

LES RÉSEAUX SOCIAUX

De nos jours, on ne demande quasiment plus « Tu es sur Facebook ? » La réponse est tellement évidente. On se donne tous « rendez-vous sur Facebook » pour échanger les photos de la dernière soirée, qui était d'ailleurs elle-même un « événement Facebook. » On s'envoie une « adresse sur Facebook » quand il s'agit de se donner les coordonnées du restaurant ou de la maison d'hôtes dont on discute. On dit même « Facebooker » à quelqu'un après une rencontre ou dans le cadre d'un recrutement (qui signifie : « effectuer une petite recherche sur Facebook pour voir ce qu'on y trouve au sujet d'une personne »). Vous l'avez compris, Facebook, c'est un monde ! Les réseaux sociaux s'inscrivent dans une évolution tout à fait logique d'une des facettes d'Internet. Ne vous demandez-vous pas comment, de l'imprimerie, étape reconnue comme fondamentale vers la société de l'information dans laquelle nous vivons aujourd'hui, nous en sommes arrivés à « liker » les photos de vacances de nos amis, tout en regardant une petite vidéo sur YouTube, à partager votre « humeur » en exprimant votre état d'esprit sur Facebook, ou à épingler des adresses de restaurants pour trouver un

emploi grâce à LinkedIn ? Le concept de « réseau social » existe depuis la nuit des temps ou presque et, en tout cas, depuis bien plus longtemps qu'Internet, puisqu'il désigne un groupe d'individu reliés par des interactions sociales. Ici, nous parlerons de réseau social en ligne, via Internet, accessible par un navigateur Web sur un ordinateur ou une application mobile sur smartphone ou tablette. Un réseau social dans le sens où il sera traité ici, ensemble, est donc un site Web ou une application mobile offrant à ses membres des outils pour créer, gérer et fédérer leur réseau, c'est-à-dire interagir, communiquer, partager du contenu, etc. On parle aujourd'hui beaucoup de « média social » : notion plus large qui englobe les réseaux sociaux et désigne l'ensemble des sites et outils « sociaux » du Web. Un « média » est un procédé permettant la distribution ou la diffusion de documents, contenus sonores et visuels. La frontière entre les concepts de « média » et de « réseau social » est donc fine, en particulier pour les réseaux sociaux fondés sur la diffusion de contenus. Par exemple, Facebook est à l'origine un réseau social dont la puissance en fait un média social incontournable ! De même, Twitter, souvent nommé dans la liste des réseaux sociaux incontournables, est en réalité plus un « média » qu'un « réseau » social puisque sa vocation n'est pas de mettre ses utilisateurs en relation mais de développer des interactions autour du contenu. L'autre spécificité d'un réseau social est que cette application mobile ou site Web, permet à ses membres de constituer un réseau d'amis ou de contacts professionnels et de disposer d'outils d'interaction entre eux. Le succès des réseaux sociaux est tel que ces sites et applications sont devenus incontournables pour les marques qui s'appuient sur la visibilité offerte à leurs membres pour en faire des supports marketings et publicitaires. Il existe de nombreux types de réseaux sociaux : du réseau social

le plus connu du monde et le plus populaire : Facebook (essentiellement axé sur les relations amicales, au sens large), partage ou publication de contenu : textes, vidéos, images, sons, etc. (exemples : YouTube, Instagram), messagerie (exemples : WhatsApp, Skype), rencontres (exemples : Tinder, Happn, Once), discussion, et échanges entre utilisateurs (exemples : Reddit, Yahoo ! Question / Réponses, etc.), localisation (exemple : Foursquare), relations professionnelles (exemples : LinkedIn, Viadeo). Il faut rester vigilants avec tous ces réseaux sociaux car, en vous inscrivant, ils exigent parfois que vous donniez l'autorisation pour un accès à vos données personnelles (comme le demande Facebook), vos centres d'intérêt, ou votre liste d'amis... Il faut bien entendu être prêt à « jouer le jeu », car c'est là tout l'intérêt des réseaux sociaux ! L'idée de départ d'un réseau social est très simple : communiquer avec vos contacts ou rencontrer du monde, de façon gratuite. Mais, d'aucuns ressentent le besoin d'exister aux yeux du monde et de se montrer, à travers son réseau justement ou, au contraire, ressentent une grande curiosité envers pour les autres. Facebook répond incontestablement à ces approches et fait de lui le plus célèbre réseau social du monde. On peut affirmer que beaucoup des membres de Facebook aiment se dévoiler, un peu, beaucoup, parfois passionnément, de manière plus ou moins « impudique » ou « égocentrique », tandis qu'une autre partie préfère rester « spectatrice », de manière plus ou moins « obsessionnelle », avouons-le. Et, pour certains, les deux à la fois ! Avoir un réseau, c'est bien ; le « cultiver », c'est mieux. C'est là que Facebook tire son épingle du jeu, une fois encore. Il est important de connaître ses spécificités, et comment gérer consciencieusement votre image sans jamais compromettre la confidentialités et la sécurité de vos données. Votre réseau enfin constitué

