



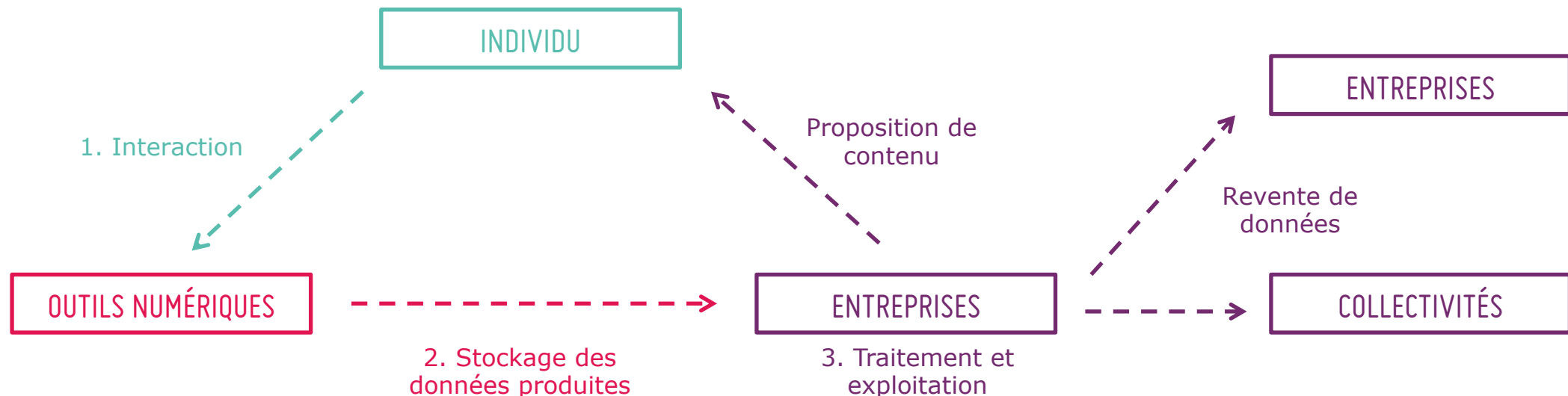
# IDENTITÉ NUMÉRIQUE

INTRODUCTION AU SUJET

# QU'EST-CE QUE L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE ?



"L'identité numérique se caractérise par les **traces que nous laissons** (identifiants, adresse IP, email, mots de passe, pseudo, données personnelles, administratives, bancaires, photos, avatars, tags, liens, publications) ainsi que le **reflet de ces traces stockées et analysées** par les moteurs de recherche et navigateurs web." (Gille & Marchandise, 2013)



**Par nos interactions avec des outils numériques, nous produisons des données** qui nous sont personnelles. Ces données peuvent-être des informations que nous sommes seuls à connaître (identifiants bancaires, recherches sur GPS) ou que nous partageons avec d'autres (blogs, réseaux sociaux, forums, messageries). Dans tous les cas, elles sont stockées sur les serveurs des entreprises fournissant l'outil numérique que l'individu utilise.

# PAR QUELS OUTILS PRODUISONS-NOUS NOS DONNÉES ?



## VIE QUOTIDIENNE

### PAIEMENT



### ACHATS EN LIGNE



### BANQUES



### ADMINISTRATION



## INTERACTIONS SOCIALES

### RÉSEAUX SOCIAUX



### MESSAGERIE INSTANTANÉE



### MESSAGERIE ÉLECTRONIQUE



### BLOGS



### FORUMS



## ASSISTANCE

### GPS



### ASSISTANT VOCAL



## AUTRES

### RECONNAISSANCE BIOMÉTRIQUE



### DIVERTISSEMENTS

NETFLIX



\*présentation non exhaustive (exemples d'outils)

# POURQUOI PRODUISONS-NOUS DES DONNÉES ?

## - L'EXEMPLE DES RÉSEAUX SOCIAUX



### IDENTITÉ IRL (IN REAL LIFE)

Ma simple présence physique affirme  
aux autres mon existence  
=> **J'existe car je suis**

### IDENTITÉ NUMÉRIQUE

Pour exister, je dois laisser des traces de ma  
présence (messages, photos, likes, etc.)  
=> **J'existe car je fais**

Les réseaux sociaux font apparaître les posts les plus récents en premier

⇒ Ces réseaux **stimulent des comportements compulsifs** de publications, de commentaires et de likes car pour continuer d'y exister aux yeux des autres, il faut sans cesse apparaître sur leurs écrans.

