initiatives de données ? Quels publics se saisissent réellement des données et avec quelles conséquences ? Comment les publics s'intéressent-ils aux données ? Voilà quelques-unes des questions auxquelles cet ouvrage entend apporter des éléments de réponse fondés sur des enquêtes empiriques et des études de cas. Ce faisant, nous proposons une approche *située* des processus de *datafication* en cours qui va au-delà d'une lecture globale pour s'intéresser à des contextes et à des dispositifs sociotechniques précis.

### **La *datafication* ou la mise en données de la société**

La place centrale des données dans nos sociétés renvoie à un phénomène que le néologisme *datafication* cherche à saisir et que l'on peut traduire par « mise en données ». L'expression désigne le rôle de plus en plus grand que la production, la circulation, la collecte et le traitement des données par le truchement des technologies numériques jouent dans la vie quotidienne. La *datafication* fait référence, selon les contextes, à des phénomènes distincts : la transformation de l'activité sociale en données computationnelles, la valorisation marchande de celles-ci ou encore un nouveau mode de gouvernance. Mayer-Schoenberger et Cukier (2014) ont proposé le terme pour décrire la transformation de tous les aspects de l'activité sociale en données quantifiées. Étroitement associée à la vague des données massives (*big data*), la *datafication* renvoie alors aux possibilités de traitement permises par la collecte et l'analyse automatisées de données en continu.

Dans le monde marchand, le terme désigne une nouvelle logique de création de valeur basée sur l'exploitation des contenus et des données numériques générées par leur circulation (Couldry et Turow, 2014). Appliqué à l'échelle des organisations et des institutions, le phénomène est également associé à un mode de gouvernance « cybernétique », une prise de décision

fondée sur les données (Supiot, 2015). Parler de mise en données nécessite donc de s'intéresser aux processus qui contribuent à les produire, à les faire exister et à leur donner un sens. Autant le terme anglais que sa traduction française invitent à les appréhender comme un processus sociotechnique dynamique et non pas comme un état de fait.

Des chantiers d'envergure se fondant sur des logiques de grands ensembles – pensons aux milliards, voire aux milliards de milliards de données collectées par les infrastructures de la « ville intelligente » – à une variété d'initiatives à plus petite échelle – pensons cette fois à des collectifs d'activistes intéressés par des actions locales prônant la production de « contre-données » –, les projets de *datafication* ont en commun la tâche de générer une valeur économique et/ou sociale. Certes, les données existaient avant le numérique; les organisations et les États s'appuyaient déjà sur une série d'informations et de statistiques pour gouverner, avant l'adoption massive de l'Internet (on a longtemps fait les recensements sur papier). Mais le processus actuel de mise en données de la société procède à la fois d'un changement d'échelle et d'un renversement de perspective: *les données viennent désormais en premier*, avant, donc, tout questionnement qui motiverait leur collecte, et le simple fait d'en générer ou d'en publier semble constituer une finalité en soi.

Les données seraient d'ailleurs à l'origine d'une révolution (Kitchin, 2014) qui résulte du croisement de trois phénomènes concomitants ayant émergé autour de 2010: le mouvement d'ouverture des données (*open data*) né dans les administrations publiques, la conception et l'intégration d'une pléthore de dispositifs et d'infrastructures numériques (médias sociaux numériques, Internet des objets, infonuagique, etc.) dans toutes les sphères d'activité, et l'exploitation de données massives grâce à la puissance de calcul aujourd'hui disponible (*big data*). Plus récemment, la pandémie de COVID-19 a braqué les projecteurs sur le rôle crucial des données pour les politiques de santé publique. De même, les dernières innovations en matière d'intelligence artificielle sont devenues possibles grâce à l'accumulation de gigantesques quantités de données pour alimenter et entraîner les algorithmes d'apprentissage machine.

Les discours sur cette mise en données de la société se polarisent autour de deux visions qui opposent, d'un côté, le risque d'une surveillance « panoptique » par les États et le marché, et, de l'autre, de nouvelles manières de produire, de soigner et de vivre en société (Théviot, 2023; Lupton, 2019).

