

COMPTE-RENDU DE SÉMINAIRE

Date et lieu de l'intervention : Le 15 octobre 2014 à l'ESPE d'Aix-en-Provence, dans la salle E104.

Intervenant : Fabrice Barth, professeur d'histoire-géographie à l'ESPE et intervenant dans le milieu du numérique.

Public :

- Marie-Emmanuelle Pereira et Véronique Rey, co-reponsables du master MEEF parcours rédacteur professionnel à l'ESPE d'Aix-en-Provence.
- Les étudiants de M1 et M2 parcours rédacteur professionnel.

Mots clés : identité numérique, e-réputation, données et responsabilités numériques.

INTRODUCTION

L'intervention de Fabrice Barth, intitulée « *Identité numérique et e-réputation* », s'est déclinée en trois axes majeurs.

Dans un premier temps, l'intervenant a défini l'identité numérique.

Puis il a poursuivi en exposant la différence entre l'identité numérique et l'e-réputation.

Enfin, le conférencier a présenté les responsabilités numériques des internautes.

L'objectif de ce séminaire était de faire comprendre aux étudiants l'importance de l'identité numérique et de l'e-réputation dans le milieu professionnel.

1. QU'EST-CE QUE L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE ?

Fabrice Barth a commencé son intervention en demandant aux étudiants s'ils savaient ce qu'est l'identité numérique. Selon ceux-ci, il s'agit d'une identité que l'on diffuse sur le net et que l'on peut subir. Le conférencier a approuvé et a poursuivi sur le fait qu'il est facile de créer une e-réputation nuisible dans un milieu professionnel. Selon la psychologue Serge Tisseron, la banalisation de vidéos compromettantes témoigne du fait que tout le monde éprouve le besoin de s'exposer¹. Il s'agit donc pour l'intervenant de montrer comment diffuser une bonne identité numérique.

Mais qu'est-ce que l'identité numérique ? Fabrice Barth la définit comme le reflet de l'identité personnelle civile : elle est la représentation que l'internaute diffuse de lui-même sur le Web via les réseaux sociaux et professionnels. Chaque utilisateur a plusieurs identités numériques qui évoluent au cours des années.

Véronique Rey a fait remarquer que l'identité numérique lui semblait plus concrète que l'identité civile. Pour Fabrice Barth, le sentiment d'appartenance à une communauté (nationale, ethnique...) est lié à l'identité civile. Par conséquent, l'identité numérique est beaucoup moins concrète.

L'identité numérique d'un internaute est composée de données formelles et informelles. Les données formelles représentent tout ce qui touche à son identification :

- Les adresses mail, qui peuvent servir de premier contact entre internautes ;
- Les Hcards, qui sont la « carte de visite » d'un utilisateur sur un site ;

¹ TISSERON Serge, *L'intimité surexposée*, Ramsay, 2001.

- Le fichier FOAF, qui regroupe les informations personnelles d'un individu ;
- L'adresse IP, qui est la « plaque d'immatriculation » d'un ordinateur ;
- Les certificats.

Marie-Emmanuelle Pereira a alors demandé à quoi servent les certificats. Le conférencier a répondu qu'ils servent à attester de la sécurité d'un site.

Les données informelles sont, quant à elles, liées aux pratiques courantes des utilisateurs. Il s'agit de leurs publications, de leurs informations publiques, privées, et professionnelles, de leur audience en ligne et des connaissances qu'ils diffusent (par exemple dans les encyclopédies collaboratives). Véronique Rey a d'ailleurs fait remarquer que les chercheurs se sentent souvent en décalage par rapport à ces connaissances. Fabrice Barth a répondu que les chercheurs ont une utilisation moindre des encyclopédies collaboratives depuis l'institutionnalisation du numérique.

Les données informelles touchent également aux hobbies des utilisateurs, aux avis qu'ils laissent sur des forums et aux « outils » d'expression (comme les blogs et les podcasts). Véronique Rey a alors demandé si les internautes doivent avoir un contrôle sur toutes ces données. Selon le conférencier, la question ne se pose pas en terme de contrôle mais de responsabilités, car tout le monde doit savoir comment fonctionne le Web. Il estime ainsi que les utilisateurs devraient connaître quel genre de « traces » ils laissent, car les moteurs de recherche les conservent pendant des années.

Le conférencier a ensuite donné des conseils aux étudiants pour les aider à gérer leur identité numérique et leur e-réputation. Il leur a ainsi conseillé d'utiliser certains *plug-in* de Mozilla Firefox, comme Anonymox et Adblock. De même, il estime nécessaire de changer régulièrement de mot de passe et de personnaliser la configuration des ordinateurs.

