

2010/13

Facebook : une ouverture sur le monde à moindre coûts ?

par HARMONY VANDER STRAETEN

*Analyses &
Études*
Société



Nos analyses et études, publiées dans le cadre de l'Éducation permanente, sont rédigées à partir de recherches menées par le Comité de rédaction de SIREAS sous la direction de Mauro SBOLGI, Editeur responsable. Les questions traitées sont choisies en fonction des thèmes qui intéressent notre public et développées avec professionnalisme tout en ayant le souci de rendre les textes accessibles à l'ensemble de notre public.

Ces publications s'articulent autour de cinq thèmes

MONDE ET DROITS DE L'HOMME

Notre société a la chance de vivre une époque où les principes des Droits de l'Homme protègent ou devraient protéger les citoyens contre tout abus.

ÉCONOMIE

La Presse autant que les publications officielles de l'Union européenne et de certains organismes internationaux, s'expriment sur les problèmes de l'immigration et s'interrogent sur la manière d'arrêter ce flux important.

CULTURE ET CULTURES

La Belgique, dont 10% de la population est d'origine étrangère, est caractérisée, notamment, par une importante diversité culturelle

MIGRATIONS

La réglementation en matière d'immigration change en permanence et SIREAS est confronté à un public désorienté, qui est souvent victime d'interprétations erronées des lois par les administrations publiques, voire de pratiques arbitraires.

SOCIÉTÉ

Il n'est pas possible de vivre dans une société, de s'y intégrer, sans en comprendre ses multiples aspects et ses nombreux défis.

Toutes nos publications peuvent être consultées et téléchargées sur notre site www.sireas.be



**Service International de Recherche,
d'Éducation et d'Action Sociale asbl**
Secteur Éducation Permanente
Rue du Champ de Mars, 5 – 1050 Bruxelles
Tél. : 02/274 15 50 – Fax : 02/274 15 58
educationpermanente@sireas.be – www.sireas.be

Avec le soutien
de la Fédération
Wallonie-Bruxelles



FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES

En son temps déjà, Mac Luhan déclarait : « Le monde est un village ». Cette affirmation se révèle d'autant plus vraie aujourd'hui que des millions de personnes à travers le monde surfent régulièrement sur le net et peuvent interagir les unes avec les autres. Une grande partie de ces internautes est d'ailleurs inscrite sur des sites de réseaux sociaux¹ (1). Même si ceux-ci ²sont nombreux et offrent des services divers³, c'est Facebook qui remporte actuellement le plus grand succès. (2) Avec ces 500 millions d'utilisateurs, ce « trombinoscope⁴ », qui n'était à l'origine qu'une sorte de « plate-forme communautaire » destinée aux étudiants d'Harvard, est presque devenu un élément incontournable de la vie sociale pour une majorité d'individus .(2,3) Grâce à Facebook, il vous est possible en l'espace de quelques secondes de savoir ce que pense X, ce qu'a fait de sa soirée Y et de voir les photos des dernières vacances de Z. Avec Facebook, le monde est à la portée d'un clic. Mais ce « clic » est-il si anodin ? À qui profite-t-il ? Qu'advient-il de toutes les informations que nous acceptons de divulguer sur la toile ?

1 Dans la littérature consultée nous avons trouvé un chiffre : près d'un milliard d'individus. Cependant, le nombre réel d'utilisateurs est certainement plus petit parce que certaines personnes créent parfois plusieurs profils, d'autres de faux profils, des entreprises se créent également des pages sur les réseaux sociaux. Reste néanmoins que les réseaux sociaux sont très populaires et utilisés par des centaines de millions de personnes à travers le monde.

2 « Un réseau social est un ensemble d'entités sociales telles que des individus ou des organisations sociales reliées entre elles par des liens créés lors des interactions sociales » (1)

3 Des mises en relations professionnelles comme avec Viadeo ou LinkedIn, des échanges personnels comme avec Twitter, MySpace, Orkut, etc.

