

# LA CARTE DE FIDÉLITÉ, LE BIG DATA ET MOI

---

BIG DATA, SURVEILLANCE ET VIE PRIVÉE



Mardi 24 mars 2015



Dr Sami Coll

<http://samicoll.wordpress.com>

# Qui suis-je?

h e p i a

Haute école du paysage, d'ingénierie  
et d'architecture de Genève

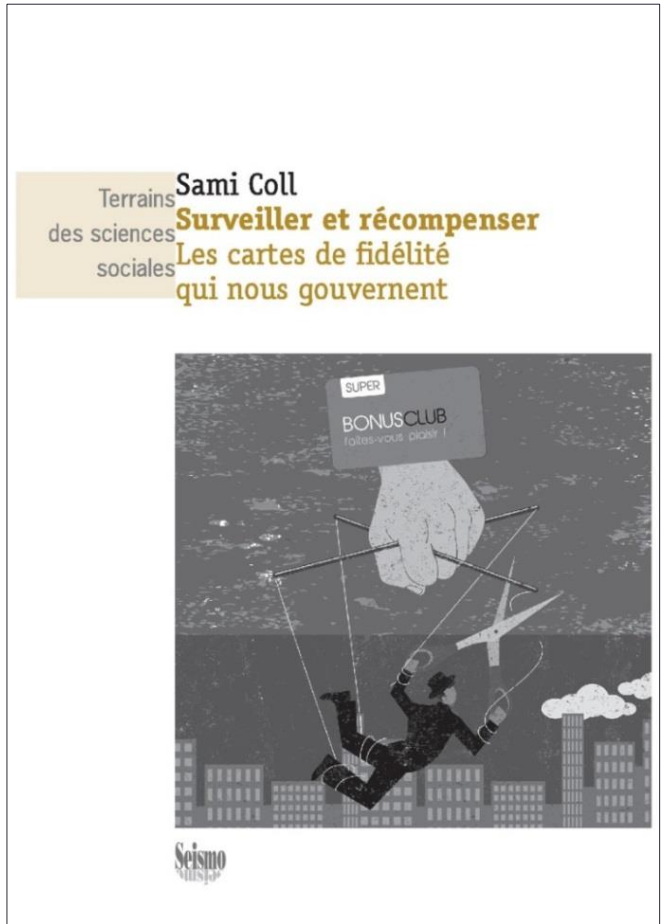


**UNIVERSITÉ  
DE GENÈVE**

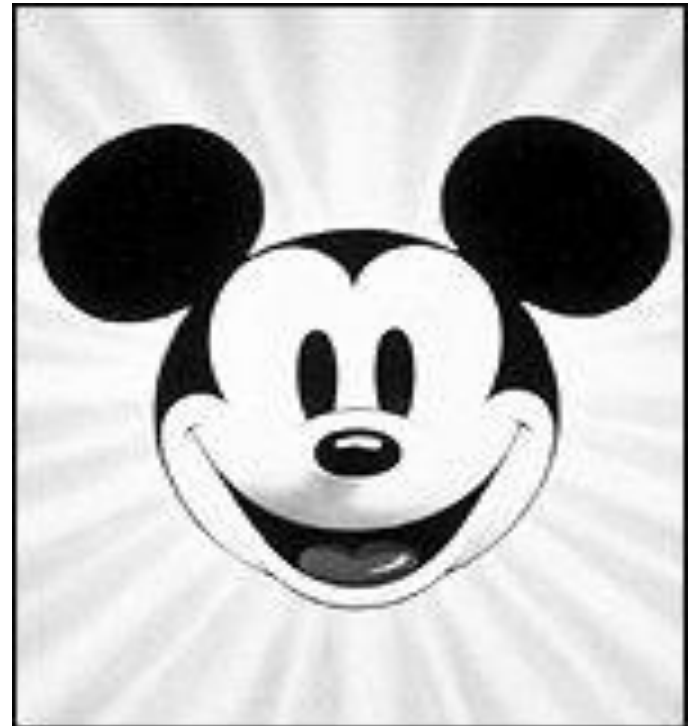
FACULTÉ DES SCIENCES  
ÉCONOMIQUES ET SOCIALES