(il évoluera d'ailleurs en permanence, car vous trouverez sans cesse de nouveaux contacts), vous pourrez non seulement prendre des nouvelles et suivre « l'actualité » de tous ceux qui vous entourent. Vous pourrez aussi échanger des mots : messages personnels ou collectifs, annonces de grandes ou petites nouvelles, réflexions philosophiques ou idées fantaisistes, coup de cœur ou contrariétés, etc. Mais aussi partager des informations, des photos, des vidéos de la musique, ou des liens vers des pages Web avec eux. Il ne faut jamais oublier que tout ce que vous publiez, vous engage ! Et de manière irréversible ! Si certains se contentent de diffuser des nouvelles « capitales », ou du moins importantes, concernant leur vie, d'autres abreuvant leur profil de petits détails du quotidien ou de photos personnelles (avec les risques qu'une telle exposition induit !) Soyez vigilants lorsque vous partagez, exprimez, « réseautez », localisez, ou faites des rencontres. C'est pour cela qu'on parle de Web2.0, ce « nouveau » Web qui n'est en fait que la continuité de l'ancien, mais caractérisé par le fait qu'il est créé et existe grâce à chacun d'entre nous, « vous et moi ». Connaissez-vous le « nombre de Dunbar ? » C'est tout simplement le nombre d'amis, selon les recherches menées par Dunbar, un Anthropologue et psychologue évolutionniste britannique, avec lesquels une personne peut entretenir une relation stable à un moment donné de sa vie. Ce nombre est estimé à 150 personnes environ. Au-dessus de ce nombre, la confiance mutuelle et la communication ne suffisent plus à assurer le fonctionnement du groupe. Il faut ensuite passer à une hiérarchie plus développée, avec une structure et des règles importantes (on le voit à l'échelle d'un pays et de son gouvernement). Dunbar évoque aussi trois autres cercles suivant la « règle de 3 » :

- un deuxième cercle plus restreint, d’une cinquantaine de personnes, que vous inviteriez par exemple à un dîner de groupe mais ne considérez pas comme des « amis intimes » ;

- un troisième cercle, encore plus étroit, d’une quinzaine de personnes, auxquelles vous pouvez vous confier et vers lesquelles vous pouvez vous tourner lorsque vous avez besoin de soutien ;

- enfin un dernier cercle de cinq personnes, considérées comme vos « proches », vos meilleurs amis (souvent des membres de votre famille), sur lesquelles vous pouvez vous reposer en toute circonstance.

En conclusion, et d’une manière générale, on peut prédire que les applications suivantes ont un avenir plus que prometteur :

- Facebook : numéro 1. Ce réseau social a conquis le monde.

- Twitter : difficile de faire l’impasse sur le concept unique de Twitter. Le réseau de microblogging dispose de ses propres codes, il est devenu un média social incontournable.

- Snapchat : une des plus célèbres applications de messagerie instantanée, permettant d’échanger des messages de type SMS via Internet.

- LinkedIn : le réseau professionnel de référence.

- YouTube : la référence des sites de partage de vidéos sur le Web (ce n’est pas le seul, mais il est de loin le plus populaire ; citons aussi Dailymotion et Vimeo).

- Instagram : la référence du partage de photos à partir d’un appareil mobile.