4 Traduction littérale de « Facebook » en anglais

VOTRE PAGE FACEBOOK : UNE MINE D'OR POUR LA PUBLICITÉ

« La mission de la compagnie est de rendre le monde plus ouvert et connecté » déclarait Marc Zuckerberg, fondateur de Facebook en mai dernier. (4) Lorsque l'on sait que via le site transitent chaque mois 25 billions de pièces d'informations et 1 billion d'images par semaine, on ne peut que se dire que M. Zuckerberg a atteint ses objectifs. (4). Mais on peut également s'interroger : pourquoi veut-il à tout prix que le monde soit connecté ? Facebook Inc, loin d'être une association philanthropique, y trouve sûrement un intérêt commercial. Et de fait, « *les réseaux sociaux constituent « le » terreau idéal pour recourir au marketing viral.* » (1) Grâce à un clic sur leur page Facebook⁵ (avec le bouton « j'aime »), les internautes manifestent leur intérêt pour un produit, une publicité, une entreprise (1,5). Ainsi, « *les consommateurs (...) deviennent vecteurs d'action de la marque et ce, à des coûts plus faibles qu'en publicité classique.* » (1) Les entreprises peuvent facilement récolter des informations sur les individus, s'adresser à eux de manière ciblée pour qu'ils deviennent de futurs clients. « *L'enjeu est de taille pour le monde des entreprises.* » (1) Et ces dernières l'ont bien vite compris ! Ainsi, par exemple, Rapleaf, une compagnie qui constitue des bases de données sur les consommateurs, « *(...) a inclus les numéros ID⁶ des utilisateurs d'applications Facebook dans sa propre base de données d'internautes, qui est commercialisée* » (6), ce faisant, elle peut recouper encore plus d'informations sur les internautes. Ces fichiers constituent évidemment une véritable mine d'or pour les entreprises ayant un but lucratif. Certaines régies publicitaires (Google Double Click et Yahoo Right Media) ont même déclaré avoir eu accès aux numéros ID des membres de Facebook sans pour autant avoir eu à faire quelque recherche (ou autre manipulation) que ce soit. Lorsque les utilisateurs Facebook cliquaient sur une de leur publicité, les régies recevaient leurs numéros ID, alors que ceux-ci auraient dû être cryptés. (6) Cette affaire n'est malheureusement pas le seul scandale qui a entaché la réputation du réseau social. Sans être exhaustif⁷, citons par

5 Ce qui pourrait correspondre dans la vie « réelle » au bouche-à-oreille

6 Numéro permettant d'identifier l'utilisateur

7 « (...) Février 2009 : En relisant les conditions générales d'utilisation, Facebook s'arroge tous les droits, pour toujours, sur les contenus créés par ses utilisateurs. Octobre 2009 : Facebook, d'humeur très glauque, garde en ligne les profils d'internautes morts et encourage leurs proches à se recueillir sur leur tombe virtuelle. Décembre 2009 : les nouveaux paramètres de confidentialité par défaut, chaudement recommandés par Facebook, vaporisent les données personnelles sur toute la toile et non plus seulement sur le réseau. Avril 2010 : le service Facebook Connect s'élargit à de nombreux sites extérieurs, qui échangent allègrement avec Facebook des informations sur le profil et la navigation de l'internaute. Mai 2010 : Un bug rend visible des conversations privées aux membres qui ne devraient pas y avoir accès(...) » (9)