Certains dénoncent l'émergence d'un récit naïf, appelé « dataïsme » (van Dijck, 2014), ancré dans un imaginaire construit sur la puissance des

données, cet « or noir » du XXI<sup>e</sup> siècle, et la croyance qu'une quantification généralisée de la société serait apte à retracer et à expliquer tous les types de comportements humains, une fois analysés au moyen de dispositifs numériques (Bowker, 2014). Ce récit milite en faveur d'une société « centrée sur les données », *datacentrique*, où les données sont considérées comme une ressource pour la croissance économique, l'innovation technologique, les percées scientifiques, etc. (van Dijck, 2014) – ce qui ne va pas sans résonner avec l'imaginaire du « progrès ».

L'ouverture des données gouvernementales rendrait possible la création de nouveaux services, généralement sous forme de nouvelles « applis » mobiles, tout en jouant le jeu démocratique et en conférant plus de transparence aux administrations publiques. Mais l'exploitation des données personnelles recueillies en ligne rend également possibles des stratégies publicitaires d'une efficacité redoutable, tout autant que des opérations de surveillance épidémiologique à une échelle inédite. Par ailleurs, les données sont présentées et perçues comme objectives et neutres, alors que la *datafication* tend à reproduire certaines inégalités, par exemple en privilégiant la perspective de groupes historiquement dominants au détriment de celle de groupes minorisés (Luka et Millette, 2018). Qu'ils soient pessimistes ou optimistes, les discours actuels semblent régis par une même *data doxa* (Smith, 2018), en vertu de laquelle la place centrale des données se présente comme un fait accompli indiscutable, ce qui contribue ainsi à sa banalisation.

Parmi les nombreuses questions que suscite cette conception des données comme ressources à exploiter, l'une, de taille, renvoie au fait que les personnes qui les produisent, consciemment ou non, ou à qui l'on pense en concevant des initiatives de données en ont rarement l'accès ou l'usage. En outre, dans la plupart des cas, les personnes et les groupes visés ignorent non seulement qu'ils font partie d'un public « cible » pour les données, mais aussi, le plus souvent, ignorent les critères à partir desquels on les a visés (Pink *et al.*, 2017). Et même lorsque les données sont mises à la disposition du public – pensons aux portails de données ouvertes des gouvernements et des municipalités –, le commun des mortels y perd son latin plus souvent qu'à son tour à essayer de les comprendre et de les interpréter (Ruppert, 2015).

En tant que phénomène d'intérêt pour les sciences humaines et sociales, la *datafication* est théorisée comme une composante inhérente du capitalisme de surveillance (Zuboff, 2018), une nouvelle forme de *data colonialism* dans laquelle les données sont la matière première extraite au détriment des populations concernées (Couldry et Mejias, 2019), mais aussi comme une

occasion de donner du pouvoir aux plus faibles en offrant des possibilités inédites de « surveillance par le bas » (*sousveillance*, Mann et Ferenbok, 2013) et d'activisme (Milan, 2017). En d'autres termes, les données tendent à donner du pouvoir aux acteurs sociaux qui ont les moyens de les rendre significatives et utiles pour eux (Powell, 2014). Pourtant, peu de recherches avant celles que nous venons de citer se sont intéressées aux collectifs, aux publics impliqués dans les processus de *datafication*.

