



Toutes nos activités sur le web laissent des traces ; l'individu devient une « collection de traces qu'il ne maîtrise pas » (M. Türk).

Les traces numériques peuvent être :

- Intentionnelles (publiées) : message, photo, commentaire, évaluation, coordonnées... contenus générés par les utilisateurs eux-mêmes OU par un tiers (identité numérique passive)
- non-intentionnelles :
  - techniques : IP, cookies, historique de navigation (parcours), requêtes, préférences, achats, statistiques de connexion....

### anticiper sa traçabilité

- présence numérique : savoir déposer des traces



## 1. Compléments sur les traces intentionnelles

Les traces intentionnelles sont produites par des personnes physiques, dans un contexte défini. Elles permettent de reconstruire ce contexte a posteriori pour celui qui sait les lire. Mais la reconstruction du contexte devient difficile ou impossible pour la majorité des personnes ayant accès aux traces, et dépend des intentions et de la culture de chacun (ex. : photo de fêtes entre amis... l'interprétation est différente selon que je sois le sujet de la photo – réactivation de la mémoire de l'événement, souvenirs positifs - ou un éventuel employeur - confrontation entre l'impression dégagée par la photo et le besoin en terme de profil recherché...)

## 2. Web 2.0 : hypermnésie et redocumentarisation

Les traces numériques sont potentiellement indélébiles parce que reproductibles à l'infini (ex : la publication d'un statut sur Facebook implique son enregistrement sur un serveur en deux fois, le statut lui-même, et la copie de sauvegarde. De la même manière, taguer une photo revient à l'enregistrer à un autre endroit que son emplacement d'origine) = hypermnésie du web.

Elles sont accessibles à tous dans le contexte du web 2.0.



Elles sont combinables : les données stockées, dupliquées, croisées forment des métadonnées qui permettent de profiler l'individu : on parle de redocumentarisation de l'individu

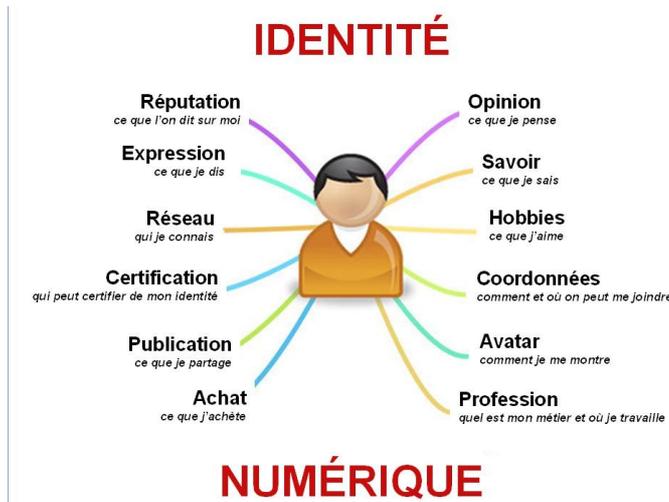
| Exemple     | géolocalisation                    | recherche sur Google              |
|-------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| données     | longitude, latitude, horaire, lieu | requête                           |
| métadonnées | quel lieu pour faire quoi ?        | historique de toutes les requêtes |

## DENTITE NUMERIQUE

### 1. Définition

L'identité numérique doit se comprendre comme l'image de soi, l'expression de soi, qui intègre désormais tous les comportements, tous les usages du numérique qui sont enregistrés. (A. Stalder)

L'identité numérique d'un individu est composée de données formelles (coordonnées, certificats...) et informelles (commentaires, notes, billets, photos...). Toutes ces bribes d'information composent une identité numérique plus globale qui caractérise un individu, sa personnalité, son entourage et ses habitudes. Ces petits bouts d'identité fonctionnent comme des gènes : ils composent l'ADN numérique d'un individu. (F. Cavazza)



## 2. Les différentes facettes de l'identité numérique

- La **publication**, avec des plateformes de blog (WordPress, Blogger), de wiki (Wikipedia), de quest. / réponse (Quora) ;
- Le **partage**, notamment de vidéos (YouTube, Dailymotion), photos (Flickr, Instagram...), liens (Delicious), musique (Deezer), documents...
- Le **jeu**, avec des gros éditeurs (Zynga, Playdom...), des plateformes dédiées (Hi5...) et des éditeurs plus petits ;
- La **rencontre**, qu'elle soit professionnelle (LinkedIn, Viadeo...), personnelle (MySpace, Badoo...), ou pour les anciens (MyYearBook...)
- L'**achat**, avec des plateformes de customer intelligence (Bazaarvoice, PowerReviews), de partage (Pinterest...), de recommandation (Hunch) ;
- La **localisation**, qui fonctionne surtout sur les terminaux mobiles avec des services de géolocalisation (Foursquare...), des city guides sociaux (DisMoisOu...)

## Social Media Landscape 2016