exemple qu'en 2007 déjà, de nombreux utilisateurs s'étaient soulevés contre l'application « Beacon » qui leur était proposée. En autorisant cette dernière à être installée sur leur page Facebook, ils permettaient ainsi à leurs amis de la communauté de connaître tous leurs faits et gestes puisque ceux-ci étaient tenus informés des pages et sites Internet que leurs amis avaient visités. Même si les utilisateurs qui avaient installé l'application Beacon n'avaient rien à cacher, il est désagréable de vivre avec le sentiment qu'à tout moment on peut être « pisté ». Bien sûr les internautes avaient le choix d'installer ou non cette application, mais à leur décharge, les conditions d'utilisation de cette application étaient, tout comme les conditions d'utilisation à l'inscription, peu claires. Les internautes ne se rendaient pas ou peu compte des implications d'une telle application. Après une longue controverse, Facebook a finalement décidé de supprimer cette application. (7,8) Facebook, havre de paix où il fait dorénavant bon surfer dans le respect de la vie privée ? Telle est la question.

VIE PUBLIQUE ? VIE PRIVÉE ?

Quoique la question qu'il faudrait se poser à propos de Facebook serait plutôt « Ce qui est publié sur Facebook relève-t-il de la sphère publique ou de la sphère privée ? ». Plusieurs voix se font entendre à ce sujet. Alors que la plupart des utilisateurs pensaient que ce qu'ils écrivaient sur leur page relevait de leur vie privée, plusieurs tribunaux américains (et récemment un tribunal français a fait de même) ont décidé le contraire puisqu'ils ont condamné plusieurs utilisateurs qui avaient critiqué leur patron ou leur entreprise sur leur page Facebook. Motif ? « *Les amis⁸ des amis sont innombrables sur Facebook. (...) La sphère privée y explose de manière exponentielle et devient donc publique. Il ne peut plus y avoir de violation du droit au respect de la vie privée, puisque ces échanges ne le sont pas.* » CQFD. » (10) Les utilisateurs condamnés sont donc coupables d'avoir paramétré leur page Facebook sur le « mode ouvert » sans avoir tenu compte des critères de confidentialité⁹ qu'il leur est possible d'installer. Même si actuellement, Facebook, suite à plusieurs remarques, a en effet affiné ces critères de confidentialité, et simplifié les procédures à suivre¹⁰, il faut également préciser que le profil de chaque utilisateur est, par défaut,

8 Pour avoir le statut d' « amis de ... » sur Facebook, la personne en question doit vous avoir accepté au préalable

9 L'utilisateur Facebook peut en effet choisir de rendre son profil visible à toutes. Il suffit alors par exemple de taper son nom dans n'importe quel moteur de recherche pour arriver sur sa page Facebook et avoir accès à toutes ses données. Mais l'utilisateur peut également n'autoriser l'accès à son profil qu'à certaines personnes (= ses amis)

10 Le 26 mai 2010, Marc Zuckerberg a en effet présenté de nouveaux critères de confidentialités plus simples à utiliser et plus transparents.

accessible à tous. Encore faut-il le savoir et se rendre compte du cheminement qu'une simple information publiée sur une page Facebook peut effectuer. Chaque information diffusée laisse des traces sur Internet.

« *Trois types de traces existent sur Facebook :*

les traces de connexion qui sont recueillies par les fournisseurs d'accès à Internet (...) (Celles-ci) doivent (en) principe être effacées mais la loi a prévu quelques exceptions, dont notamment celle de les conserver pendant un an pour les besoins d'une enquête pénale.

Les traces de contenus : qui ne peuvent être légalement conservées. Ce sont celles qui portent sur le contenu des correspondances échangées entre les personnes (...)

les traces de personnes: c'est à dire celles qui identifient directement l'internaute dans son utilisation d'Internet. Ces traces sont toutes susceptibles de porter atteinte à la vie privée des gens ». (1)