**UNIL** | Université de Lausanne



# Big Data, un Big Brother privé?



# Toujours plus de données...



<http://youtu.be/btOFclgDG14>

# Big, c'est mieux?



- «Information junkfood»? (PARISER, 2011)

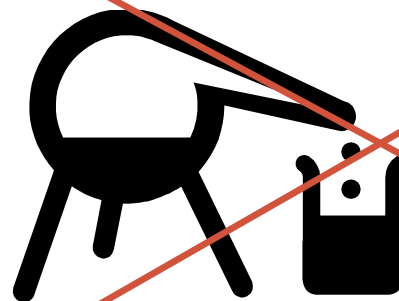
# Croisement des données





# Ma problématique

≠ Usage des données pour les sciences naturelles ou sociales



= Big Data en tant que réalité quotidienne et comme enjeu économique majeur, son utilisation commerciale, le Big Data pour mieux contrôler le «lien marchand» (CoCHOY 2012)



Google amazon.com



facebook



# Caractéristiques du Big Data

1. Stockage en masse de données dans des bases de données non-structurées ( $\neq$  bases de données relationnelles)
2. Algorithmes capable d'un traitement exhaustif, parfois en temps réel, pour prédire (VAYRE 2014)
3. Secteur privé le plus actif: récolte, analyse de données personnelles pour établir des corrélations entre les profils et les produits (le «Même», FOUCAULT 1966)





# Caractéristiques du Big Data

4. Données utilisées pour satisfaire finalités différentes des finalités annoncées pendant la récolte
5. Les données sont susceptibles d'être croisées avec celles d'autres bases de données
6. De grandes attentes des milieux économiques, qui voient les données comme « le nouvel or noir » (DUPONT 2015)



# Capitalisme informationnel

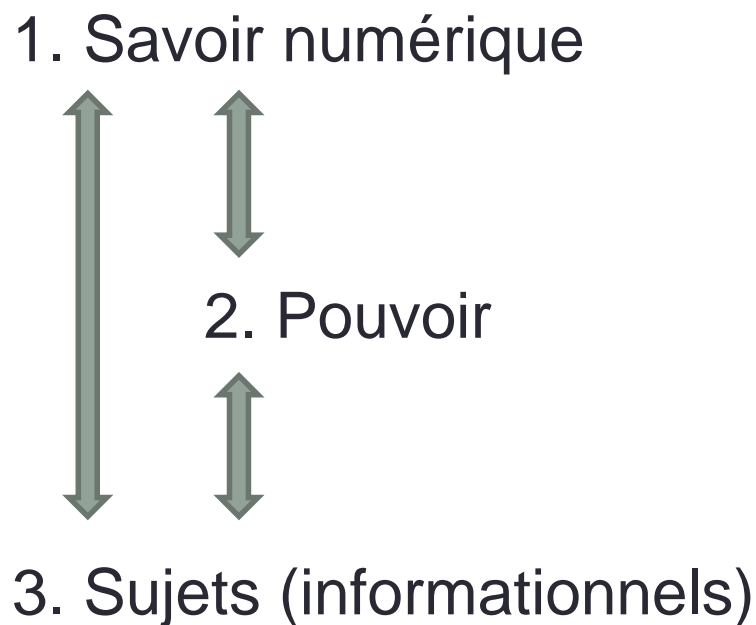
1. Pratiques: Au sens strict, la capitalisation de données (définition wébérienne), accumuler pour accumuler sans objectif préalable
2. Contexte: Capitalisme économique mondialisé reposant sur la collecte des données. Inscrire le Big Data dans son contexte économique et politique de production
3. Croyance: Transférabilité des données, comme donnée d'échange. Neutralisation du contexte et réification numérique
4. Conception de l'individu: Hyper-individualisme et individualisation de masse

