



IDENTITÉ NUMÉRIQUE

...ET TRACES NUMÉRIQUES

L'identité numérique est le terme employé pour désigner le profil numérique d'un internaute constitué de données et de métadonnées.

On parle de traces volontaires, involontaires et héritées pour qualifier les composantes de notre identité numérique.



Votre identité numérique c'est donc l'ensemble de vos communications sur Facebook, WhatsApp, vos photos, tags, liens, avis, commentaires sur les médias sociaux, vos mails, itinéraires routiers, nom et coordonnées personnelles, administratives, bancaires, professionnelles, toutes les spécifications techniques de vos appareils et logiciels...

Bref, tout ce qui constitue votre ADN numérique !



L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE

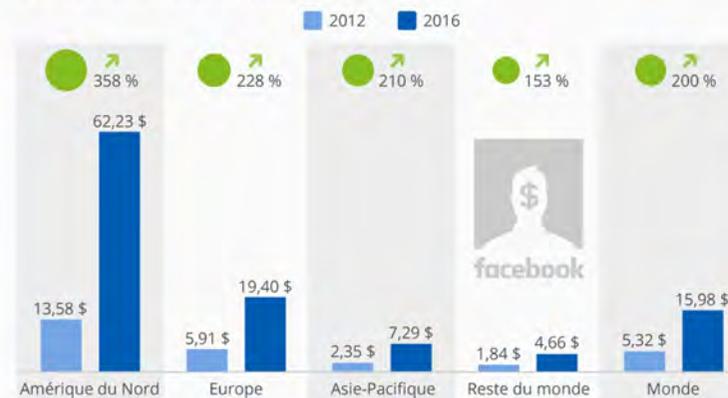
AU DÉFI DU NUMÉRIQUE

Lire, écrire, agir, réagir, s'informer, partager, s'exposer, donner son opinion sur Internet constituent les activités quotidiennes de milliards d'utilisateurs dont l'identité se construit à grande vitesse au rythme d'une publication continue d'informations. Les techniques offertes par les médias sociaux sont toujours plus intuitives dans l'objectif d'accroître le trafic sur leurs plateformes. Pour ce faire, des entreprises comme Google ou Facebook disposent d'une transparence totale sur notre identité numérique.

Le commerce de l'identité numérique rapporte gros aux GAFAM. En 2016, un américain fait gagner environ 62\$ à Facebook contre 20\$ pour un européen.

Combien rapportez-vous à Facebook ?

Chiffre d'affaires moyen de Facebook par utilisateur





L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE

AU DÉFI DU NUMÉRIQUE

L'identité numérique soulève la question de l'expression de soi : qu'a-t-on réellement envie de raconter, montrer, partager en ligne que l'on ne ferait pas en dehors de la sphère numérique et pourquoi ?

Lieu d'exposition des internautes en quête ou non de reconnaissance, espace d'échange et source d'information, Internet permet de composer et recomposer sans cesse le contenu que nous créons en nous invitant à la créativité pour une "expérience enrichie de navigation" synonyme de profilage identitaire.



DROIT À L'OUBLI

EFFACEMENT OU DÉRÉFÉRENCEMENT ?

En 2014, un arrêt de la Cour de justice de l'Union Européenne adopte le droit à l'oubli pour les internautes qui demandent à voir les résultats de requête portant sur leur nom supprimés.

En 4 ans, Google a reçu plus de 650 000 demandes dont moins de la moitié a abouti en raison d'un arbitrage en faveur du droit à l'information invoqué par le géant du Web.

En réalité le droit à l'oubli consiste à déréférencer un internaute et non à supprimer les contenus ayant été écrits sur eux ou par eux. Seules 9% des requêtes portant sur les données sensibles - coordonnées personnelles ou informations médicales - aboutissent à 90%.



L'INFORMATION AUX MAINS DES MÉDIAS SOCIAUX

En juin 2018, Facebook compte 33 millions d'utilisateurs français dont la majorité de l'activité consiste à créer et à relayer du contenu dans un flux qui mélange les genres entre divertissement et information. Une étude de l'Université d'Oxford montre que la majorité des 50 000 répondants à leur enquête utilise les réseaux sociaux comme porte d'entrée à l'information avec Facebook en tête.

Le modèle économique et le rapport entre lecteur et producteur de l'information sont sensiblement modifiés, d'une information gérée par une rédaction à une information organisée par des algorithmes informatiques.



L'INFORMATION AUX MAINS DES MÉDIAS SOCIAUX

Nouveaux décideurs de l'organisation informationnelle, les algorithmes ont contraint la Presse à s'aligner sur les processus de sélection de l'information des GAFAM pour conserver leurs choix éditoriaux et leur visibilité.

Une information fractionnée, compartimentée, qui participe de notre bulle Internet toujours plus personnalisée.

En plus de modifier les canaux de distribution, Facebook et Google obligent les rédactions à adopter la mise en forme propre à leur référencement. Google et en particulier Facebook choisissent quelles informations vous distribuer, à quelle fréquence et sous quel format. Même si l'on s'abonne au flux d'un quotidien, nous ne recevons pas toutes ses publications.

Aujourd'hui, l'information est en surabondance mais elle fait face au nouveau défi du filtrage automatique et à de nouveaux monopoles.



ZOOM SUR *FACEBOOK*

- ✓ Que vous soyez connecté ou non à ses services, Facebook collecte vos données depuis d'autres websites et applications via :
 - > les plugins sociaux qui permettent de se connecter, liker et partager en cliquant sur des boutons dédiés;
 - > des morceaux de code directement intégrés dans les pages internet de vos sites préférés pour collecter et remonter des informations à leurs créateur et par la même occasion aux services de Facebook;
 - > des publicités issues de la régie publicitaire Facebook qui, en plus d'apporter de l'argent à Facebook et à leur intégrateur, épient vos faits et gestes.
- ✓ En plus de collecter, traiter et revendre vos données personnelles, Facebook les utilise pour réaliser un certain nombre d'expériences dans ses laboratoires. En choisissant de n'afficher que les messages positifs ou négatifs de profils sélectionnés, Facebook a étudié les variations de comportement et d'humeur des cercles d'amis. L'Université de Princeton à l'origine de ces révélations a indiqué que ces méthodes visent à expérimenter le contrôle des émotions.