### Les publics de données

Public, contre-public (Fraser, 2001), non-public ou presque public (Dayan, 2000), et maintenant « publics de données », cette notion majeure du champ de recherche en communication que sont les *publics* se décline au fil des mutations sociales, politiques et technologiques. Dans la dernière décennie, les scientifiques ont multiplié les propositions pour rendre compte avec précision des transformations des publics dans le contexte des technologies numériques : publics connectés ou en réseau (Boyd, 2011), publics *ad hoc*, constitués autour de mots-clics (Bruns et Burgess, 2015), publics affectifs (Papacharissi, 2014), publics d'imitation (Zulli et Zulli, 2022), ou encore publics « datafiés » (Baack, 2015), pour n'en citer que quelques-unes. Cette profusion de termes est éloquent ; elle signale tout autant la centralité de la notion que l'inconfort conceptuel qui accompagne la réflexion sur ses dynamiques. Des groupes d'utilisateurs regroupés autour d'intérêts communs ou de contenus de niche aux masses rassemblées par les médias sociaux, ces collectifs mettent à mal les catégorisations habituelles. Plus généralement, les nuances apportées par chaque nouvelle expression pour tenter de les circonscrire reflètent l'ambivalence de longue date de la notion de public en sciences sociales, notion tiraillée entre diverses significations allant des audiences passives aux publics politisés (Livingstone, 2005a).

La notion de public a d'abord été théorisée dans ses liens avec les processus démocratiques. Le débat classique entre Lippmann et Dewey dans les années 1930 opposait deux visions du public : d'un côté, le public entendu comme une impossibilité ou, selon les mots de Lippman (2008), comme un « fantôme », terme qui dénote l'impuissance des individus à se faire une opinion devant la complexité du monde ; de l'autre, le public comme réel et nécessaire au bon fonctionnement des sociétés et des démocraties, qui doit prendre conscience de lui-même et politiser ses intérêts pour « sortir de son éclipse », selon l'expression de Dewey (2003). Plusieurs décennies plus tard,

Habermas (1978) proposait le concept de sphère publique et reconnaissait l'existence de publics multiples susceptibles de faire progresser les démocraties, à condition qu'ils s'engagent dans un débat rationnel. Les travaux de Fraser (2011) sur les contre-publics ont constitué un ajout important pour penser les publics oppositionnels, caractérisés par un comportement politique et des normes de prise de parole différentes, mais susceptibles de renforcer la démocratie participative par l'élargissement de l'espace discursif.

Ancré dans la perspective des études sur la communication et les médias, cet ouvrage s'inscrit dans la continuité des débats sur la notion de public, en cherchant plus précisément à interroger sa pertinence pour comprendre les formes actuelles des collectifs interpellés par les processus de mise en données. Les études en communication ont depuis longtemps distingué la notion de public de celle d'audience, cette dernière renvoyant à des construits quantitatifs sophistiqués produits par et pour les industries médiatiques, tandis que la notion de public est associée à l'idée d'un collectif en devenir, qui s'articule et se « publicise » dans le cadre de la réception d'un contenu commun (Cefaï et Pasquier, 2003). Pour autant, la porosité de la frontière séparant les deux notions ne disparaît jamais.

Les chercheuses et chercheurs en communication se sont aussi penchés sur l'articulation des notions de public et d'utilisateur (Assogba *et al.*, 2015). Car interroger ces deux notions conjointement ne va pas de soi : les travaux mobilisant les concepts de public, d'audience se sont longtemps cantonnés dans l'étude des médias et de leur réception, alors que les études sur les technologies d'information et de communication ont émergé dans le cadre d'une sociologie des usages et des utilisateurs qui considérait la notion de public comme peu adaptée à son objet. Toutes ces recherches ont eu tendance à sacraliser la figure de l'utilisateur en reléguant la notion de public aux études de réception médiatique (Morelli, Pignard-Cheynel et Baltazart, 2016). Cependant, si les notions d'utilisateur et de public ont évolué dans des cadres épistémologiques relativement distincts, leurs apports mutuels peuvent s'examiner à partir de deux axes de convergence (Morelli *et al.*, 2016).

Un premier axe renvoie au continuum passif-actif pour envisager le statut du public ou de l'utilisateur face à un contenu ou à un dispositif, autrement dit pour apprécier leur agentivité. Sur ce point, on a observé un mouvement similaire dans les recherches sur les médias et les technologies, recherches ayant évolué d'une conception plutôt passive à la reconnaissance d'une posture active, propice à négocier, voire à contester, l'interprétation d'un contenu par

le public ou la prescription d'un usage par l'utilisateur. Toutefois, la part à accorder aux logiques internes des publics et celle qui revient aux incitations des dispositifs dans leur constitution ne font l'objet d'aucun consensus. Et ce questionnement s'avère toujours aussi pertinent, sinon davantage, dans le contexte des processus de mise en données où des publics sont produits et « calculés » par l'entremise de boîtes noires algorithmiques.

