



ANALYSE

2015/18

FACEBOOK, UN RÉSEAU D'AMIS QUI VOUS VEUT
DU BIEN ?

Facebook, un réseau d'amis qui vous veut du bien ?

Depuis quelques années, les réseaux sociaux informatiques ont pris une place grandissante dans la vie quotidienne. Certains les diabolisent, d'autres ne jurent que par eux. Tentons d'y voir un peu plus clair. Qui sont les « amis » de Facebook, que signifie « liker » ? A quoi peut servir cette nouvelle facette de l'espace public, dans laquelle les jeunes générations semblent tellement à l'aise. Quels en sont les dangers ?

Il existe une multitude de réseaux sociaux informatiques, réunissant des publics plus ou moins spécifiques. Tous ont en commun d'appartenir à ce que l'on appelle la deuxième génération de l'internet (pour les intimes « Web 2.0 »). Alors que, par le passé, l'utilisateur d'internet recevait passivement l'information, tout un chacun est aujourd'hui en mesure de publier du contenu sur la toile mondiale. Le Web 2.0 permet de créer librement des blogs, de s'exprimer via des forums, de participer à la rédaction de l'encyclopédie en ligne Wikipédia, de partager ses vidéos sur YouTube et bien d'autres choses.

Facebook est le réseau social le plus connu et le plus largement utilisé au niveau mondial. Il est né en 1994 sous l'impulsion de Marc Zuckerberg, alors étudiant à Harvard, dans le but de créer un réseau entre les étudiants de ce campus. Le mot Facebook lui-même peut être traduit par « trombinoscope » ou annuaire. Un annuaire qui s'étend désormais à l'ensemble de la planète. En 20 ans, Facebook a connu un développement extraordinaire et compte aujourd'hui plus d'un milliard d'utilisateurs dans le monde (on peut le comparer à un pays virtuel qui serait le troisième au monde en nombre d'habitants, juste après la Chine et l'Inde).

D'où vient cet engouement ? Facebook ne fait pas de publicité – du moins pour ses propres services - mais peu à peu, tout le monde y vient, par un effet de contagion. Le concept du réseau est simple : des personnes entrent en contact avec d'autres via une plate-forme informatique. On les appelle les « amis ». Ils disposent d'une identité, qui peut être (ou non) un nom d'emprunt, et peuvent échanger des messages, des photos, des liens vers d'autres informations ou sites, des textes, des vidéos.

Chaque personne qui met en ligne de l'information peut choisir de la diffuser plus ou moins largement : soit uniquement à ses « amis » connus, soit à un public plus large. Lorsque vous démarrez le programme Facebook, les informations récentes publiées par vos « amis » s'affichent les unes à la suite des autres comme les rubriques d'un journal. Un clic de souris sur une information permet d'obtenir des détails ou de suivre un lien vers un autre site. Cliquer « j'aime » permet de signaler une information qui vous intéresse, vous amuse, avec laquelle vous êtes d'accord. « Commenter » permet d'en donner une appréciation. « Partager » a pour effet de reproduire l'information à l'intention de vos propres amis. La popularité d'une personne se mesure ainsi au nombre de « j'aime » qu'elle recueille pour ce qu'elle partage avec les autres.

Ceux qui sont sur Facebook

Les membres du réseau sont en premier lieu des personnes et l'immense majorité des informations publiées consistent en messages personnels plus ou moins anecdotiques, photos personnelles, de famille ou de vacances, appréciations sur des acteurs, films ou musique, dans une mise en scène plus ou moins narcissique de soi.

Certains en concluent que les réseaux informatiques n'ont de sociaux que le nom, qu'ils contribuent au contraire à isoler chacun derrière l'écran de son ordinateur, et à tuer le vrai dialogue. A l'opposé, d'autres témoignent avoir fait la rencontre d'amis d'amis, autour de centres d'intérêt communs, d'avoir découvert des lieux, des œuvres et des sites qu'ils n'auraient jamais connus sans le réseau. Repli sur soi ou ouverture au monde, Facebook est en ce sens essentiellement ce que l'on en fait.

En marge des personnes physiques, on voit de plus en plus apparaître aussi des associations, des groupes culturels - permanents ou non, des partis politiques, des institutions. Pour toute structure organisée, il semble de plus en plus indispensable d'être présente sur le réseau et de profiter de ce nouveau canal de diffusion, rapide, largement ouvert et gratuit (nous y reviendrons).

Les réseaux sociaux représentent de ce fait une formidable ouverture potentielle sur le monde, en permettant un accès très rapide à une masse diversifiée d'information. Encore faut-il être en mesure de trier ce qui est pertinent ou pas, ce qui relève de l'information véritable ou ce qui est canular voire désinformation délibérée. Facebook peut se révéler aussi un vecteur de mobilisation très rapide pour les luttes sociales (voir l'exemple du « printemps arabe »).

Et ceux qui n'y sont pas

Etre connecté en permanence est devenu un impératif incontournable. Des enquêtes récentes montrent que plus de 70% des ménages belges disposent d'*au moins un* ordinateur et un peu moins d'un accès à Internet¹. Les premiers gagnants dans l'affaire sont sans conteste les fabricants d'ordinateurs, smartphones et autres gadgets électroniques qui deviennent omniprésents dans nos vies.

On peut s'interroger sur l'immense dépense énergétique nécessaire pour assurer le fonctionnement de nos milliards d'ordinateurs personnels, et celui des serveurs qui en assurent la mise en réseau, souvent dans de grands centres de calculs climatisés. La consommation globale des serveurs et les importantes émissions de CO² dont ils sont responsables ne font que croître. Malgré la miniaturisation des composants, le parc informatique mondial émettrait actuellement autant de gaz à effet de serre que le trafic aérien international.