# Vie privée: Quel consentement?

- Protection de la vie privée et des données reposent sur le consentement des utilisateurs
- Les utilisateurs doivent savoir ce qui va être fait des données qu'ils transmettent (LPD art. 4 al. 4)
- Ces données ne doivent pas être utilisées à d'autres fins (LPD art. 4 al. 3). Pas de récolte superflue (al. 2)
- Est-ce réaliste dans le contexte du Big Data et du capitalisme informationnel?



# Une épistémè numérique



- Big Data comme un savoir-pouvoir numérique (EWALD 2012) qui s'inscrit dans une épistémè numérique (FOUCAULT 1969)

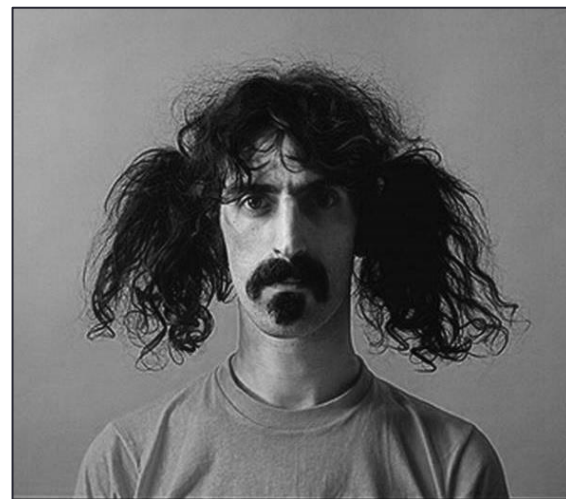
# 1. Big Data comme Savoir

- Type particulier de production de savoir  $\neq$  voies traditionnelles comme les sciences naturelles, la médecine ou les sciences sociales (FOUCAULT 1966)
- Recherches de corrélation, de similitudes... expliquer le lien de causalité n'est plus central (MAYER-SCHÖNBERGER & CUKIER 2013). Algorithmes de type datamining et KDD
- «Data-ism» comme idéologie et croyance (VAN DIJCK 2014) envers 1/ une «neutralité» des données, 2/ le fait que l'exhaustivité pallierait l'inexactitude des données

# Quel type de savoir?



JOE PYNE, Vietnam veteran:  
“So Frank, you have long  
hair. Does that make you a  
woman?”



FRANK ZAPPA, Musician:  
“You have a wooden leg.  
Does that make you a  
table?”



## 2. Big Data comme Pouvoir

- Le Big Data donne le pouvoir à des acteurs spécifiques de prendre des décisions pour augmenter les profits, prévenir des maladies, réduire les risques, etc.
- Quels sont les (nouveaux) acteurs de la production de ce savoir?
- Quelle légitimité pour ce savoir-pouvoir? Une «autorité rationnelle-légale» (WEBER 1968)? Qui se transforme en autorité technocratique?
- Un pouvoir hybride: au-delà des frontières privé/public (COLL 2013)
- Quelques exemples...

