

Table des matières

RESUME	5
SUMMARY	7
REMERCIEMENTS	9
TABLE DES MATIERES	11
TABLE DES ILLUSTRATIONS	15
1 CHAPITRE 1 – INTRODUCTION	17
1.1 PREAMBULE	17
1.2 PROBLEMATIQUE	22
1.3 DEMARCHE ET CONTRIBUTIONS APORTEES PAR CETTE THESE	24
2 CHAPITRE 2 – FOURSQUARE	29
2.1 CHECK-INS, AMIS, LIKES : LES DONNEES ACCUMULEES PAR FOURSQUARE	30
2.1.1 LE CHECK-IN, UNE DONNEE DE LOCALISATION LUDIQUE ET SOCIALE	31
2.1.2 LE CHECK-IN : DONNEE CLE DE LA PERSONNALISATION DES RECOMMANDATIONS	31
2.1.3 LA FIN DU CHECK-IN (OU SON AUTOMATISATION)	32
2.1.4 LE CHECK-IN : MINE D’OR DE FOURSQUARE	34
2.2 EXPLORE, LE MOTEUR DE RECOMMANDATIONS DE FOURSQUARE	35
2.2.1 L’IDENTIFICATION DE PATTERNS RELATIONNELS DANS LES DONNEES	35
2.2.2 TYPES DE PARAMETRES PRIS EN COMPTE PAR EXPLORE	37
2.2.3 POPULARITE ET PERSONNALISATION	38
2.2.4 LES LOGIQUES PROMOTIONNELLES INTERVENANT DANS LE RANKING	39
2.3 CONCLUSION DU CHAPITRE	41
3 CHAPITRE 3 – ETAT DE L’ART	43
3.1 ENJEUX LIES A LA DATAFICATION DU MONDE	43
3.1.1 « SPATIAL BIG DATA » : QUELQUES IMPLICATIONS DE LA DATAFICATION DES LIEUX	45
3.1.2 DATAFICATION DES INDIVIDUS ET DE LEURS PRATIQUES : ENJEUX	48
3.2 ENJEUX LIES A L’ORCHESTRATION ALGORITHMIQUE DE NOS QUOTIDIENNETES	56
3.2.1 AGENTIVITE ET POUVOIR DU CODE	57
3.2.2 ALGORITHMES ET TRI SOCIAL	62
3.3 CONCLUSION DU CHAPITRE	69
4 CHAPITRE 4 – CADRE CONCEPTUEL	71

4.1 RAFFESTIN, GEOGRAPHIE DU POUVOIR ET THEORIE DE LA TERRITORIALITE	71
4.1.1 UNE APPROCHE RELATIONNELLE DU POUVOIR ET DE LA TERRITORIALITE	72
4.1.2 LA RELATION A SOI CHEZ RAFFESTIN	74
4.2 AGENTIVITE ET MEDIATION DANS LA THEORIE DE L'ACTEUR-RESEAU	77
4.2.1 POUR UNE CONSIDERATION DU NON-HUMAIN EN SOCIOLOGIE	78
4.2.2 LA MEDIATION EN TANT QUE SCRIPT	80
4.2.3 DE L'USAGER FORMATE A L'ACTEUR-MONADE	81
4.2.4 LA CONCEPTION DE L'ESPACE POUR L'ANT	84
4.3 SLOTERDIJK, PENSEUR DE L'ESPACE, DES RELATIONS ET DES MEDIAS	86
4.3.1 HABITER DES SPHERES, HABITER DES ESPACES	86
4.3.2 SLOTERDIJK ET SES LIENS A RAFFESTIN ET LATOUR	88
4.3.3 ECUMES	92
4.4 CONCLUSION DU CHAPITRE	95
 5 CHAPITRE 5 – METHODOLOGIE	 99
5.1 PREAMBULE	99
5.2 DEMARCHE ET METHODE	100
5.2.1 CHOIX D'UNE DEMARCHE QUALITATIVE DANS UN CONTEXTE OU S'IMPOSE LA « DATA SCIENCE »	100
5.2.2 CHOIX DE LA METHODE DE L'ENTRETIEN SEMI-DIRECTIF	102
5.3 PREMIER TERRAIN AUPRES DE DEVELOPPEURS D'APPLICATIONS EN SUISSE	104
5.3.1 LISTE DE MES INTERLOCUTEURS	104
5.3.2 GUIDE D'ENTRETIEN	106
5.3.3 DIFFICULTES ET LIMITES	107
5.4 DEUXIEME TERRAIN AUPRES DES UTILISATEURS DE FOURSQUARE	107
5.4.1 CHOIX DE NEW YORK COMME CADRE DE MON ETUDE	107
5.4.2 RECRUTEMENT DE MES INTERLOCUTEURS	108
5.4.3 PROFIL DE MES INTERLOCUTEURS	111
5.4.4 GUIDE D'ENTRETIEN	118
5.4.5 DIFFICULTES ET LIMITES	120
5.5 CONCLUSION DU CHAPITRE	123
 6 CHAPITRE 6 – RESULTATS – ARTICLE 1	 125
6.1 INTRODUCTION	125
6.1.1 APPROCHE	126
6.2 CHANCES ET RISQUES LIES A LA GEOLOCALISATION	126
6.2.1 DU « LOCATION-AWARE » AU « USER-AWARE » : A LA RECHERCHE DE L'INFORMATION PERTINENTE	126
6.2.2 DES MOBILITES INTELLIGENTES ?	127
6.2.3 UNE INTELLIGENCE A DOUBLE TRANCHANT	128
6.2.4 EXPERTISE TECHNIQUE ET COALITIONS D'AUTORITES EN MATIERE DE MOBILITE INTELLIGENTE	129
6.3 ROLE DU DEVELOPPEUR	130
6.3.1 SAVOIR-FAIRE ET AUTORITE DU DEVELOPPEUR	130
6.3.2 LA PRODUCTION D'UNE APPLICATION : DES ASSOCIATIONS COMPLEXES	132
6.4 RENDRE COMPTE DES RISQUES LIES AUX APPLICATIONS	133