Un second axe de convergence entre les notions de public et d'utilisateur renvoie à l'échelle d'analyse micro/macro et individuel/collectif. Aux conceptions en matière d'agrégats d'individus isolés ou d'individuation des pratiques est venue s'ajouter la notion de communauté comme point d'articulation entre les publics et les utilisateurs pour rendre compte de logiques plus collectives, par exemple avec les notions de communautés d'interprétation et de communautés d'intérêts. Ici encore, ce questionnement est d'autant plus pertinent que les logiques derrière la production de données numériques ont des propensions à la fois massifiantes et individualisantes.

Les publics de données peuvent être des « publics datafiés », puisqu'on peut les représenter sous forme de données, mais ils ne se réduisent pas à ce seul mode d'existence. Møller Hartley, Sørensen et Mathieu (2023, p. 13) proposent l'expression *datapublics*, que l'on pourrait traduire par des publics-données, pour explorer « les influences réciproques que l'un peut avoir sur l'autre sans présumer d'une hiérarchie ou d'une directionnalité » entre les *data*, d'un côté, et les publics, de l'autre. L'expression « publics datafiés » indiquerait à tort que seules les données ont un impact sur les publics, alors qu'un effet s'observe aussi en sens inverse.

La notion de publics de données gagne à être pensée comme un concept heuristique pour analyser des processus de *datafication* à travers le prisme des groupes de personnes qu'ils participent à produire. Ce faisant, on attire l'attention sur les implications sociopolitiques du phénomène de mise en données : quels publics sont ciblés ? Lesquels sont produits, exclus ou habilités, dans quels buts et avec quelles conséquences ?

La valeur heuristique de cette proposition réside essentiellement dans le déplacement du regard qu'elle impose : aborder la *datafication* non pas exclusivement à partir des données, mais en analysant les publics qui s'articulent autour de leur production, leur mise en circulation, leur utilisation ou non-utilisation. Par exemple, si nous nous intéressons aux données publiées par le portail de données ouvertes d'une métropole, nous pouvons nous demander ce que ces données nous apprennent sur les problèmes de logement dans cette ville. Nous pouvons nous interroger sur la manière dont

la question du logement est présentée « en données » et sur la façon dont elle a été traduite dans le cadre de processus de mise en données qu'il s'agit de déconstruire : quels aspects du logement sont documentés ou, au contraire, absents ? Comment les informations sont-elles organisées, étiquetées ? Lesquelles ont été laissées de côté, et avec quelles conséquences ? Et pour quelles catégories d'acteurs ? Enquêter sur les publics de données signifie de s'enquérir à la fois des publics investis dans les rôles de producteurs ou d'utilisateurs des données municipales, des publics qui sont *a priori* ou *de facto* exclus – par exemple pour des raisons d'accessibilité ou d'intelligibilité des jeux de données – et des publics ciblés par l'ouverture pour les confronter à ceux qui se saisissent réellement des données. Ce qui nous permet de comprendre, par exemple, pourquoi l'ouverture de jeux de données sur l'état du logement pourrait bénéficier davantage aux sociétés de développement immobilier qu'aux citoyens « ordinaires » (Millerand *et al.*, 2023).

Interroger les publics de données requiert d'examiner, d'une part, ce que la mise en données « compte », puis « rend public », c'est-à-dire les processus de publicisation impliqués et, d'autre part, en quoi la mise en données « fait public », c'est-à-dire quelles entités collectives sont constituées (ou non) par ces processus. La valeur heuristique de la notion de public apparaît alors dans toute sa richesse (Assogba *et al.*, 2015), d'abord dans sa dimension performative, puisque les choix de conception des dispositifs sont guidés par des représentations des publics – même si celles-ci peuvent se heurter en pratique à des réalités autres.