## Better nutrition for your family

is just a click away - with **FoodFlex**®

**It's  
Free!**

**FoodFlex**® is a online program exclusively for Club Card members.

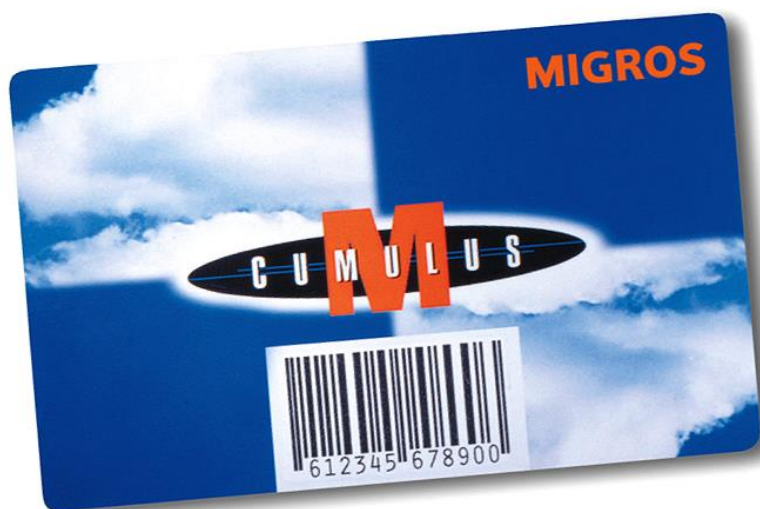
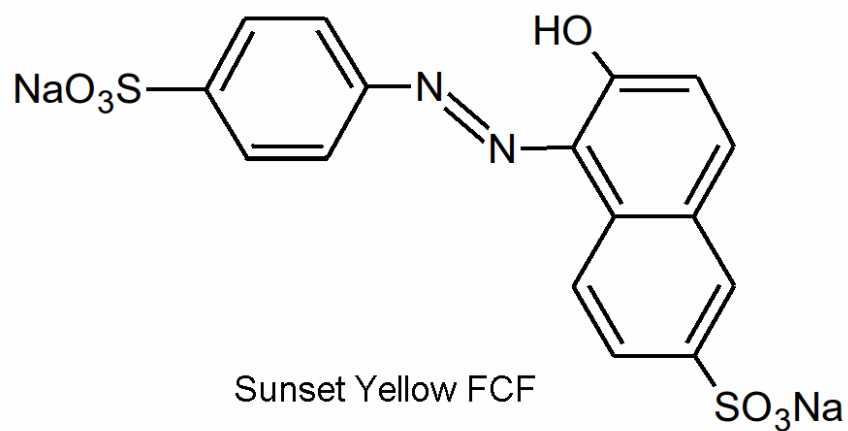
- ✓ See a nutrition snapshot of your Club Card purchases
- ✓ Find healthier options that are right for you
- ✓ Get customized tips from top nutrition experts



**Learn more** ►

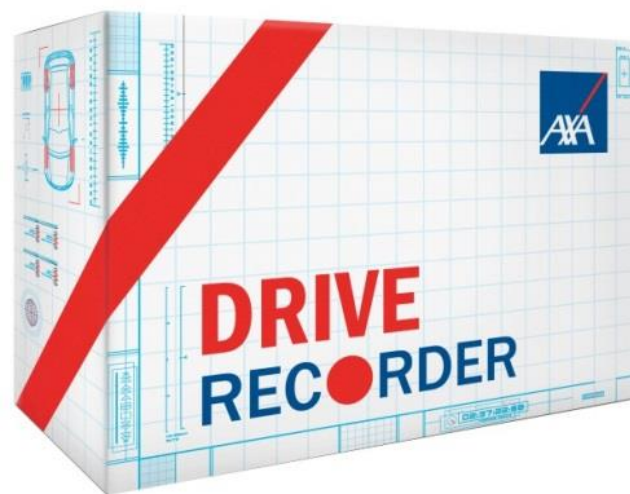


# Le cas du colorant sunset Yellow



# La «Discrimination parfaite»

- «La discrimination totale est la réponse à la discrimination» (un «Big Data Scientist»)
- «Vous en avez marre d'être discriminé? Prouvez-nous que nous avons tort!»
- Risques personnalisés, CRM, médecine personnalisée...  
le règne de la personnalisation





# Cassavetes aime-t-il Chuck Norris?

amazon [Join Prime](#) [Your Amazon.com](#) [Today's Deals](#) [Gift Cards](#) [Sell](#) [Help](#)

Shop by Department  All   Hello, [Sign in](#) [Your Account](#)

[Movies & TV](#) [New Releases](#) [Best Sellers](#) [Today's Deals](#) [Blu-ray](#) [Browse Genres](#) [TV Shows](#) [Amazon Instant Video](#) [Prime Instant Videos](#) [Your Video Library](#)

**HUSBANDS**  
"Husbands is an important and great film!"  
"A great, mindboggling film!"  
"A time capsule of its era - seen on the verge of a nervous breakdown."  
"A master of the top of his groundbreaking form. Never before had Cassavetes been this powerful and personal!"