Sur ces réseaux, **l'identité numérique peut être divisée en trois parties :**

**L'identité déclarative** qui se compose de données saisies par l'utilisateur (nom, informations personnelles, photographies, posts).

**L'identité agissante** qui montre les activités de l'utilisateur via les notifications ("x et y sont maintenant amis" ; "x a réagit à votre publication")

**L'identité calculée** qui se manifeste par des éléments quantifiés (nombre d'amis, de groupes, de likes, etc.)

Les identités agissantes et calculées sont créées par le réseau social. L'individu va se fier aux informations que ces identités lui fournissent pour agir et réagir, recréant ainsi plus de données

# QUEL IMPACT DU NUMÉRIQUE SUR NOS COMPORTEMENTS ?



## - LE CAS DE GOOGLE MAP

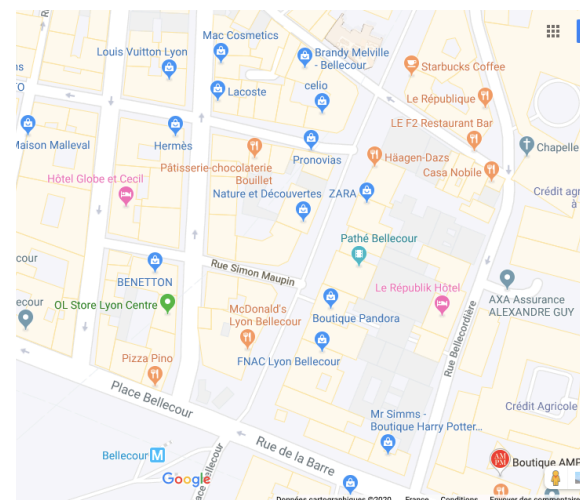
Google relègue la **rue de la République** au rang de rue **secondaire** (trait fin) **parce** qu'elle est **piétonne** alors qu'il s'agit d'un axe principal. Un touriste qui ne consulterait que la carte ne verrait alors pas d'intérêt à visiter cette rue

Google fait apparaître **certaines enseignes en priorité** car celles-ci paient cette visibilité, **ce qui va orienter les comportements** des utilisateurs qui vont se diriger plutôt vers ces enseignes tandis que Open Street Maps ne fait pas de différences entre les enseignes (point violets)

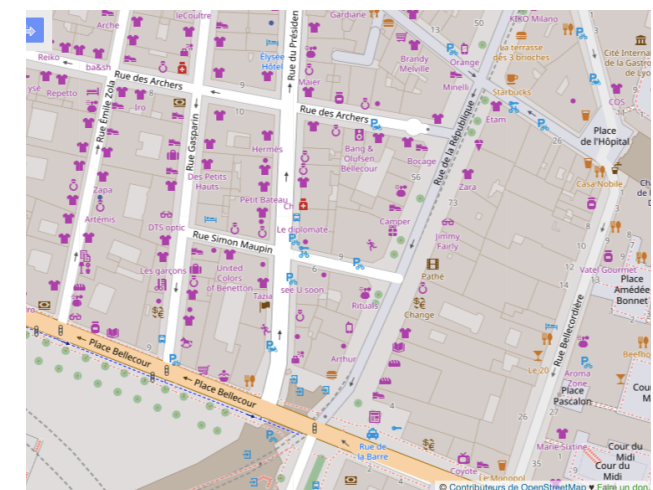
Ce service Google étant gratuit, ceci est un moyen pour lui de réaliser des bénéfices

On remarque cette même mise en avant de certaines enseignes en zoomant sur la carte. Les utilisateurs sont ainsi influencés dans leurs comportements puisque **certains choix** leurs **sont proposés par défaut** contrairement au concurrent qui montre tous les choix au même niveau

