

1 heure pour :

L'identité numérique

visibilité et e-réputation sur le web

Jeanine Martelli et Anne-Sophie Grenier

Journées du réseau DV IST 9 avril 2013 INRA



Début 2012, il y avait 2,3 milliards d'internautes dans le monde, soit plus d'un tiers de la population de la Terre

Information

Communication

Divertissement

Création

Transaction

Surf

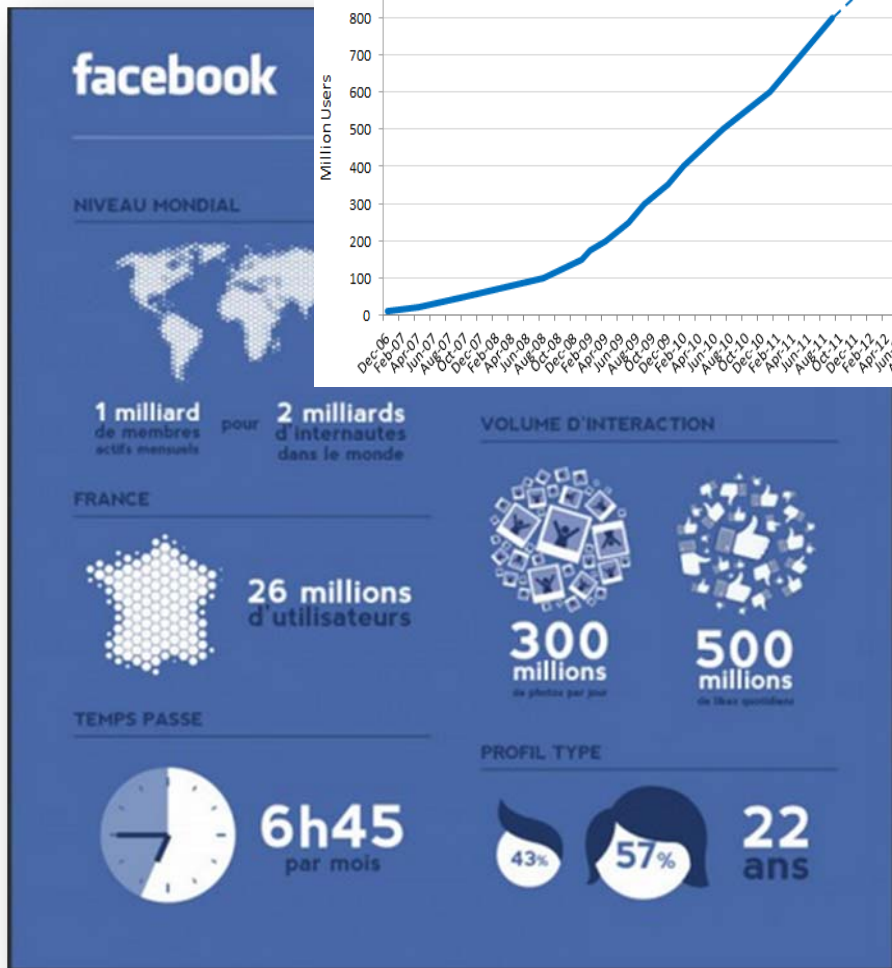


Les internautes et le Web 2.0

En 2005, la révolution web 2.0 :
on offre maintenant la possibilité
aux utilisateurs de passer du
statut de spectateur à celui
d'acteur.



FredCavazza.net : Web 2.0 : le putsch des utilisateurs.



Les buzz démarrent au quart de tour, et on comprend qu'une e-réputation puisse ainsi s'écrouler en un rien de temps.

[Laurent S. Eclairer ma lanterne.](#)