Il s'agit d'appréhender la question des publics, dans le contexte de processus de *datafication*, par celles des représentations et des discours, d'un côté, et des matérialisations empiriques, de l'autre. Les publics, même imaginaires, pèsent sur l'action. S'interroger sur ces construits, sur leur émergence et leur actualisation suppose de prendre en compte les discours, les pratiques et l'ensemble des médiations sociotechniques qui contribuent à les façonner.

Les contributions rassemblées dans cet ouvrage s'ancrent théoriquement dans le champ de la communication et des études médiatiques, mais elles s'enrichissent également de l'apport de concepts issus du champ des études des sciences et des techniques (*Science and Technology Studies*, STS) et des récentes études critiques sur les données (*Critical Data Studies*). Ainsi, plusieurs textes partagent des considérations théoriques, relevant notamment d'une approche sociotechnique, sur le statut à accorder à la donnée, sur l'étude des publics et des usagers, et sur la prise en compte des dispositifs techniques.

Ensemble structuré de traces retenues pour appréhender un phénomène, les données sont surtout des objets socialement, techniquement et culturellement construits (Gitelman, 2013). De là l'importance d'examiner les ensembles de données dans le cadre des processus, souvent invisibles, ayant mené à leur conception ainsi qu'à leur opérationnalisation (Denis, 2018), et avec eux, les différentes visions produites et véhiculées sur les collectifs représentés. En ce qui concerne l'appréhension des publics, tant les études sur la réception que celles sur la construction sociale des technologies et la sociologie des usages offrent des prises analytiques pour saisir les publics « modèles » (ou implicites) et les publics « empiriques », ainsi que les éventuels écarts entre les deux (Livingstone, 2005b). La mise à jour des publics de données imaginés cherchera ainsi à examiner les publics autorisés ou habilités (ou occultés), tout en prenant en compte ceux qui seront activés en pratique, ainsi que leurs interactions. Il s'agit par ailleurs de s'interroger sur les dispositifs sociotechniques, du point de vue de leur conception et des configurations d'acteurs et d'actions qu'ils incarnent. Ces configurations structurent des relations de pouvoir et matérialisent certaines conceptions de l'organisation sociale.

La notion de publics de données offre un outil pour penser les grandes tensions qui traversent celle de public et pour la réactualiser. Trois tensions fondamentales se trouvent effectivement mises en dialogue dans la notion de publics de données : une première tension entre une conception du public orientée vers le politique et une conception orientée vers le marché ; une deuxième tension entre une réduction des publics à leurs seuls échanges rationnels et une approche attentive à leurs multiples raisons d'attachement ; et une troisième tension entre les publics idéels et empiriques.

Ces axes constituent des pistes analytiques pour comprendre les points de vue parfois contradictoires des acteurs impliqués dans les processus de mise en données, qui peuvent s'appliquer à de multiples publics.

Le concept de publics de données propose un double programme pour la recherche sur le phénomène de la *datafication*. D'une part, il invite à examiner les publics imaginés par les producteurs de données et les concepteurs de services autour de ces données, et par eux, la manière dont certains enjeux s'articulent et se traduisent dans des initiatives de données. D'autre part, il ouvre un nouveau terrain pour remettre en question et attester la manière dont ces enjeux sont (ré)articulés, ignorés ou (ré)appropriés par des acteurs qui cherchent à « faire public » en se constituant en tant que collectifs autour d'ensembles de données. L'étude des publics de données pourrait

ainsi contribuer à décrire et à théoriser les nouvelles formes de relations qui se tissent entre les publics et les données et, finalement, à mieux comprendre le type de société que les processus de mise en données participent à produire ou à reproduire.

