

Réconciliation des profils dans les réseaux sociaux

Nacéra Bennacer*, Coriane Nana Jipmo*, Antonio Penta**, Gianluca Quercini*

*Supélec E3S

{nacera.bennacer,coriane.nana-jipmo,gianluca.quercini}@supelec.fr

**Università di Torino

penta@di.unito.it

Résumé. Avec l'arrivée du Web 2.0, on assiste à un foisonnement de services de réseautage social, qui mettent l'utilisateur au centre des préoccupations. Ces services permettent de partager des ressources (YouTube, Flickr, Del.icio.us), d'échanger des informations et de construire des relations personnelles ou professionnelles (Facebook, LinkedIn) ou encore de diffuser des news (Twitter, blogs). Les utilisateurs disposent ainsi de plusieurs espaces d'informations sur différents réseaux sociaux. Ces espaces permettent souvent l'accès à des informations complémentaires sur l'identité de l'utilisateur, ses relations avec les autres et les ressources qu'ils partagent, qui pourraient surprendre l'utilisateur lui-même s'il en connaissait réellement toute l'étendue. Réconcilier les différents profils d'un utilisateur à travers ses réseaux sociaux permet de construire un espace d'informations global pour l'utilisateur pour mieux gérer et protéger ses données. Le principal problème réside dans le fait que ces informations sont souvent incomplètes, non mises à jour voire fausses. L'objectif de cet article est de présenter une approche de réconciliation qui exploite à la fois la topologie des réseaux interconnectés et un ensemble de règles portant sur les différentes informations publiques fournies par les utilisateurs. L'évaluation des premières expérimentations menées sur une collection d'environ 2 millions d'utilisateurs issus de Flickr et LiveJournal a permis d'identifier les règles pertinentes et d'obtenir des résultats très prometteurs.

1 Introduction

Avec l'arrivée du Web 2.0, on assiste à un foisonnement de services de réseautage social, qui mettent l'utilisateur, en tant que créateur de contenu, au centre des préoccupations. Ces services permettent de partager des ressources comme des vidéos (YouTube), des photos (Flickr) ou des ressources annotées (Del.icio.us), d'échanger des informations et de construire des relations personnelles ou professionnelles (Facebook, LinkedIn) ou encore de diffuser des news (Twitter, blogs). Les utilisateurs disposent ainsi de plusieurs espaces d'informations sur différents réseaux sociaux, où ils partagent des informations personnelles telles que leurs noms et prénoms, leur lieu géographique, leur âge, leurs adresses électroniques, leurs numéros de téléphone, leurs relations, les institutions fréquentées, etc. (Gross et Acquisti (2005); Little et al. (2011); Stutzman (2006)). Selon la politique d'accès aux données définie par le réseau