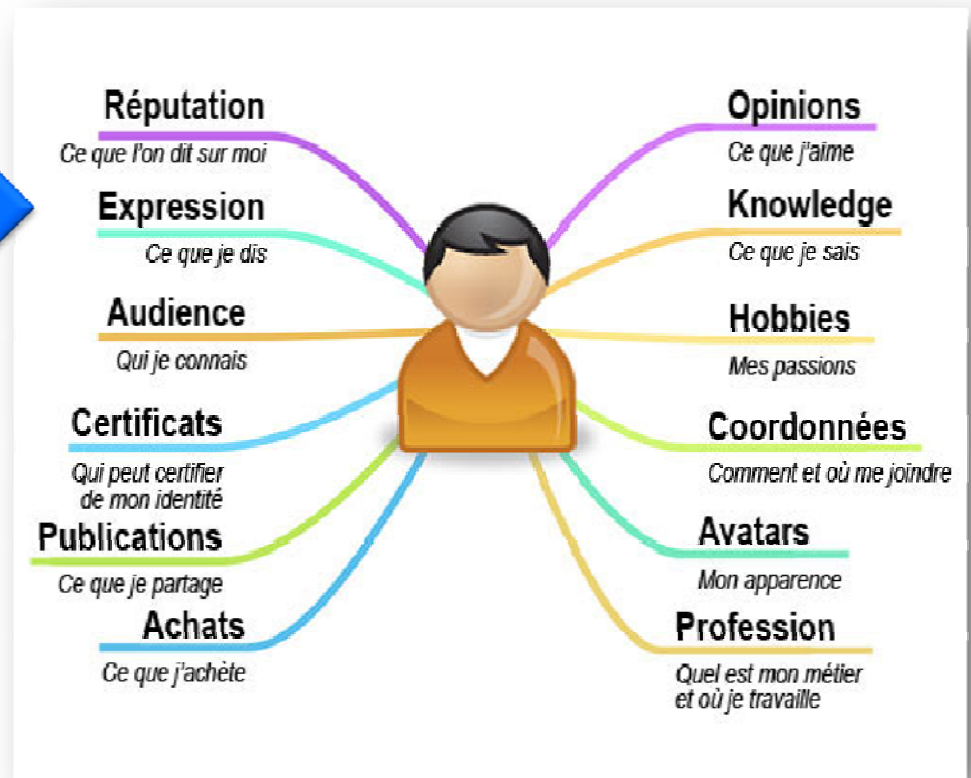
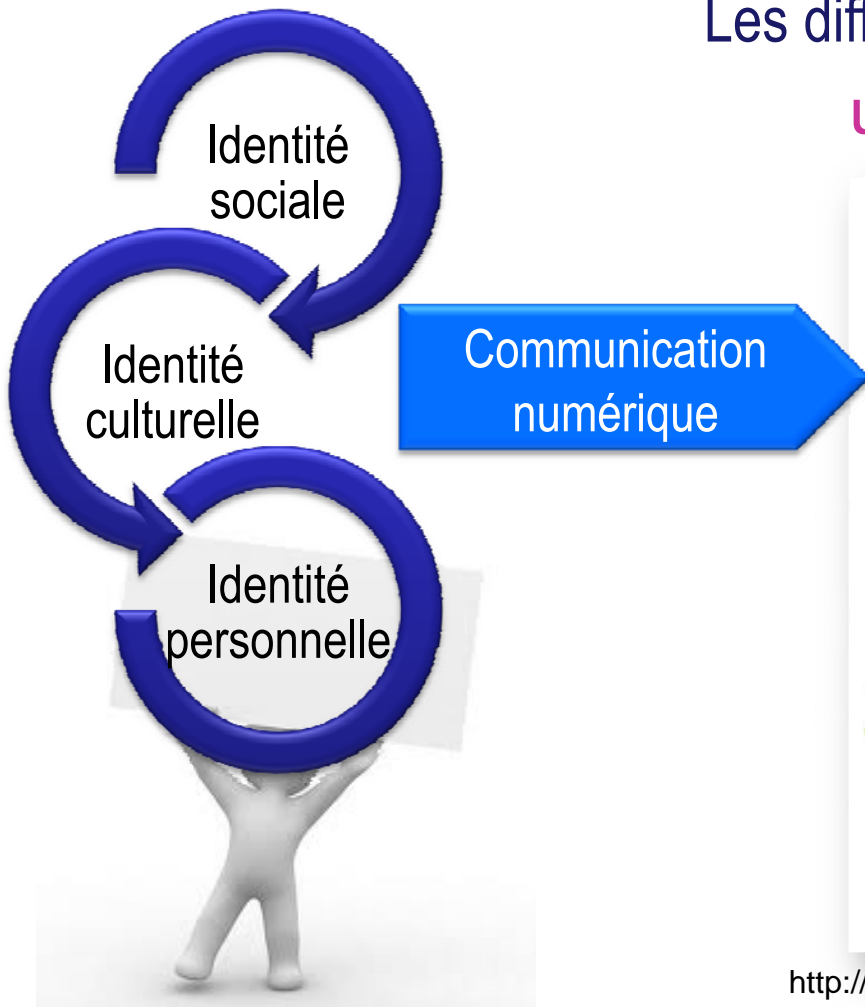