### GOOGLE MAPS



### OPEN STREET MAP

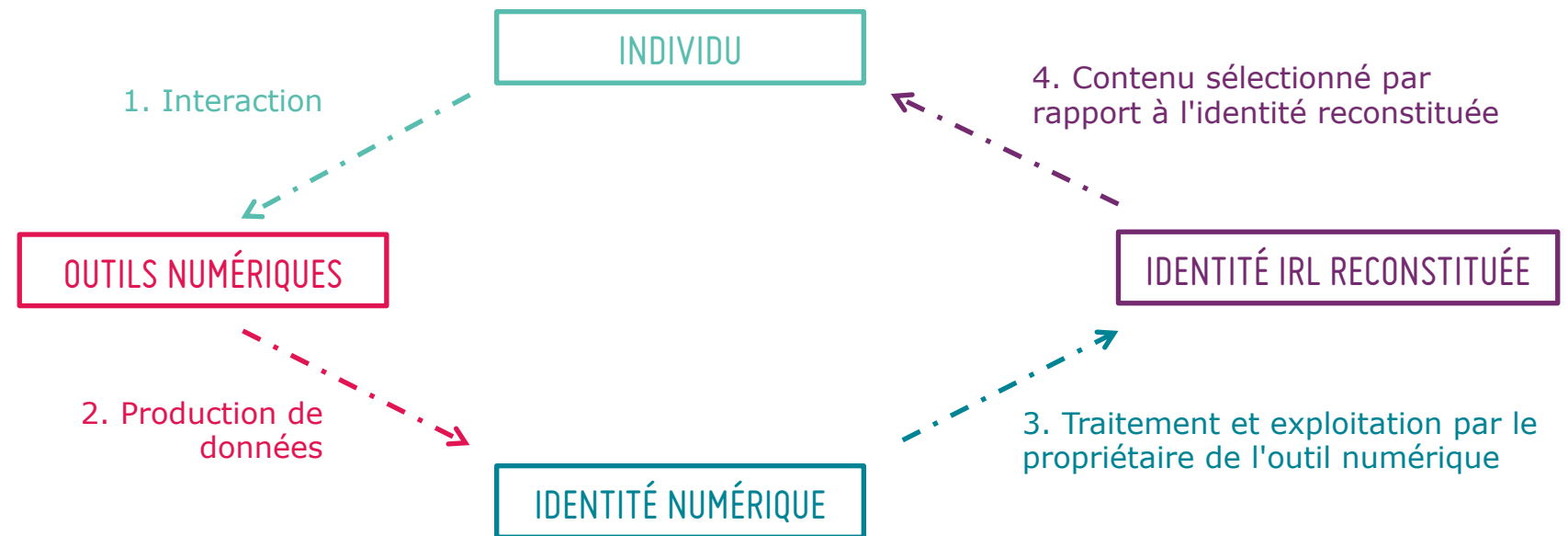


<https://medium.com/@vvraiment/https-medium-com-vvraiment-espace-public-google-a-les-moyens-de-tout-gacher-2ab92ac11df4>

# LE CHANGEMENT DE NOTRE IDENTITÉ VIA NOTRE IDENTITÉ NUMÉRIQUE



Selon ce qu'un outil numérique nous présente, nous traiterons des informations différentes qui, de ce fait, provoqueront des comportements différents



## EXEMPLE 1 : GOOGLE MAP

- Les enseignes mises en avant sur la carte auront plus de chance de recevoir notre visite
- La taille des rues peut affecter notre désir de les emprunter ou non

## EXEMPLE 2 : LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Nous allons interagir en fonction de ce que le réseau décidera de nous envoyer en notification
- Pour rester visible et exister aux yeux des autres, il nous faut interagir (likes, partages) et poster de nouvelles informations
- Nous aurons des désirs et pensées différentes selon les publicités et posts que le réseau décidera de nous montrer (exemple du scandale Cambridge Analytica sur Facebook dans lequel certains utilisateurs étaient exposés à des contenus précis afin de les inciter à voter l'un des candidats aux élections américaines)