## Husbands (Extended Edition) (1970)

[Ben Gazzara](#) (Actor), [Peter Falk](#) (Actor), [John Cassavetes](#) (Director) | Rated: PG-13 | Format: DVD

★★★★☆ (22 customer reviews)

List Price: ~~\$19.99~~  
Price: **\$9.99** & **FREE Shipping** on orders over \$25. [Details](#)  
You Save: **\$10.00** (50%)

**Only 14 left in stock (more on the way).**  
Ships from and sold by **Amazon.com**. Gift-wrap available.

**Want it tomorrow, June 25?** Order within **4 hrs 5 mins** and choose **One-Day Shipping** at checkout. [Details](#)

**32 new** from \$7.71 **9 used** from \$5.39

Watch Instantly with <b>amazon</b> instant video		Rent	Buy	
Husbands		\$2.99	\$9.99	
Other Formats & Versions		Amazon Price	New from	Used from
<input type="checkbox"/>	DVD Extended Edition	\$9.99	\$7.71	\$5.39

[Share your own customer images](#)

## Customers Who Bought This Item Also Bought

Page 1 of 25



[Hellbound / The Hitman / Forced Vengeance](#)  
Various



[Chuck Norris Collection \(Delta Force / Delta Force 2\)](#)  
Chuck Norris



[Action 4 Pack - Volume 2](#)  
Chuck Norris  
★★★★☆ (5)



[Lone Wolf McQuade / Hero And The Terror ...](#)  
Chuck Norris



# La «nouvelle star» aime-t-elle Debussy?

amazon [Join Prime](#) [Your Amazon.com](#) [Today's Deals](#) [Gift Cards](#) [Sell](#) [Help](#)

Shop by Department ▾ Search All ▾ american idol  Hello, [Sign in](#) [Your Account](#)

Music MP3 Vinyl Records AutoRip Today's Deals New Releases Best Sellers Advanced Search Recommendations Bro

Roll over image to zoom in

[Share your own customer images](#)

## Season 8

[American Idol](#) (Artist) | Format: Audio CD  
 ★★★★★☆ (26 customer reviews)

Price: **\$4.34** & **FREE Shipping** on orders over \$25. [Details](#)

**In Stock.**  
 Sold by [rooks and pawns](#) and **Fulfilled by Amazon**. Gift-wrap available.

**Want it tomorrow, June 25?** Order within **7 hrs 2 mins** and choose **One-Day Shipping** at checkout. [Details](#)

**34 new** from \$1.35   **22 used** from \$0.50  
**1 collectible** from \$14.75

Formats	Amazon Price	New from	Used from
<input type="checkbox"/> Audio CD, 2009	\$4.34	\$1.35	\$0.50