Source: L'autre Média: <http://www.lautremedia.com/medias-sociaux/infographie-que-est-il-passe-sur-les-medias-sociaux-en-2012/> et wngsolutions.tumblr.com

- ▶ «Avec Internet, il n'y a plus d'inconnus. Inutile de débrancher votre ordinateur, inutile de résilier votre abonnement à Internet, il suffit que votre voisin, votre collègue ou un ami publie des informations ou son opinion sur vous et vous ne serez plus un inconnu. Internet est une place publique mondiale sur laquelle va se construire votre image de marque. ... On ne choisit pas d'avoir une marque personnelle. Tout le monde en a une : positive, neutre ou négative. Grâce ou à cause d'Internet selon le point de vue, elle deviendra tôt ou tard publique et accessible mondialement. Si vous ne définissez pas votre marque personnelle, ce sont les autres qui la définiront pour vous et il y a des risques qu'elle ne vous corresponde pas.» [Le Blog d'Olivier Zara](#)

L'identité personnelle et le Web

Les différentes facettes de l'identité sur internet
une identité numérique complexe



<http://www.netpublic.fr/2012/12/identite-numerique-internet-responsable/>

L'identité numérique

- ▶ L'ensemble des activités qu'un usager réalise sur Internet contribue à définir son identité numérique
- ▶ L'identité numérique d'un usager se construit à partir de plusieurs éléments

Les données personnelles associées au(x) profil(s)

Les informations publiées sur le web

Les informations que d'autres publient à notre sujet

Les traces laissées consciemment ou non

l'identification numérique

- ▶ Pour un informaticien, c'est l'ensemble des informations dans un profil lié à un identifiant sur un site
 - Authentification Ex : LDAP Inra
 - Signature électronique (expéditeur)
 - Certificat numérique (destinataire)



La CNIL est chargée de veiller au respect des dispositions de la loi 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés



Authentification forte

- Authentification forte plusieurs identifiants (login/mot de passe ou code d'accès)
- Authentification unique
 - OpenID permet de s'authentifier auprès de plusieurs sites avec un identifiant unique avec à la place du couple login/mot de passe
 - Mozilla persona utilise l'adresse e-mail comme identifiant
 - Evolution des systèmes...?



Identifiants professionnels ou privés

- ▶ Selon le contexte, l'utilisateur peut utiliser des **identifiants différents** :
 - Identifiants professionnels ou institutionnels, créés par l'employeur (activité professionnelle, environnement numérique de travail)
 - Identifiants privés, créés par l'utilisateur (réseau social, vente en ligne, messagerie, ...) ou services publics en ligne (impôts, ...)

Bblanc23&&Lgm
mlpplr@...??



La sécurité des données personnelles

▶ Elle découle de **la responsabilité de ceux qui les détiennent**

- Altération des données
- Usurpation d'identité / Vol d'identité / Phishing => délit d'usurpation d'identité sur Internet (LOPPSI 2)