## Références

- ASSOGBA, Henri *et al.*, « Les publics imaginés et réels des professionnels d'Internet », *Communication*, vol. 33, n° 2, 2015.
- BAACK, Stefan, « Datafication and empowerment: How the open data movement re-articulates notions of democracy, participation, and journalism », *Big Data & Society*, vol. 2, n° 2, 2015.
- BOULLIER, Dominique, *Sociologie du numérique*, Malakoff, Armand Colin, 2015.
- BOWKER, Geoffrey, « The Theory/Data Thing », *International Journal of Communication*, vol. 8, n° 2043, 2014, p. 1795-1799.
- BOYD, Danah, « Social network sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications », dans PAPACHARISSI, Zizi, (dir.), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, New York, Routledge, 2010, p. 39-58.
- BRUNS, Axel et BURGESS, Jean, « Twitter hashtags from ad hoc to calculated publics », dans Nathan RAMBUKANA (dir.), *Hashtag Publics: The Power and Politics of Discursive Networks*, New York, Peter Lang, 2015, p. 13-27.
- CEFAÏ, Daniel et PASQUIER, Dominique, *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses universitaires de France, 2003.
- COULDRY, Nick et MEJIAS, Ulises A., *The Costs of Connection. How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism*, Stanford, Stanford University Press, 2019.
- COULDRY, Nick et TUROW, Joseph, « Advertising, Big Data, and the Clearance of the Public Realm: Marketers' New Approaches to the Content Subsidy », *International Journal of Communication*, vol. 8, 2014, p. 1710-1726.
- DAYAN, Daniel, « Télévision: le presque-public », *Réseaux*, vol. 2, n° 100, 2000, p. 427-456.
- DENIS, Jérôme, *Le travail invisible des données. Éléments pour une sociologie des infrastructures scripturales*, Paris, Presses des Mines, 2018.
- DEWEY, John, *Le public et ses problèmes. Œuvres philosophiques*, vol. 2, traduit par Joëlle Zask, Pau, Publ. de l'Université de Pau, Farrago L. Scheer, 2003.
- FRASER, Nancy, « Repenser la sphère publique: une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement », *Hermès*, vol. 3, n° 31, 2001, p. 125-156.
- , *Qu'est-ce que la justice sociale?*, Paris, La Découverte, 2011.
- GITELMAN, Lisa, « Raw Data » *Is an Oxymoron*, Cambridge, The MIT Press, 2013.
- HABERMAS, Jurgen, *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot, 1978.

- KITCHIN, Rob, *The Data Revolution: Big Data, Open Data, Data Infrastructures and Their Consequences*, Thousand Oaks, Sage Publications, 2014.
- LIPPMANN, Walter, *Le public fantôme*. Sous la direction de Bruno Latour, Paris, Demopolis, 2008.
- LIVINGSTONE, Sonia, « On the relation between audiences and publics », dans LIVINGSTONE, Sonia (dir.), *Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere*, Bristol, Intellect Books, 2005a, p. 17-41.
- , « Media audiences, interpreters, users », dans GILLESPIE, Marie (dir.), *Media Audiences*, Maidenhead, Open University Press, 2005b, p. 9-50.
- LUKA, Mary Elizabeth, et MILLETTE, Mélanie, « (Re)framing Big Data: Activating Situated Knowledges and a Feminist Ethics of Care in Social Media Research », *Social Media + Society*, vol. 4, n° 2, 2018, p. 1-10.
- LUPTON, Deborah, *Data Selves: More-than-Human Perspectives*, Cambridge, Polity Press, 2019.
- MANN, Steve et FERENBOK, Joseph, « New Media and the Power Politics of Sousveillance in a Surveillance-Dominated World », *Surveillance & Society*, vol. 11, n° 1/2, 2013, p. 18-34.
- MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor et CUKIER, Kenneth, *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think*, Boston, Houghton Mifflin Harcourt, 2014.
- MILAN, Stefania, « Data activism as the new frontier of media activism », dans *Media Activism in the Digital Age*, Milton Park, Routledge, 2017.
- MILLERAND, Florence *et al.*, « À la recherche du citoyen "ordinaire", les publics imaginés de l'ouverture des données publiques au niveau municipal », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 23, n° 4, 2023, p. 109-129.
- MØLLER HARTLEY, Jannie, Kirk SØRENSEN, Jannick et MATHIEU, David, *Datapublics: The Construction of Publics in Datafied Democracies*, Bristol, University Press, 2023.
- MORELLI, Pierre, Nathalie PIGNARD-Cheynel et Didier BALTAZART (dir.), *Public et TIC: confrontations conceptuelles et recherches empiriques*, Nancy, Presses universitaires de Nancy, 2016.
- PAPACHARISSI, Zizi, *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*, Oxford, Oxford University Press, 2015.
- PINK, Sarah *et al.*, « Mundane Data: The Routines, Contingencies and Accomplishments of Digital Living », *Big Data & Society*, vol. 4, n° 1, 2017.
- POWELL, Alison, « 'Datafication', transparency, and good governance of the data city », dans O'HARA, Kieron, NGUYEN, Carolyn et HAYNES, Peter (dir.), *Digital Enlightenment Yearbook*, ISO Press Ebooks, 2014, p. 215-224.
- RUPPERT, Evelyn, « Doing the Transparent State: Open Government Data as Performance Indicators », dans Richard ROTTENBURG, *et al.* (dir.), *A World of Indicators: The Making of Governmental Knowledge through Quantification*, Cambridge, Cambridge University Press, 2015, p. 127-150.
- SMITH, Gavin J., « Data doxa: The affective consequences of data practices », *Big Data & Society*, vol. 5, n° 1, 2018.