### Customers Who Bought This Item Also Bought

Mercury Living Presence II  
 Defeat Duran

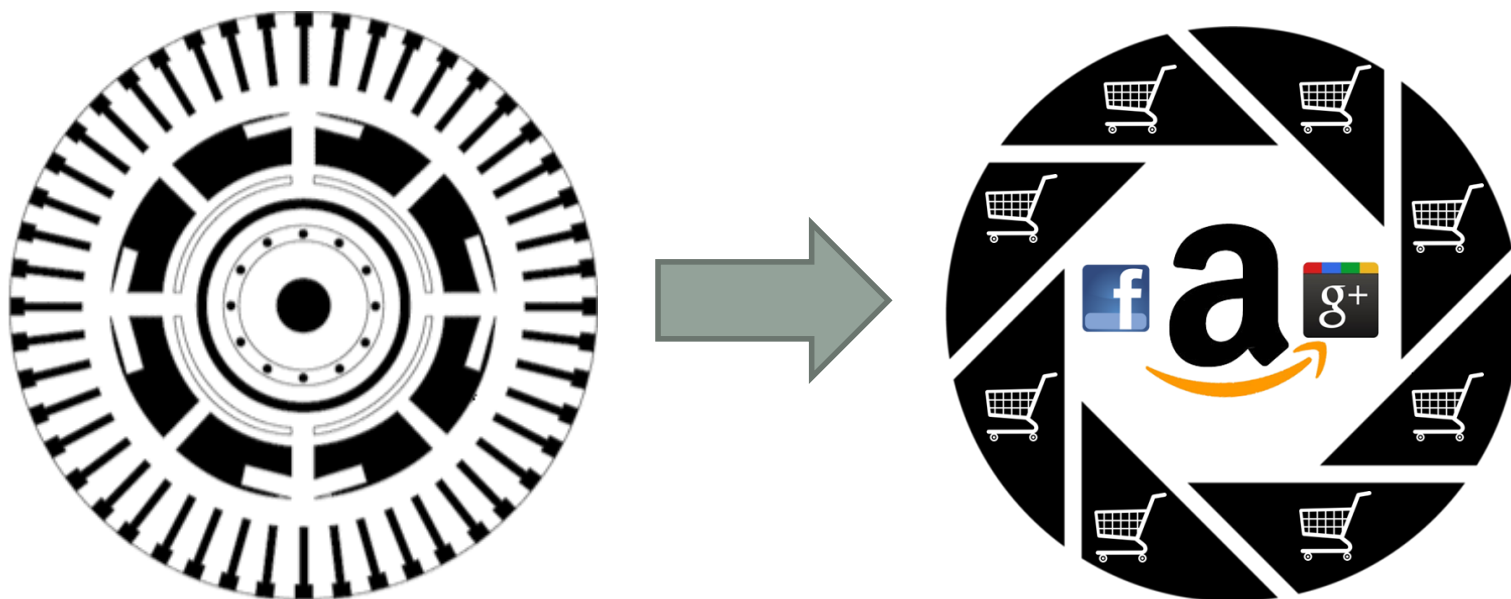
Richard Strauss Edition  
 Richard Strauss

The Debussy Edition  
 Claude Debussy



# Systemes de recommandation

- Basés sur le profil des utilisateurs (GANDY 1993)
- Une «machine de classification» (ELMER 2004)
- Une aliénation culturelle? Réduit la mobilité sociale, qui se base aussi sur le capital culturel (BOURDIEU 1979, LAHIRE 2004)