Dans ces dernières, on retrouvera tous les commentaires ajoutés par les amis des utilisateurs eux-mêmes. Qu'elles le souhaitent ou non, certaines personnes sont identifiées sur des photos par d'autres personnes. Même s'il est possible de retirer l'identification nominale¹¹, l'utilisateur ne peut pas retirer la photo (puisqu'elle n'apparaît pas sur son profil). Ainsi, petit à petit, les photographies (et d'autres informations) de milliers de personnes parsèment la toile, sans qu'elles le veuillent, voire sans qu'elles le sachent. Parce qu'il est également là le problème. À l'heure du numérique et du web 2.0¹², il est quasi impossible de contrôler la durée de vie et/ou l'évolution d'une information qui aurait été publiée sur Internet, ne fut-ce que quelques minutes. Quelques minutes sont en effet suffisantes à certains internautes pour recopier l'information, parfois la transformer et la diffuser. Ce phénomène lié aux spécificités du web 2.0 couplé aux aléas de l'utilisation de Facebook devraient éveiller l'attention de l'internaute qui a l'illusion d'évoluer dans sa sphère privée derrière son ordinateur à la maison...

11 Le tag comme on dit dans le langage Facebook

12 « *Le web 2.0 inclut l'idée de participation et d'interopérabilité: grâce à l'émergence des nouveaux outils et applications, l'internaute est devenu progressivement producteur de contenu* » (1) et non plus seulement un simple « consommateur ». Avec le web 2.0, l'internaute peut adopter une démarche active sur le net.

PERTE DE CONTRÔLE ?

Autre problème lié à l'utilisation de Facebook : les conditions de conservation, de stockage et d'exploitation des données des utilisateurs. Les conditions générales que les futurs utilisateurs du réseau social doivent accepter avant de pouvoir s'inscrire restent peu claires à ce sujet. De plus, « *en publiant un contenu sur Facebook, l'utilisateur lui accorde automatiquement une licence irrévocable, perpétuelle, non exclusive, transférable et mondiale pour l'utilisation, la copie, la représentation publique, la diffusion publique, la modification, la traduction, la citation et la distribution de tout le contenu, quel qu'en soit le but: commercial, publicitaire ou autre.* »⁽¹⁾ Aussi effrayant soit-il, tout ceci est légal. Mireille Buydens, avocate spécialisée dans le droit à la propriété intellectuelle d'expliquer « (...) *Tous les droits concernant l'exploitation économique d'un contenu, d'une oeuvre, etc. peuvent être cédés pour toujours. Si vous acceptez le règlement, cela a valeur de contrat et vous permettez à Facebook d'exploiter tous vos contenus (...)* (Toutefois), *les droits moraux, c'est à dire le droit de s'opposer à la modification de l'oeuvre et également le droit de refuser de voir son oeuvre présentée dans un contexte dégradant, sont quant à eux totalement incessibles.* »⁽¹⁾ Ainsi, sous le couvert de la légalité, l'utilisateur perd tout (ou presque tout) contrôle sur l'information qu'il aura eu le malheur de publier sur son profil. C'est précisément ce contre quoi veut lutter la Commission européenne en proposant de revoir la directive de l'UE de 1995 responsable en la matière. Ainsi, si cette directive est adoptée, les utilisateurs de Facebook recevront des « *informations claires et transparentes sur qui collecte et utilise leurs données, selon quelles modalités, pour quels motifs et pendant combien de temps. Les individus devraient être en mesure de donner leur consentement au traitement de leurs données à caractère personnel par exemple lors d'une session de navigation sur Internet, et devraient pouvoir bénéficier du « droit à l'oubli » lorsque ces données ne sont plus nécessaires ou qu'ils souhaitent en obtenir la suppression.* »⁽¹⁾ Actuellement, Facebook ne respecte pas ce droit à l'oubli, en vertu duquel « *un fichier ne peut porter sur des données identifiant des individus que pour « la durée nécessaire aux finalités pour lesquelles elles sont collectées et traitées.* » »⁽¹⁾

CHER PAYÉ

Tout ceci nous démontre une chose : rien n'est gratuit sur Internet¹³. Pour que le monde soit « plus ouvert » et que les internautes soient en permanence connectés, il aura fallu que ceux-ci renoncent à