6.4.1 LES RISQUES D'ATTEINTE A LA SPHERE PRIVEE DE L'UTILISATEUR	133
6.4.2 LES RISQUES DE PROFILAGE ET DE « SOFTWARE-SORTING »	135
6.5 RESPONSABILITE DU DEVELOPPEUR	137
6.5.1 TRANSFERT DE RESPONSABILITE	137
6.5.2 REGULATIONS POSSIBLES	138
6.6 CONCLUSION	140
 7 CHAPITRE 7 – RESULTATS – ARTICLE 2	 143
7.1 RESUME	143
7.2 INTRODUCTION	143
7.2.1 DESCRIPTION DES OBJETS D'ETUDE	145
7.2.2 METHODOLOGIE	145
7.2.3 PROBLEMATIQUE	147
7.3 ANALYSE	148
7.3.1 GOOGLE NOW, MYND, FOURSQUARE : INSTRUMENTS D'UNE NAVIGATION « SUR MESURE »	148
7.3.2 TRACES NUMERIQUES ET ATTEINTES POTENTIELLES A LA SPHERE PRIVEE DE L'UTILISATEUR	152
7.3.3 PERSONNALISATION ET PROFILAGE : ENTRE-SOI ET ERREURS D'APPRECIATION DES LOGICIELS	155
7.4 CONCLUSION	157
 8 CHAPITRE 8 – RÉSULTATS – ARTICLE 3	 159
8.1 INTRODUCTION	159
8.2 SITUATING THE PERSONALISATION OF GEOGRAPHICAL INFORMATION	161
8.2.1 CONTEXT OF EMERGENCE	161
8.2.2 'SOFTWARE-SORTED GEOGRAPHIES' AND 'FILTER-BUBBLES'	161
8.3 THE CONCEPTUAL FRAMEWORK	162
8.4 THE CASE STUDY AND METHODOLOGY	163
8.5 WHAT MEDIATES USERS' AUGMENTED REALITIES?	165
8.5.1 THE FIRST MEDIATOR: THE ACTIVITY OF OTHER USERS AND THE CONTENT THEY PRODUCE	165
8.5.2 THE SECOND MEDIATOR: FOURSQUARE'S PERSONALISATION ALGORITHMS	166
8.6 LIVING IN BUBBLES: USERS' EXPERIENCES OF PERSONALISED AUGMENTED REALITIES	167
8.6.1 PERSONALISED AUGMENTED REALITIES AND THE CONSUMPTION OF PLACES AND NEIGHBOURHOODS	167
8.6.2 EXPERIENCING AUGMENTED REALITIES IN QUALITATIVELY DIFFERENT WAYS	168
8.7 CONCLUSION	170
 9 CHAPITRE 9 – RÉSULTATS – ARTICLE 4	 173
9.1 ABSTRACT	173
9.2 INTRODUCTION	173
9.3 QUESTIONING SOFTWARE SORTING	174
9.4 AMBIGUITIES OF ALGORITHMIC LIFE	176
9.5 FOURSQUARE CASE STUDY	177
9.6 SLOTERDIJK'S THEORY OF SPHERES	178
9.6.1 MEDIATED CO-INHABITATION	178
9.6.2 FOAM	179

9.7	LIVING THE EGOSPHERE	181
9.7.1	THE UNINTENTIONAL ISLANDER	182
9.7.2	ISLANDERS BY CONVICTION	183
9.8	LIVING THE SOCIAL FOAM	185
9.8.1	CALCULATED PUBLICS: UNKNOWN OTHERS	186
9.8.2	FRIENDS: KNOWN OTHERS	188
9.9	CONCLUSION	190
9.9.1	AMBIGUITIES OF CO-ISOLATION	190
10	CHAPITRE 10 – CONCLUSION	193
10.1	LES GRANDES CONTRIBUTIONS DE CETTE THESE	194
10.1.1	UNE APPROCHE PAR LA MEDIATION	194
10.1.2	UNE APPROCHE EMPIRIQUE QUI PERMET D’INTERROGER LA QUESTION DU POUVOIR A L’ERE NUMERIQUE	196
10.1.3	UN CADRE CONCEPTUEL POUR PENSER LA MEDIATION TECHNIQUE ET LA VIE DANS LE MEDIA	198
10.2	COMMENT FOURSQUARE MEDIATISE-T-ELLE LES RELATIONS DE SES UTILISATEURS A LA VILLE ? LES GRANDS RESULTATS DE MON ETUDE	199
10.2.1	RELATIONS A L’ESPACE	199
10.2.2	RELATIONS A L’ALTERITE	201
10.2.3	RELATIONS A SOI-MEME	203
10.3	PISTES FUTURES	205
10.3.1	FOURSQUARE ET L’INCERTAIN : LES TEMPORALITES DE LA MEDIATION	205
10.3.2	CREUSER LES DIFFERENCIATIONS SOCIALES QUE FOURSQUARE MET EN ŒUVRE	207
10.3.3	SUIVRE D’AUTRES ACTEURS QUE LES UTILISATEURS	208
11	ANNEXES	211
11.1	DEMARCHÉ BOULE DE NEIGE – LES INTERVIEWS REALISEES POUR CETTE THESE	213
12	BIBLIOGRAPHIE	215