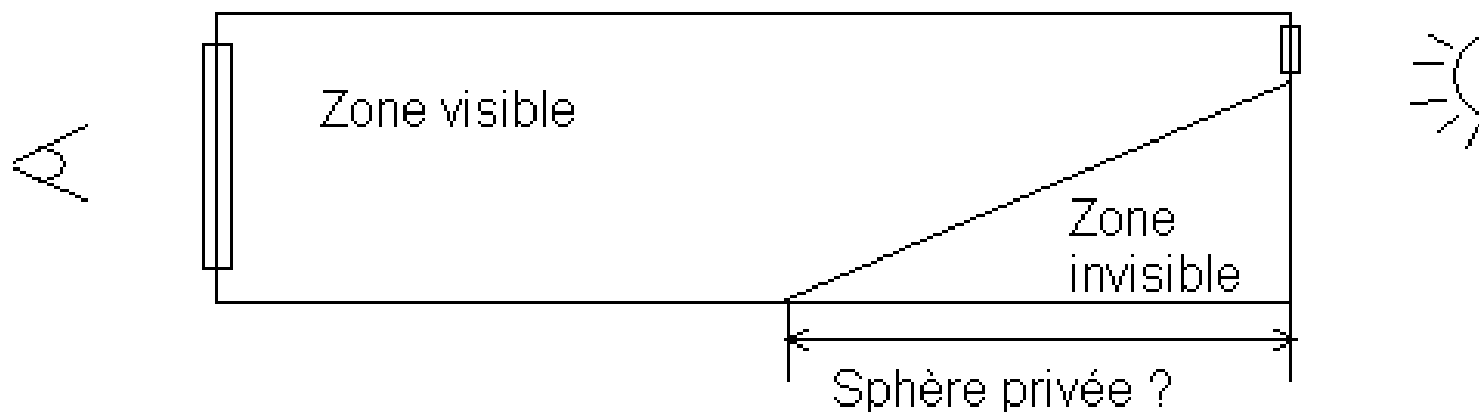
# Systemes de recommandation



- Douglas Stanhope @ Louie C.K. Saison 3 Episode 9

### 3. Les Sujets du Big Data

- *Last but not least*, les sujets transparents et disciplinés (COLL 2015)
- Ils ne «souffrent» pas du pouvoir, ils en font partie (FOUCAULT 1977)
- Comment se produisent-ils eux-mêmes en tant que sujets informationnels, mettant en pratique une vie privée compatible avec le capitalisme informationnel?



# Retour sur la vie privée

- Protection de la vie privée et des données reposent sur le consentement des utilisateurs (principe *d'autodétermination informationnelle*)
- Les utilisateurs doivent connaître ce qui va être fait des données qu'ils consentent à donner (principe de *bonne foi* et de respect de la *finalité*)
- Est-ce réaliste dans le contexte du capitalisme informationnel?



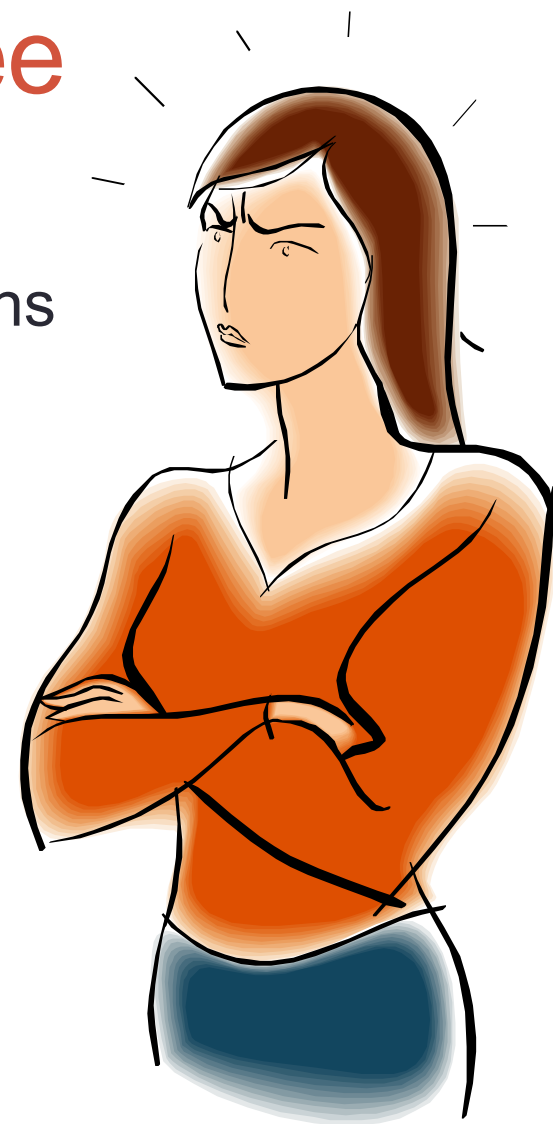
# Paradoxes de la vie privée

- Les gens veulent que l'on conserve leurs données personnelles!
- *«Pourquoi vous n'avez pas cette information? Je fais quoi maintenant avec mon mixer tout foutu?»*