Si nous remontons un peu en arrière pour comprendre leur évolution, la déferlante du mobile social et des objets connectés révolutionne les années 2005 à 2010, elle est marquée par ce qu’on appelait il y a encore peu

le « Web 2.0 », l'explosion des sites Web sur Internet. Les blogs, les wikis et, bien entendu, les réseaux sociaux (avec en tête de peloton Facebook), ont peu à peu permis à chacun, même sans aucune connaissance technique, d'exister sur le Web. Avec l'avènement des réseaux sociaux et du smartphone, c'est devenu un véritable phénomène : « le mobile social » est la dernière des révolutions connues par la high-tech, bouleversant les habitudes, les comportements et les enjeux relatifs aux nouvelles technologies. Mettre son statut Facebook à jour à tout moment de la journée, utiliser une application de géolocalisation pour indiquer où l'on se trouve, partager une photo sur Instagram au restaurant ou un selfie avec Snapchat lors d'une soirée, Twitter en regardant la télévision. Ceci représente quelques exemples du mobile social, qui fait désormais partie de notre quotidien. Ce n'est qu'un début. Le concept de « réseau social » est aujourd'hui sur toutes les lèvres, mais quand cela a-t-il réellement débuté ? Dès 1979, soit huit ans après les premiers e-mails (en 1971), on voit apparaître le système de réseaux, de forums USENET, par un groupe d'étudiants de Caroline du Nord (qui existe toujours aujourd'hui). Ce système, qui permettait de publier et de lire des articles, est devenu un site d'échange de fichiers et de téléchargements. Il s'agit en fait de l'ancêtre des réseaux sociaux. Comme pour ARPANET (il y a toujours un ancêtre quelque part). Pour les personnes de ma génération, vous vous souvenez certainement du Minitel. Toute évocation du Minitel est généralement lié à une plaisanterie (et quelques souvenirs nostalgiques). Minitel, apparu en France dans les années '80, ne fait pas référence à un mini-écran de télévision (ou similaire) mais signifie : « Médium Interactif par Numérisation d'Information Téléphonique ». Dans les années 1990, tout s'accélère : après la naissance du World

Wilde Web en 1991, et la démocratisation progressive d'Internet, les premiers sites Web personnels font leurs apparitions, grâce à la plate-forme d'hébergement « Geocities ». En 2000, le site Web collaboratif devenu une référence incontournable, « Wikipédia », voit le jour. Deux sites Web sont emblématiques des débuts de l'Internet en France : « Lokace », le premier moteur de recherche de sites francophones, puis « Caramail » (non caramel !). Il fut le célèbre service de messagerie et site communautaire gratuit, racheté par « Spray », puis par « Lycos » pour 600 millions de francs, juste au bon moment (deux mois avant l'écclatement de la bulle). Les premiers réseaux sociaux sont apparus dans les années 2000. Nous allons les parcourir ensemble.

- Friendster : il s'agit du tout premier réseau social et (2002). C'est le premier site Web fondé sur le concept de réseau d'amis. Rapidement dépassé par ses concurrents comme « Myspace », qui compterait encore 50 millions d'utilisateurs et est aujourd'hui surtout utilisé en Asie du Sud-Est.

- Myspace (2003), ce site permet à ses membres de « réseauter », mais surtout de disposer d'un espace personnel pour se présenter, diffuser ses photos et créer un blog. C'est surtout auprès des musiciens, amateurs et professionnels, que le site rencontre un grand succès, car il permet de stocker et diffuser facilement leurs œuvres. Myspace est aujourd'hui aussi un peu tombé en désuétude, malgré plusieurs tentatives pour revenir sur le devant de la scène.

- WordPress (2003) démocratise la création des blogs personnels. Ce système de gestion de contenu ou CMS (Content Management System) est libre et gratuit.

- LinkedIn et Viadeo (2003) sont aussi l'année de naissance du premier réseau social professionnel,

LinkedIn, lancé par des anciens de PayPal (ceux qu'on surnomme parfois « la mafia PayPal »), suivi de près par le Français Viaduc, qui sera renommé Viadeo en 2007.

– Flickr (2004) : site de stockage et de partage de photos en ligne. Il permet non seulement aux professionnels d'exposer leurs œuvres mais aussi aux amateurs de partager leurs photos personnelles. C'est à l'origine un ensemble d'outils prévus pour un jeu informatique multi-utilisateur sur Internet. Le jeu fut finalement abandonné, mais le projet de Flickr survécut. Flickr appartient désormais à Yahoo.