SUPIOT, Alain, *La gouvernance par les nombres*, Paris, Fayard, 2015.

THEVIOT, Anaïs, *Gouverner par les données? Pour une sociologie politique du numérique*, Lyon, ENS, 2023.

VAN DIJCK, José, «Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology», *Surveillance & Society*, vol. 12, n° 2, 2014, p. 197-208.

ZUBOFF, Shoshana, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, New York, PublicAffairs, 2019.

ZULLI, Diana, et David James Zulli, «Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform», *New Media & Society* 24, n° 8, 2022, p. 1872-1890.



La place centrale des données dans notre monde met en lumière l'urgence de penser de manière critique le phénomène de *datafication* de la société. Répondant à la rareté de la recherche en français à ce propos, cet ouvrage rassemble des contributions québécoises, canadiennes, françaises et australienne avec des études de cas dans plusieurs domaines – des données ouvertes municipales aux applications de santé, en passant par l'information culturelle et l'activisme.

Qu'est-ce qu'un « public de données », et quelles sont les dimensions sociopolitiques de la mise en données, particulièrement en ce qui concerne les inégalités et l'inclusion de groupes minorisés ? Cet ouvrage explique ces enjeux importants en présentant les acteurs, les dispositifs sociotechniques et les collectifs façonnés par le processus de *datafication*.

**Florence Millerand** est professeure titulaire au Département de communication sociale et publique de l'Université du Québec à Montréal.

**Alexandre Coutant** est professeur agrégé au Département de communication sociale et publique de l'Université du Québec à Montréal.

**Guillaume Latzko-Toth** est professeur titulaire au Département d'information et de communication de l'Université Laval.

**Mélanie Millette** est professeure titulaire au Département de communication sociale et publique de l'Université du Québec à Montréal.

Avec les contributions de Kath Albury, Dominique Boullier, Jean Burgess, Nathalie Casemajor, Alexandre Coutant, Lucie Delias, Jérôme Denis, Maxime Harvey, Sarah Labelle, Guillaume Latzko-Toth, Mary Elizabeth Luka, Sarah Meunier, Anthony McCosker, Florence Millerand, Mélanie Millette, Nadia Seraiocco, Stéphane Vial et Rowan Wilken.

29,95 \$ • 24 €

Couverture: Image créée à l'aide d'outils d'intelligence artificielle.

Formats numériques en accès libre  
[www.pum.umontreal.ca](http://www.pum.umontreal.ca)

ISBN 978-2-7606-5224-8