# Paradoxes de la vie privée

- Dans les centres d'appels, les questions de contrôle, censées protéger la vie privée des clients, sont celles qui produisent des sentiments d'invasion
- *«C'est n'importe quoi! Vous êtes une banque ou quoi? Vous voulez aussi mon numéro de slip?»*





# La vision légale de la vie privée

- Une bulle informationnelle qui entoure chaque personne. Chacun contrôle qui peut y entrer et qui ne peut pas y entrer (STALDER, 2002)



# Vision des citoyens et utilisateurs

- Liberté, émotions, limites espace/temps, liberté de décision, information mais non nécessairement informatisées
  - «Mes relations privées»,
  - «Mes décisions personnelles»,
  - «Mon corps, ma santé»,
  - «Mon temps libre», etc.



# La vie privée comme expérience

- La vie privée comme expérience vécue au quotidien
- Ca gêne: appel tard le soir, montrer sa CI, répondre aux questions de contrôle, donner son âge, etc.
- Ca ne gêne pas: transmission automatique des achats quotidiens, analyse approfondie de ces achats par les entreprises



# La vision des GAFAs

- *“If you have something that you don’t want anyone to know, maybe you shouldn’t be doing it in the first place”*  
(Eric Schmidt, *The Guardian*, 11/1/10)



- *“Privacy no longer a social norm”*  
(Mark Zuckerberg, *CNBC*, 3/12/09)

# Définir la vie privée est politique!

- Qui a le pouvoir de définir ce qu'est la vie privée?
  - «Vous avez une vie privée, vous devez la protéger et nous allons vous dire comme le faire»
- Vie privée comme outil de gouvernance (COLL 2014)



*“Parler de la ‘sexualité’ **vie privée**’ comme d’une expérience historiquement singulière supposait aussi qu’on puisse disposer d’instruments susceptibles d’analyser, dans leur caractère propre et dans leurs corrélations, les trois axes qui la constituent: 1/ la formation des savoirs qui se réfèrent à elle, 2/ les systèmes de pouvoir qui en règlent la pratique, 3/ et les formes dans lesquelles les individus peuvent et doivent se reconnaître comme sujets de cette **sexualité vie privée** » (FOUCAULT, 1984)*

# Conclusion/Hypothèses

1. Du *big data* émerge un savoir basé sur la découverte de corrélations qui vise l'efficacité. Savoir instrumental, s'inscrivant dans la dynamique du capitalisme informationnel. Domination technocratique exercée par des acteurs économiques privés
2. Algorithmes informatiques, proposant un horizon de consommation conforme au profils, renforcent l'homogénéisation des groupes sociaux
3. Vie privée plus seulement un outil de protection. Outil de gouvernance incitant à adopter une « pratique de la vie privée », compatible avec le capitalisme informationnel



## SAMI COLL

SURVEILLANCE, BIG DATA ET VIE  
PRIVÉE



## LES CAROTTES ET LES CAPOTES DU SUPERMARCHÉ



En additionnant carottes et capotes à la caisse du supermarché, on peut tout savoir sur nous. Mais pour quoi faire? Nous récompenser? Nous surveiller? Le mercredi 9 février, je suis l'invité de l'émission [Babylone sur la chaîne Espace 2](#) de la RTS pour ouvrir le débat sur la question, entre vertige et émerveillement.



Publié le 9 février 2015 Poster un commentaire

## BIG DATA, TO MAKE THE WORLD A BETTER PLACE?



Below the transcription of my presentation at the Global Forum 2015. Thanks a lot to

# Merci beaucoup !



samicoll.wordpress.com  
sami.coll@unil.ch