2. IDENTITÉ NUMÉRIQUE ET E-RÉPUTATION

Afin d'expliquer aux étudiants la différence entre l'identité numérique et l'e-réputation, Fabrice Barth a donné la définition Wikipédia de cette dernière. L'e-réputation serait donc la réputation sur le Web d'une entité (une marque, une personne morale ou physique). De par la nature du réseau, elle se diffuse mondialement et immédiatement. De par la nature du Web 2.0, elle reprend l'information quasiment en temps réel et la duplique. Enfin, de par la nature de toutes les ressources du net, elle est disponible en permanence.

Le besoin de se créer une e-réputation répond, selon Serge Tisseron, à un « *désir de rendre visible certains aspects de soi jusque là considérés comme relevant de l'intimité*² ». Ce phénomène, qu'il nomme extimité, est lié au besoin de reconnaissance par les autres internautes. Il est facilité par l'émergence des réseaux sociaux. Mais jusqu'où les réseaux sociaux permettent-ils d'être « social » ? Selon Fabrice Barth, une e-réputation nuisible peut conduire à du cyber-harcèlement. Il a appuyé son propos en abordant les affaires « Jessica Slaughter » et « 4chan », liées à ce phénomène.

Le droit à l'oubli, aujourd'hui nommé droit au déréférencement, apparaît dès les premières législations protégeant les données à caractère personnel des citoyens. Un nouveau règlement a été mis en place par la Commission Européenne en juillet 2014 afin de protéger les internautes.

Fabrice Barth a poursuivi en expliquant que l'identité numérique d'un individu pouvait le rendre victime de discrimination à l'embauche. En effet, selon une enquête menée par Eurocom Worlwide,

2 TISSERON Serge, *ibid.*

Christine Balagué et David Fayon, 40% des entreprises vérifient les profils Facebook et LinkedIn de leurs employés potentiels. Véronique Rey a alors fait remarquer aux étudiants que cette pratique est de plus en plus courante. Selon le conférencier, cette présence croissante des entreprises sur le Web soulève la question suivante : comment s'insérer professionnellement par le Web ?

3. RESPONSABILITÉ DE L'INTERNAUTE

Selon Fabrice Barth, les internautes doivent faire le tri entre ce qu'ils peuvent et ce qu'ils doivent dire à leur employeur. Ainsi, ils doivent être capables de dissocier les données qui relèvent des sphères intime, privée et professionnelle.

Afin de s'insérer professionnellement dans le Web, les internautes doivent publier pour valoriser leur image. Les contenus qu'ils diffusent en ligne doivent être de qualité, uniques, et supérieurs à 500 caractères (pour affirmer leur expertise dans un domaine précis). Enfin, les internautes doivent publier sur les sites en lien avec leur profession, par exemple le site RRIR pour les rédacteurs professionnels. Les sites institutionnels, les sites de médias, les forums, les blogs, et bien d'autres peuvent aussi servir à valoriser une identité numérique.

Un problème que peuvent rencontrer les utilisateurs est celui des traces persistantes d'une identité numérique compromettante. Cependant, ils peuvent s'en débarrasser en demandant une suppression des informations au site qui les héberge. Une autre possibilité est de faire une « demande motivée » via une lettre type de la CNIL. Si la demande de l'internaute n'est pas satisfaite dans les deux mois qui suivent, il peut alors porter plainte. Afin de se débarrasser des traces persistantes, les utilisateurs peuvent également demander à être désindexés des moteurs de recherche.

Un étudiant a alors relevé que de nombreuses traces passives de personnes décédées subsistent sur internet. Un autre étudiant a fait remarquer qu'il s'agit souvent d'une volonté des familles et des amis de conserver le compte du défunt afin d'y partager des photos ou des pensées. Fabrice Barth a alors dit qu'il était impossible de supprimer un compte Facebook. Une étudiante a rétorqué qu'il était possible de le faire en envoyant un acte décès du défunt à Facebook France.

Fabrice Barth a alors conclu son intervention en rappelant que la question de l'identité numérique est au cœur du Web 2.0 et est de plus en plus complexe. La législation concernant le droit à l'oubli a été mise en place mais est encore difficile à appliquer. Il est donc nécessaire de gérer son identité numérique de façon à la valoriser.

CONCLUSION

Au cours de ce séminaire, Fabrice Barth a donc expliqué ce qu'est l'identité numérique et en quoi elle est aujourd'hui nécessaire dans le champ professionnel.

Puis il a poursuivi en exposant la différence entre l'identité numérique et l'e-réputation. Cette dernière peut nuire à l'existence professionnelle d'un internaute, l'intervenant a également fait le point sur le droit au déréférencement.

Enfin, il a présenté aux étudiants les responsabilités des internautes en leur expliquant comment valoriser leur identité numérique. Il a conclu sur les moyens permettant de se débarrasser des traces persistantes.