En outre, et même si les prix du matériel et de la connexion ont beaucoup baissé, il reste qu'une partie de la population en est exclue par manque de moyens. On parle de fracture numérique. Elle se manifeste au sein de nos sociétés mais aussi à l'échelle du monde, comme toutes les autres inégalités. En ce sens, Facebook offre du monde une vision déformée.

Beaucoup de personnes sont par ailleurs réticentes à rejoindre les réseaux virtuels, freinées par la crainte de dévoiler trop d'elles-mêmes aux autres. Le risque de voir ses données personnelles utilisées de façon malveillante est bien réel. Pensons à des photos détournées de leur contexte, à des maisons « visitées »

¹ Thérèse Jeunejean et Gilles Ernoux, éditions De Boeck 2012, Facebook et les réseaux sociaux
Equipes Populaires, mai 2011, Contrastes, « Réseaux sociaux, je t'aime moi non plus »
Nouvelles Feuilles Familiales, analyse 2013-06, « Réseaux sociaux, entre réel et virtuel, la sociabilité en évolution »

suite à l'annonce d'un départ en vacances...Le réseau est un miroir du monde, la méchanceté, le mensonge, la violence, le racisme, la pornographie s'y rencontrent comme dans la vraie vie.

Il est toutefois un risque dont nous sommes peut-être moins conscients : c'est celui de se dévoiler aux regards de systèmes informatiques qui nous déshabillent en permanence. Dans quel but ? Nous allons y revenir.

Gagner de l'argent avec Facebook

Le tour de force de Facebook est de réussir à vous faire écrire toute une série d'informations personnelles et à vous persuader que tout cela va de soi. Tout vous incite, non seulement à être connecté en permanence, mais surtout à tout dire de vous, à tout commenter, à faire savoir à tout moment aux autres où vous êtes, ce que vous faites et avec qui. Sous un prétexte de convivialité, Facebook vise en réalité à offrir aux sociétés commerciales des publics de plus en plus ciblés, des utilisateurs de plus en plus serviles et inconscients de ce qu'ils donnent comme informations.

Comment ça marche ? Vous étalez sans y réfléchir vos habitudes de vie et de consommation sur le mode de la conversation amicale. Facebook enregistre ces données à votre insu. Elles sont ensuite conservées en mémoire et monnayées par l'entreprise. Les messages dits « sponsorisés » - un euphémisme pour « publicités » - qui apparaissent ensuite sur votre page ne doivent rien au hasard : plus vous en avez dit sur vous, vos projets ou centres d'intérêt, plus la publicité va pouvoir être ciblée. Par ailleurs, plus le public qui fréquente le site est nombreux, plus les prix demandés aux annonceurs s'élèvent.

Facebook est une structure en transformation constante, qui ne cesse d'offrir de nouvelles fonctionnalités mais le but recherché n'est pas nécessairement celui qui est affiché. Prenons l'exemple de la « géolocalisation ». Cela peut être amusant de signaler d'un clic à vos amis que vous passez la journée à la mer ou en Ardenne. Sauf que tout à coup, et sans avoir rien demandé, vous allez recevoir des publicités concernant les restaurants et les commerces du coin.

Facebook surveille donc aussi vos habitudes de navigation sur le web. Il recoupe les informations venant des différents appareils que vous utilisez, grâce à vos identifiants de connexion. GPS, smartphones, agendas électroniques et autres ordinateurs qui ont pour but avoué de vous faciliter la vie sont ainsi devenus de véritables espions qui diffusent des traces de vos mouvements et de vos comportements, grâce à des programmes incorporés que vous ne soupçonnez même pas. Aussi intrusifs que la NSA, des publicitaires traquent, au moyen de logiciels de reconnaissance sémantique, le contenu de vos messages et commentaires pour mieux cerner vos centres d'intérêt.

Le système informatique global constitue ainsi un Big Brother tentaculaire qui épie nos moindres comportements. Non pas dans un but policier ou politique mais bien dans une logique commerciale indécente.

Un autre web est (-il) possible (?)

Facebook vous propose bel et bien de définir des « paramètres de confidentialité ». Si vous essayez, vous découvrirez que, sous le couvert de « gérer ses données », il vous est loisible de choisir le type de publicités que vous acceptez de recevoir. Il est par contre totalement hors de la conception du système de REFUSER la publicité dans son ensemble. Il n'y a aucun contrôle possible non plus sur la nature des données que le système conserve sur vous.

Facebook apparaît donc finalement comme un outil génial au service d'une organisation sociale capitaliste, fondée sur une consommation en croissance infinie.

Beaucoup des services que le réseau nous offre sont attirants, sympathiques, intéressants. Toutefois, imaginer bénéficier de services gratuits est un leurre complet. A l'instar de Google ou Gmail, Facebook n'a rien de « gratuit ». Même si Facebook ne vous demande pas de redevance en monnaie pour son utilisation, il y a bel et bien un prix à payer. Celui-ci consiste d'une part en l'obligation de recevoir un certain nombre de publicités, et d'autre part à accepter que ce que je dis de moi et des autres ne m'appartient plus.

Le prix à payer est, au final, notre adhésion à ce modèle de société. Et là, il y a de quoi réfléchir.

Véronique Cornette



Avec le soutien de



Cette analyse est disponible au format PDF sur notre site Internet www.acrf.be

L'ACRF-Femmes en milieu rural souhaite que les informations qu'elle publie soient diffusées et reproduites. Toutefois, n'oubliez pas, dans ce cas, de mentionner la source et de nous transmettre copie de la publication.

Merci !