– Facebook (2004), ou plutôt Thefacebook (2004), son nom d'origine, voit le jour dans la chambre d'un groupe d'étudiants de Harvard, avec Mark Zuckerberg à sa tête. Le succès est immédiat, on peut même dire fulgurant. À la fin décembre 2004, soit moins d'un an après sa création, Facebook compte un million de membres. En 2015, c'est le cap du milliard et demi qui est franchi. Il compte aujourd'hui deux milliards d'utilisateurs.

– YouTube (lorsqu'on pense que ce type de sites n'existait pas il y a vingt ans). Aujourd'hui, plus d'un milliard d'utilisateurs uniques consultent YouTube chaque mois et 100 heures de vidéo y sont mises en ligne chaque minute. Grâce à YouTube, vous pouvez regarder le dernier clip de Julien Doré, la bande-annonce de votre film préféré de Martin Scorsese, des chats qui font de drôles de têtes, un cours de yoga, des sketches humoristiques, une recette de cuisine indienne, et plein d'autres choses encore. Mais vous pouvez aussi partager de façon publique ou plus restreintes vos propres vidéos ! L'engouement pour les sites de partage de vidéos comme YouTube, qu'il s'agisse de publier ses propres vidéos ou regarder celles des autres, a été largement accentué avec l'arrivée des smartphones.

– Twitter (juillet 2006) est un site permettant de publier des messages limités à 280 caractères. Ce média social est très rapidement devenu mondialement connu, mais peine à trouver sa voie en termes de monétisation. Malgré ses 241 millions d'utilisateurs à travers le monde, il reste relativement confiné à un réseau d'utilisateurs à l'aise avec les réseaux sociaux : les nouveaux arrivants semblent éprouver des difficultés à se lancer et désertent le réseau social peu après leur inscription. Moins intuitif que Facebook au premier abord, Twitter demande, il est vrai, une période d'adaptation plus longue. De plus, on sait que l'entreprise n'est pas rentable, Twitter génère peu de chiffre d'affaires (principalement grâce à la publicité). Le patron et fondateur du réseau social, Jack Dorsey, espère que le fait d'avoir doublé la longueur autorisée des messages (passant de 140 à 280 caractères), permettra davantage d'utilisateurs de Tweeter (ce qui aiderait sa croissance).

– Foursquare (2007). La commercialisation du premier iPhone en 2007 marque un nouveau tournant dans la high-tech qui va ouvrir la voie à de nouveaux concepts et réseaux tirant parti des fonctionnalités spécifiques aux smartphones, comme Foursquare, fondé sur la géolocalisation, c'est à-dire le repérage géographique du smartphone, donc de son utilisateur, sur une carte-plan. Foursquare permet à ses utilisateurs de se situer dans un lieu (restaurant, boutique, etc.) et surtout de le recommander aux autres (le concept étant rendu ludique grâce à un système de points).

– Instagram (2010). Toujours dans la lignée des applications née à la suite des smartphones, Instagram rencontre dès sa publication un immense succès auprès des utilisateurs d'iPhone : il faut dire qu'il n'y avait quasiment aucun moyen simple de partager les photos prises avec l'appareil photo intégré du smartphone sur internet. Avec ses filtres et options ludiques, Instagram

devient rapidement la référence des réseaux sociaux de partage de photos. Facebook rachète Instagram en 2012 pour un milliard de dollars. Le réseau social a, depuis, pris un véritable essor, devenu encore plus facile à utiliser et ultra connecté à Facebook.

– Pinterest (2010), est un autre site qui rencontre un grand succès, mais sur ordinateur cette fois. Pinterest est fondé sur le partage de contenus en relation avec les centres d'intérêt de ses utilisateurs. Le principe est d'« épingler » des sites ou des photographies glanés sur le Web sur des tableaux, puis de les partager avec les autres membres de Pinterest. Le nom « Pinterest » est d'ailleurs un jeu de mots entre pin, « épingle », et interest, « intérêt ».

– Google+ (mi-2011), et faisant donc partie des produits Google (comme le moteur de recherche du même nom, la messagerie Gmail, le chat Hangouts, etc.), Google+ a bénéficié d'une arrivée en fanfare et revendiquait déjà 60 millions de membres à la fin de son année de lancement. Surnommé G+ par les *aficionados*, Google+ ne révolutionne toutefois pas les réseaux sociaux et n'est pas radicalement différent de Facebook, et ne rencontre pas du tout le même succès (pour finir même par tomber dans l'oubli).