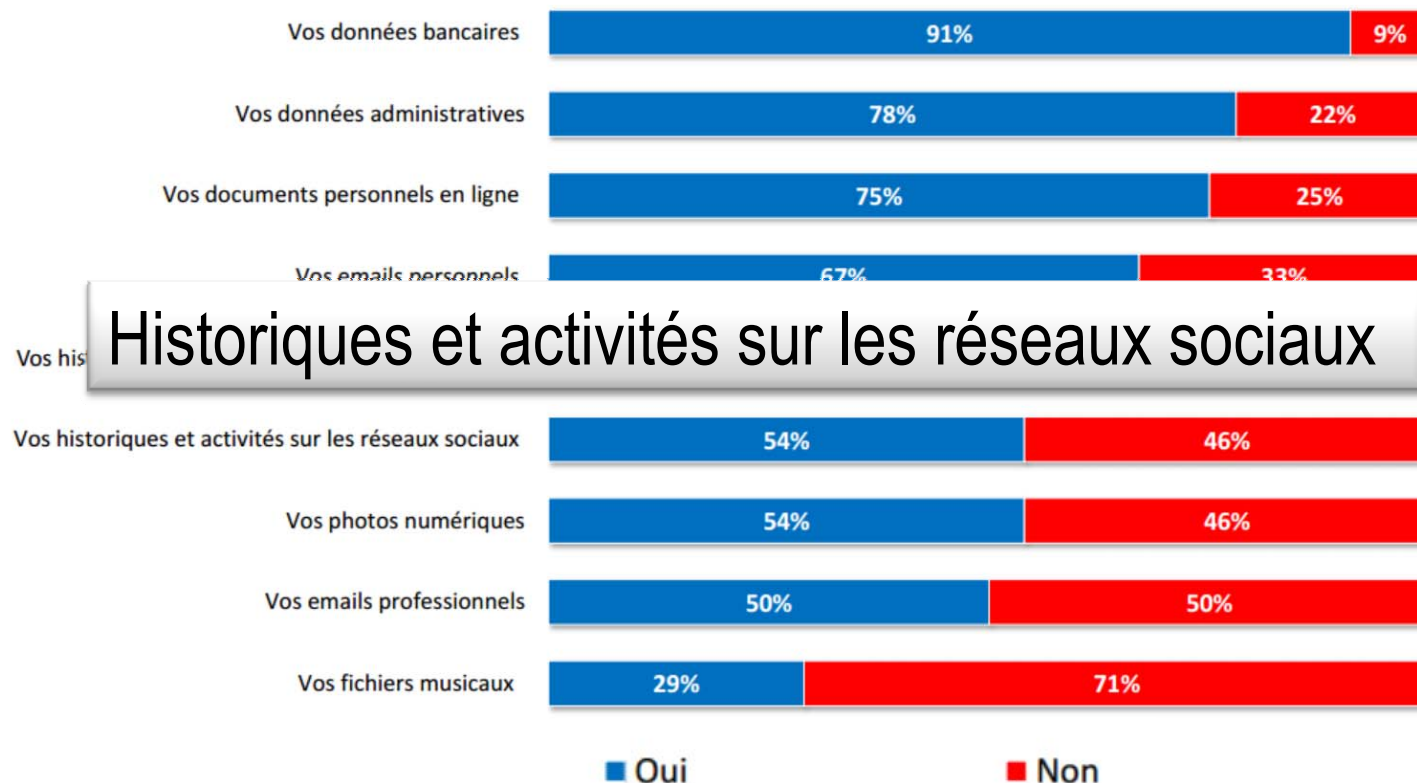
▶ Elle découle **de notre propre responsabilité**

- Distinction identité personnelle / professionnelle
- Utilisation d'identité tierce
- Avatar, pseudonyme
- Service en ligne
- Preuve de l'identité numérique



Sommes-nous assez vigilant ?

Question : Sur Internet, prenez-vous des précautions particulières pour chacune des données suivantes... ?



IFOP - La vigilance des Français face aux risques du numérique - Mars 2013.
www.ifop.com

Les traces

Ne pas confondre informations et traces

Nos profils donnent des informations

Notre comportement laisse des traces



- ▶ Les traces sont automatiquement exploitables et interprétables par des tiers
- ▶ Les données privées peuvent être retrouvées par **recoupement** : « Bon anniversaire, Marc. Le 5 décembre 2008, tu fêteras tes vingt-neuf ans. Tu permets qu'on se tutoie, Marc ? Tu ne me connais pas, c'est vrai. Mais moi, je te connais très bien. » Journal Le Tigre, janvier 2009. <http://www.le-tigre.net/Marc-L.html>

Comment sont collectées les traces

Les échanges sur Internet, plus besoin de valider pour envoyer des informations qui sont transmises sur des serveurs web qui, en retour, essaient d'anticiper vos actions

Les cookies, installés sur votre ordinateur lors de votre visite sur un site. Ils vous permettent d'être reconnu. (paramétrage du navigateur)

L'ordinateur, révèle votre adresse IP et votre nom d'hôte qui lui-même révèle le nom de votre fournisseur d'accès, votre système d'exploitation, la page visitée précédemment

L'historique, des paramètres personnels sont enregistrés lors de la navigation, dans l'ordinateur, dans les équipements du réseau internet, sur les serveurs des sites visités

Les moteurs de recherche, les robots relèvent les mots-clés qui définissent vos centres d'intérêt, les liens cliqués qui permettent de connaître les sites fréquentés. votre localisation géographique grâce à votre adresse IP.