13 Même si Facebook se targue d'être gratuit et de toujours le rester (slogan qui apparaît

certaines droits, comme le droit à l'anonymat et le droit à la vie privée. (1, 2,12) Heureusement, chaque jour des associations, des internautes et/ou des institutions dénoncent ces dérives et tentent de renverser la tendance. Malheureusement, comme nous l'avons déjà expliqué plus haut, Internet offre des possibilités de diffusion qui ne sont pas toutes contrôlables. Des milliers de personnes à travers le monde en ont et en feront très probablement encore les frais. Faut-il pour autant bannir tout réseau social et Facebook en particulier ? Non. Cependant, il est nécessaire d'éveiller l'attention de ces utilisateurs. En effet, chaque jour, Facebook redéfinit les notions de sphère publique et sphère privée, avec les conséquences que cela a sur les droits des utilisateurs. Le tout est de le savoir...

BIBLIOGRAPHIE

1. Geuten, M. « L'impact du web 2.0 sur les liens sociaux, le cas facebook. Quel type de lien social construit facebook? La vie sociale en 2.0 ». Bruxelles : ULB, 2009.
2. Levard, O. « Facebook : mes amis, mes amours...des emmerdes ! La vérité sur les réseaux sociaux ». Paris : Michalon Editions, 2010.
- Le Courrier International. « Les réseaux sociaux en ligne » (en ligne). c2010. (consulté le 15/11/10) Disponible sur : <http://www.courrierinternational.com>
3. Time magazine. « How is Facebook redefining privacy ? » (en ligne). c2010 (consulté le 15/11/10) Disponible sur : <http://www.time.com/time/business/article/0,8599,1990582,00.html>
4. Le Courrier International. « Les internautes, ces indicateurs de la bourse » (en ligne). c2010 (consulté le 20/11/10) Disponible sur : <http://www.courrierinternational.com/article/2010/07/08/les-internautes-ces-indicateurs-de-la-bourse>
5. Ecrans. « Facebook : crise d'identités » (en ligne). c2010. (consulté le 15/11/10) Disponible sur : <http://www.ecrans.fr/Facebook-encore-des-donnees,11107.html>
6. Ecrans. « Facebook : crise d'identités » (en ligne). c2010. (consulté le 15/11/10) Disponible sur : <http://www.ecrans.fr/Facebook-encore-des-donnees,11107.html>
7. Infoworld.com. « Facebook, ID fraud, and the dark side of the Web » (en ligne) c2010.(consulté le 15/11/10) Disponible sur : <http://www.infoworld.com/print/33916>
8. The Washington Post. « What Facebook knows that you don't » (en ligne).

sur la page d'accueil du réseau social).

c2010 (consulté le 24/11/10) Disponible sur : http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2008/02/22/AR2008022202630_pf.html

9. Ecrans. « Promo Facebook : une identité offerte pour un pub cliquée ! » (en ligne). c2010. (consulté le 24/11/10) Disponible sur : <http://www.ecrans.fr/Promo-Facebook-une-identite,9966.html>
10. Ecrans. « Facebook : c'est la patron qui se régale ! » (en ligne). c2010 (consulté le 24/11/10) Disponible sur : <http://www.ecrans.fr/Facebook-c-est-le-patron-qui-se,11375.html>
11. La Libre Belgique. « La commission européenne se penche sur le droit à l'oubli » (en ligne). c2010 (consulté le 24/11/10) Disponible sur : <http://www.lalibre.be/societe/cyber/article/624289/la-commission-europeenne-se-penche-sur-le-droit-a-l-oubli.html>
12. The Washington Post. « A Flashy Facebook Page, at a Cost to Privacy Add-Ons to Online Social Profiles Expose Personal Data to Strangers ». (en ligne). c2010. (consulté le 15/11/10) Disponible sur : <http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2008/06/11/AR2008061103759.htm>