De 2010 à nos jours, une myriade de services et de nouveaux réseaux ont vu le jour, essentiellement sous la forme d'applications mobiles, mais pas exclusivement. Les plus connus sont Spotify (accès musique en écoute illimitée), Snapchat (messagerie éphémère), Tinder (Application de rencontre sur smartphone, et plus si affinités). On parle de « phénomène viral » : comme un virus, le détournement d'une image, d'une citation, d'un texte, d'une vidéo, etc., qui se transforme en moquerie, se décline en masse et se répand de manière fulgurante sur le

Web. Ce virus se répand d'utilisateur en utilisateur, d'ami en ami, jusqu'à terrasser la planète entière dans certains cas. Le « marketing viral » est une variante qui, comme son nom l'indique, utilise les réseaux sociaux afin de faire la promotion d'un produit ou d'une marque, en misant sur le fameux « Buzz », parfois cela fonctionne, parfois non ! En général, tout part d'une photo de chat qui fait une drôle de tête, d'une vidéo amateur qui tourne mal, d'une blague ratée ou au contraire très réussie à la télé, ou de toute autre source de rigolade. Quelqu'un a alors l'idée de reproduire et d'exagérer, pour finir, détourner la blague en y ajoutant un peu plus.

Il suffit alors parfois d'une petite étincelle et, par la magie du Web et, surtout, les réseaux sociaux, en particulier Facebook, le phénomène devient de plus en plus important, jusqu'à atteindre le niveau mondial. Un tas de gens ont du temps pour cela, ils s'y mettent à leur tour, amplifient encore le tout, voilà comment on détruit une vie. Il est crucial de protéger ses données et son image car, avec l'explosion du nombre de réseaux sociaux (plus ou moins connus, plus ou moins intéressants, plus ou moins faciles à utiliser), se posent de nombreuses questions liées à la sécurité et à la confidentialité. Car l'ensemble des informations livrées à ces réseaux par vos soins constitue ce qu'on pourrait appeler votre « identité numérique » ou l'image que vous renvoyez au reste du monde via Internet. Elle peut refléter ou non votre personnalité et vie, mais elle peut aussi, au contraire, vite s'en éloigner et donner une image tronquée. Vos publications sont par défaut « publiques », elles sont accessibles à votre réseau d'« amis », aux amis de vos amis et, donc, à des personnes que vous ne connaissez pas. Tout est souvent une question de « réglage » et les sites Web de réseaux sociaux attendent de vous une certaine « maîtrise », pas toujours

évidente, des paramètres de sécurité et de confidentialité qui, de plus, varient sensiblement d'un site à l'autre. Il faut savoir que le contenu public est généralement indexé dans les moteurs de recherche sur le Web. Ainsi, en saisissant votre nom dans un moteur de recherche comme Google, n'importe quel internaute (un ami, une connaissance, un inconnu, un collègue, un employeur actuel ou potentiel, etc.) peut aisément arriver sur votre profil public Facebook ou LinkedIn, sur vos vidéos YouTube ou votre galerie photos Flickr. Alors, plusieurs précautions s'imposent : le paramétrage consciencieux du profil public, lorsque c'est possible (attention, tous les sites ne le proposent pas) mais, surtout, une grande prudence quant aux informations livrées. Vous pouvez aussi avoir recours à un pseudonyme, n'ayant aucun rapport avec votre vrai nom, pour toutes les activités considérées comme sensibles ou privées. Enfin, certains nouveaux services, ayant émergé avec des smartphones et autres appareils mobiles, font appel à la géolocalisation. Mal utilisés, ils peuvent représenter un réel danger ; en clair, ils donnent la possibilité à quiconque de vous localiser. Il est donc primordial de savoir se protéger de ce type de risque lorsqu'on souhaite utiliser ces outils. Il existe un autre problème soulevé par la multiplication des réseaux et la volonté, légitimes certes, d'être présent et de manière active sur bon nombre d'entre eux. Certains possèdent et alimentent volontairement un profil Facebook et un profil Google+, un compte Twitter et un blog, un compte sur YouTube et un autre sur Dailymotion, une page pro sur Facebook, LinkedIn et Viadeo, etc. On peut aisément imaginer à quel point une telle activité demande du temps et de l'organisation, surtout, qu'il s'agit souvent de publier les mêmes informations d'un compte à l'autre. Sans oublier le temps passé en tant que spectateur sur ces réseaux, bien entendu. Une utilisation intensive des réseaux

sociaux peut vite devenir laborieuse, même s'il existe des outils très pratiques pour synthétiser les flux de données de différents réseaux sociaux, mais aussi publier des mises à jour sur plusieurs réseaux en une seule opération.