Les journaux de connexion, chaque clic sur un lien correspond à un ordre adressé au serveur du site. Les requêtes sont transmises et conservées dans un journal de connexion appelé aussi "fichier de log"

Le droit à l'oubli

- ▶ La durée de conservation des informations sur un serveur est illimitée
 - Informations **délibérément rendues publiques**
 - Informations **publiées à notre insu**
 - Informations **reprises et multipliées**

- ▶ Effacement des données

- ▶ **La loi** (LOPPSI 2 / Sécurité intérieure) :
 - Durée de conservation limitée
 - Effacement des données sur demande
 - Sanctions pénales



Vérifier ses traces

▶ Testez votre signature numérique

<http://www.tahitidocs.com/outils/traces/signature.html>



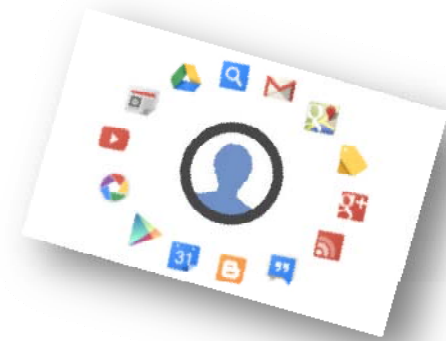
▶ Anonymat.org - Vos traces sur le Net

<http://www.anonymat.org/vostraces/index.php>

▶ Vos traces sur Internet Guide et démonstration de la Cnil.

<http://www.cnil.fr/-vos-libertes/-vos-traces/>

Protéger sa vie privée quelques outils



- ▶ **Priveazy** Extension pour Firefox
- ▶ **Privacyfix** Extension pour Firefox et Chrome pour corriger le paramétrage des échanges de données entre Google et Facebook (avec alerte des traçages)
- ▶ **Collusion** pour mieux prendre conscience des traçages !
- ▶ **Account Killer** pour supprimer un compte (facebook, Twitter, Google...)

Je me tiens au courant...



Communication numérique et Web2.0

- ▶ Le Web 2.0 permet une interaction avec le contenu de pages et entre individus : les données que l'on y dépose font partie du domaine public et créent la réputation d'une personne



- ▶ **Mais...** Les liens qui permettent les échanges font circuler l'information très rapidement, sans que nous puissions en maîtriser les limites de diffusion

Les outils du web 2.0, leviers de l'identité numérique

- ▶ Blogs
- ▶ Wikis
- ▶ Flux RSS (Google Reader) / Agrégateurs de flux (Netvibes)
- ▶ Réseaux sociaux (Viadeo, LinkedIn, Facebook, Twitter, etc.)
- ▶ Signets collaboratifs (Del.icio.us)
- ▶ Multimédias : vidéo (YouTube, Dailymotion), Photo (Flickr)
- ▶ Sites collaboratifs d'actualité (Digg, Wikio, Fuzz)
- ▶ Partage de documents (SlideShare, Google docs)
- ▶ Curation de contenus (Scoop.it, Pearltrees, etc.)
- ▶ E-portfolio, CV, Etc...

E-réputation ou réputation numérique

- ▶ C'est l'image que l'on peut se faire d'une personne, d'une organisation, à travers le web
- ▶ Il faut être conscient que
 - Tout le monde peut publier sur le web sans aucun contrôle : blog, réseau social, forum de discussion, ...
 - On perd la maîtrise d'une information publiée avec un « accès public » : indexation par les moteurs de recherche, recopie dans leur cache....



Ex. l'archivage de pages du Web : <http://archive.org/web/web.php>

E-réputation



Voulu



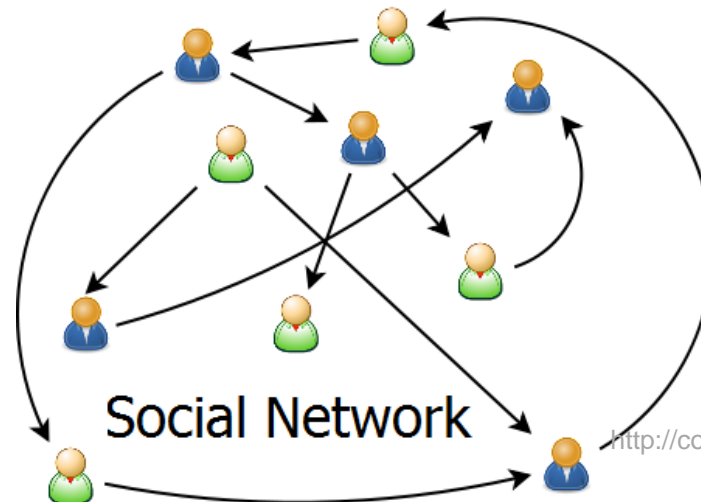
Perçu



Pourquoi veut-on être visible ?