C'est le cas de « Seesmic », par exemple, un outil permettant de centraliser les flux et fils d'actualités des différents réseaux sociaux dont vous êtes membre en un seul et unique tableau (<http://seesmic.com>).

Évoquons un sujet particulièrement sensible : il s'agit des risques et dérives possibles d'une utilisation trop intensive des réseaux sociaux (et Internet en général). Démotivation, isolement, perte de repères, exposition au harcèlement sont autant de dangers qui guettent les accros à ces sites Web. Soyez évidemment prudent et évitez l'excès. Un conseil pour les parents : soyez extrêmement vigilants si vos adolescents, voire vos plus jeunes enfants, utilisent ces réseaux. Le réseau social « Facebook » est en principe réservé aux utilisateurs de plus de 13 ans. Des règles spéciales s'appliquent aux utilisateurs mineurs. L'option « public » notamment, disponible pour les publications des mineurs se limite par exemple aux amis et leurs amis. Dès qu'un mineur atteint l'âge de la majorité, cette option change de signification pour inclure tout le monde sur Internet. De la même manière, seuls les amis et amis de leurs amis peuvent identifier les mineurs sur les photos. Enfin, les publicités ciblant des mineurs ne sont pas autorisées à promouvoir des produits ou services dont l'usage par des mineurs est illégal (dans leur juridiction), ou considérés comme douteux ou inappropriés. En revanche, ici, cela devient particulièrement dangereux : comme les adultes, les mineurs peuvent apparaître dans les résultats de « recherches ». Ces derniers peuvent donc recevoir une demande d'ajout à une liste d'amis de la part d'utilisateurs qui ne sont pas des amis d'un de leurs amis,

tels qu'un membre de leur famille ou un ami avec qui ils n'ont pas d'ami commun. Le harcèlement et les attaques de personnes par le Web et les réseaux sociaux sont des phénomènes qui prennent malheureusement de l'ampleur. Il s'agit du cyber-harcèlement ! Une grande prudence et du bon sens permettent de limiter ce type d'attaque : ajustez vos paramètres de confidentialité avec soin, pour chacun des sites dont vous êtes membres. Aussi, n'hésitez pas à revenir sur ces réglages de temps en temps pour vérifier que les options n'ont pas évolué (c'est souvent le cas avec Facebook). Il ne faut jamais accepter les invitations de personnes inconnues ou indésirables. Vous pouvez tout simplement ignorer une invitation d'une personne que vous ne semblez pas connaître, ou échanger des messages avant de l'accepter. Gardez bien en tête que derrière ces demandes d'invitation douteuse se cachent des profils malsains regroupant les tarés du web qui ont soif de vidéos pédopornographiques ou pornographiques. C'est pourquoi, Facebook demande d'utiliser ses vrais prénom et nom lors de la création d'un compte et désactive les faux profils qui lui sont signalés, et c'est vous qui décidez qui fait partie de votre réseau et accède à votre profil. N'hésitez pas à supprimer, et même bloquer, toute personne qui a un comportement abusif (signalez-la). Enfin, sachez que les personnes pratiquant ce type de harcèlement ou d'attaques n'attendent généralement qu'une chose de votre part : une réaction. Au lieu de leur répondre, publiquement ou en privé, bloquez et signalez systématiquement les messages. Ce sujet est, hélas, loin d'être clos sur le Web et nous encourageons à prendre les mesures nécessaires, d'un point de vue juridique s'il le faut, si vous (ou surtout vos enfants) rencontrez ce type de problème. Tous les réseaux sociaux acceptant les signalements traitent ceux-ci de manière confidentielle. Les sites peuvent prendre des