- ▶ Pour « exister » socialement, professionnellement, pour être reconnu par ses pairs... et pour bien d'autres raisons...
- ▶ Développement personnel et professionnel

Créer son réseau !



Impact de l'e-réputation sur la vie professionnelle



[Cross-Tab Marketing Services pour Microsoft, 2009](#)

Types of Online Reputational Information That Influenced Decisions to Reject a Candidate

	U.S.	U.K.	Germany	France
Concerns about the candidate's lifestyle	58%	45%	42%	32%
Inappropriate comments and text written by the candidate	56%	57%	78%	58%
Unsuitable photos , videos, and information	55%	51%	44%	42%
Inappropriate comments or text written by friends and relatives	43%	35%	14%	11%
Comments criticizing previous employers, co-workers, or clients	40%	40%	28%	37%
Inappropriate comments or text written by colleagues or work acquaintances	40%	37%	17%	21%
Membership in certain groups and networks	35%	33%	36%	37%
Discovered that information the candidate shared was false	30%	36%	42%	47%
Poor communication skills displayed online	27%	41%	17%	42%
Concern about the candidate's financial background	16%	18%	11%	0%

[Online Reputation in a Connected World –Microsoft](#) 2010

Se mettre en valeur ou Personal Branding

« Internet est une place publique mondiale sur laquelle va se construire votre image de marque » [Olivier Zara](#)

► valoriser son image par une démarche prospective

- Se donner des objectifs
- Choisir son public cible
- Explorer les champs du possible (canaux de communication)
- Communication multidirectionnelle

Self branding ?

Corporate branding ?



Notion de Marketing !

<http://innovenjeu.files.wordpress.com>

Maîtriser son identité numérique

- ▶ Choisir judicieusement l'identifiant en fonction de son activité
 - Contact professionnel : éviter @gmail.com
 - Intervention sur un forum : utiliser un pseudo pour éviter qu'on établisse un lien direct avec lui
- ▶ Limiter l'accès aux informations publiées
- ▶ Contrôler régulièrement son image sur le web ou sa e-réputation
 - Demande de retrait d'un commentaire sur un forum, ...

Développer et entretenir son identité

- ▶ Se poser la question de sa réputation numérique
- ▶ Pour que cette identité reflète ce que nous souhaitons, nous devons :
 - Commencer dès que possible
 - Consacrer du temps et gérer ce temps (s'inscrire dans la durée)
 - Utiliser les bons outils

De ces efforts, découle la qualité de l'e-réputation !

Outils de recherche et de veille

- ▶ [WebMii](#) : recherche de personnes
- ▶ [123People](#) : recherche de personnes
- ▶ [Google alerts](#) : alertes sur sites web
- ▶ « Me on the web »: accessible via le Google Dashboard
- ▶ [NameChk](#) : service en ligne qui permet de retrouver rapidement les sites et réseaux sociaux dans lesquelles votre pseudonyme est déjà utilisé
- ▶ [Paper.li](#) : agrège les contenus partagés sur Twitter et Facebook de manière à en faciliter la lecture
- ▶ [SocialMention](#) : alertes sur médias sociaux
- ▶ [Topsy](#) pour une veille sur Twitter

Les outils sont nombreux,
ils évoluent et s'adaptent aux
besoins des internautes...

Contrôler son image sur Internet

- ▶ Saisir les opportunités de valoriser mon image
 - Repérer les bons médias et leurs outils
 - Connaître les communautés
 - Soigner son mode de communication
- ▶ Eviter les pièges qui peuvent nuire
 - Mesurer les risques
 - Evaluer la pertinence des actions sur le Web
- ▶ Utiliser un avatar, un pseudonyme pour le personnel / son identité pour le professionnel



Dans le contexte de la recherche

Se familiariser avec les modalités de présence en ligne des communautés scientifiques

- ▶ Utiliser des médias sociaux pour informer, former, partager et recevoir
 - partager des connaissances, développer des synergies : blog, wiki
 - rendre visible les compétences et expertises, capitaliser des connaissances et des contenus, publier les supports de cours : e-Portfolio, SlideShare, etc.