mesures en conséquence, comme l'envoi d'avertissements, la suppression d'un compte ou l'exclusion définitive du réseau. Peut-on disparaître volontairement du Web ? Vous souhaitez disparaître volontairement et radicalement du Web, votre « vie d'avant ». Sur Internet, il n'est pas à 100 % garanti que vous y parveniez (certaines traces ne s'effacent pas), mais vous pouvez essayer et, au moins, réduire votre empreinte. Commencez par désactiver tous les comptes de réseaux sociaux et autres sites Web dont vous êtes membres : Facebook, Raw, LinkedIn, Viadeo, Google+, Pinterest, Foursquare, Instagram... Les liens ne sont pas toujours faciles à trouver, mais sont généralement cachés dans les réglages, ou paramètres du compte. Demandez la suppression définitive du compte et de toutes les données associées (lorsque c'est possible). Le site Web « <http://justdelete.me> » pourra vous aider. Cet annuaire de liens indique le niveau de difficulté et, surtout, le lien direct vers la page de suppression de compte. Certains sites Web ne vous permettront pas de supprimer votre compte. Dans ce cas, une solution radicale s'impose : modifiez les informations de votre profil, quitte à indiquer un pseudonyme, une ville dans laquelle vous n'habitez pas, etc. Vous pouvez aussi, éventuellement, contacter individuellement les « webmasters » de ces sites et faire preuve d'une certaine patience pour arriver à vos fins. Toutefois, si vous manquez d'imagination, le site Web « <http://justdelete.me> », pourra toujours vous être utile : cliquez sur Fake Identity Generator pour utiliser le générateur de fausse identité, qui vous fournira de faux nom, adresse, date de naissance, pseudo, mot de passe et même une mini-biographie. Pour vérifier que vous n'en avez pas oublié, googlez-vous vous-même, de façon approfondie. Attendez toutefois quelques semaines car la suppression des registres Google peut prendre un certain

temps ! Cela devrait en principe vous débarrasser d'une bonne partie de vos traces sur le Web. Si toutefois, vous souhaitez aller encore plus loin, vous pouvez confier la suite des opérations à une agence spécialisée dans la gestion de l'e-réputation, comme Réputation VIP ou Reputation Squad, qui exigent beaucoup de papiers et de volonté ! Il est également important que l'on parle de ce qui se passe à notre « décès ». Au bout de la « vraie vie », il y a aussi la « vraie mort », mais qu'advient-il de votre vie sur Internet, les réseaux sociaux en particulier ? La plupart des sites Web et réseaux ne toucheront pas à votre profil (à l'exception peut-être de Twitter qui commence à supprimer des comptes au bout de six mois d'inactivité), à moins qu'un membre de votre famille ou un représentant de l'ordre public ne le demande explicitement. Les différents sites Web en question exigent des preuves du décès et l'identification pour effacer un profil (c'est préférable pour éviter les mauvaises blagues). Quoiqu'il arrive, la confidentialité de vos données est en principe préservée et personne ne peut récupérer vos contenus et messages après votre décès, à moins de disposer de votre mot de passe. L'accès à votre compte peut aussi être autorisé dans des cas particuliers, par injonction judiciaire. Toutefois l'absence de lois n'interdit pas à ces sites et services en lignes de continuer à stocker ou disposer des photos, vidéos et autres informations appartenant auparavant aux personnes décédées. Google permet aussi d'anticiper cette situation, grâce à son Gestionnaire de compte inactif disponible : <http://www.google.com/settings/u/0/account/inactive>. Cet outil permet de définir un délai d'expiration, de 3 à 18 mois, au bout duquel votre compte sera considéré comme inactif. Vous pouvez ainsi programmer le partage de vos données avec des contacts de confiance, puis la suppression de votre compte et des données associées (y

compris vos vidéos YouTube, vos messages sur Google+, etc.). Avec ce qui précède, j'ai la sensation que notre monde « réel » est en train de disparaître, et que les conséquences de la nouvelle « high-teck » vont être épouvantables pour les nouvelles générations. Je cite :

« Déjà parce que ces géants, avec les réseaux sociaux, les algorithmes, polarisent l'opinion, enferment dans des bulles empêchant toute communication. Mais avec l'IA, ces espèces de béquilles qui font arrêter de réfléchir, ça va être terrifiant pour le cerveau... L'IA, dont ces géants, reconnaissent ne pas la maîtriser, et qu'elle triche ! J'ai le sentiment qu'on vit dans un univers cyberpunk. Le développement technologique extrême cohabite avec la décadence morale et politique, la dégénérescence sociétale. Les joujoux technologiques les plus performants sont entre les mains d'ignorants. On a un président des USA d'une inculture crasse, qui a un ego hypertrophié, sans aucun surmoi (...) »

Bernard Minier

*(Extrait, interview pour
la sortie de son livre Rupture)*