Dans le contexte de la recherche

- ▶ Utiliser des réseaux sociaux et réseaux professionnels pour renforcer son identité numérique
 - Constitution collective de base de connaissance
 - Synergie entre les membres d'une communauté
 - Création d'événements
 - Mettre en œuvre un projet
 - Recherche d'information collective et veille collaborative

Identifiant unique auteur

► Orcid : Open Researcher and Contributor ID

Les chercheurs peuvent s'identifier individuellement pour obtenir un identifiant Orcid et remplir quelques informations comme les publications ou travaux (avec une identification informatique avec Crossref) ou manuellement, des mots clés et une biographie.

En savoir davantage : <http://about.orcid.org/about>



► ResearcherID intègre les identifiants Orcid.

Researcher ID est un initiative privée de Thomson Reuters permettant aux auteurs d'obtenir un identifiant unique, de gérer leur liste de publication et d'obtenir des indicateurs bibliométrique (facteur H...). Il intègre maintenant les identifiants Orcid.

<http://ist.blogs.inra.fr/technologies>

L'identité numérique à l'Inra

- ▶ Identifiant LDAP
- ▶ Annuaire institutionnel (unité, département de recherche, adresse, tel, mail, activités, grade, liste de publications, ...)
- ▶ Prodnra, base institutionnelle des publications
- ▶ Profils Inra dans ResearchGate
 - 1567 (mars 2013)
 - 446 (février 2012)
- ▶ Profils Inra dans ResearcherID
 - 379 (mars 2013)
 - 272 (février 2012)
- ▶ Profils Inra twitter
 - 83 (mars 2011)



Albert Einstein

@alberteinstein

Le personal branding, un mot barbare qui indique qu'on doit évoluer avec son temps.

156

RETWEETS

522

FAVORITES



1:16 PM - 3 Jan 2012 - via Twitter - Embed this Tweet

Reply Delete Favorite

Etre ou ne pas être présent sur le web ?



Pour aller plus loin

- Qu'est-ce que l'identité numérique ? Enjeux, outils, méthodologies. Ertzscheid,o., 2013. OpenEdition Press, [en ligne]. Disponible sur : <http://books.openedition.org/oep/332> (consulté le 09/04/2013)
- E-réputation et traces numériques : Dimensions instrumentales et enjeux de société. Colloque international sur la e-réputation université Toulouse ,2013: **Disponibilité en ligne prévue en juin 2013** <http://www.e-reputation-lecolloque.org/>
- Ces réseaux numériques dits sociaux Avril 2011 - Thomas Stenger et Alexandre Coutant. Hermès (59)
- E-reputation et identité numérique des organisations (guide pratique du GFII) Groupement Français de l'Industrie de l'Information, 2010 [en ligne]. Disponible sur : <http://www.calameo.com/books/000261018c027d9365d5c> (consulté le 09/04/2013)
- "Les médias sociaux à l'heure des identités numériques : quels enjeux pour la recherche scientifique ?" 2013 [en ligne]. Disponible sur : <http://act.hypotheses.org/3217> (consulté le 09/04/2013)
- L'usurpation d'identité sur les réseaux sociaux Cahen, M., 2009 [en ligne]. Disponible sur : <http://www.legavox.fr/blog/murielle-cahen/usurpation-identite-reseaux-sociaux-1372.htm> (consulté le 09/04/2013)
- Cultivez votre identité numérique guide pratique collaboratif regroupant 22 experts sur ces questions, 2009. Disponible sur : http://issuu.com/geemik/docs/cultivez_votre_identite_numerique_v1.3 (consulté le 09/04/2013)
- La vie privée sur les sites de réseau social Commissariat à la vie privée du Canada, 2009 [en ligne]. Disponible sur : http://issuu.com/vansnick/docs/r_seau_social_vie_priv_e_analyse (consulté le 09/04/2013)
- Qu'est-ce que l'OpenID ? : <http://openid.net/what/>



GOOGLE BLUES - BY MEERASAPRA

WWW.TOGN².COM

Intranet IST



<https://intranet4.inra.fr/ist>