

Twitter bloque, Facebook censure, Google contrôle : les géants du Net montrent un autre visage

Après l'élection de Trump, récemment, Mark Zuckerberg a évoqué la possibilité de censurer les sites de "Fake News". Cette annonce amène une toute autre vision des nouveaux médias et dévoile les objectifs des géants du Web.

Avec Eryk
Mistewicz

Tout d'abord, il ne s'agit pas d'un espace qui nous appartient. Ni à moi, ni à vous, cher lecteur, qui avez créé votre profil dans cet espace et qui croyez par la suite qu'une certaine partie de celui-ci vous appartient. Rien n'est moins sûr. On a beau nous faire croire que Facebook et Twitter, c'est un "chez-nous" dont nous devrions prendre soin et où nous devrions nous sentir à l'aise. Or nous ne possédons pas cet espace, nous n'en sommes même pas les hôtes, tout au plus les utilisateurs.

De surcroît, du fait que nous soyons de simples utilisateurs de ces sites de ces médias dits sociaux, nous ne disposons d'aucun titre légal. En vertu des règlements de ces sites, les mots ou les vidéos cessent d'être notre propriété une fois postés. Nous ne pouvons plus en disposer librement. Nos droits de propriété sont ainsi transférés à Facebook, Instagram, Twitter, Google Plus, LinkedIn, Pinterest etc. Les géants des nouveaux médias n'économisent surtout pas sur les services des cabinets d'avocats les plus renommés et les plus chers du monde. Essayez de lire et de comprendre les conditions générales d'utilisation des plateformes menées par les grands acteurs du Net. Sans rien remettre en question. Lisez juste pour comprendre. Il faudrait d'ailleurs que quelqu'un s'amuse à calculer le nombre d'heures qu'il faudrait pour lire l'intégralité de ces contrats, rien que pour voir.

À l'occasion de l'une des modifications apportées au règlement d'Instagram, suite notamment à l'acquisition de celui-ci par Facebook, son administrateur a décidé d'explicitier en quoi consistaient ces modifications. Par inadvertance, un jeune avocat a indiqué les modifications relatives au droit à l'image déposées sur ce site (ou pour être précis qui y sont livrées gratuitement). Un tumulte s'en est suivi. Si l'on s'était limité à communiquer que la version AECX 265 B 29 succédait à la version AECX 265 B 27, personne n'y aurait prêté attention.

L'administrateur du site peut supprimer votre compte à tout moment. Il peut enlever ce que nous avons produit et collectionné soigneusement au fil des années : mots, images, vidéos, dessins... À moins qu'ils ne soient sauvegardés ailleurs, ces contenus risquent d'être perdus en quelques secondes. Sans aucune compensation, ni même explication. "Non, parce que moi, je dis non. Je n'ai pas votre manteau, et vous me faites quoi ?", pour évoquer une scène culte du film "*Ours*" de Stanislaw Bareja.

Nous avons beau leur écrire. Cela ne sert à rien. Une réponse standard, rédigée par les meilleurs cabinets d'avocats, ne tardera pas à nous parvenir.

L'administrateur peut même, en cherchant son modèle économique, trahir notre confiance et vendre tout simplement l'ensemble du contenu de nos "tiroirs de mémoire", y compris nos communications que nous avons crues cachées au public, celles que nous mettons sur les messageries instantanées, telles que Direct Messages, Messages Privés, Facebook Messenger etc. Qui nous dit qu'à un moment donné, si jamais le modèle économique vient à défaillir, nos photos et nos énonciations intimes, nos secrets d'entreprise et ceux concernant nos proches, ne seront pas mis aux enchères et vendus au meilleur prix ? De même, rien n'empêche que l'administrateur, faute d'être payé, puisse rendre public toutes nos données stockées sur son serveur, sur une sous-page avec notre nom et prénom. Rien, sauf si nous payons l'abonnement qu'il nous réclame. Et non, nous ne pouvons pas effacer nos données non plus. Elles ne sont pas à nous. Vous n'étiez pas au courant ? Eh bien, nous sommes désolés. Ce n'est pas de chance.

Les activités numériques, c'est un plaisir que nous nous offrons dans notre temps libre (ou à des moments volés à nos employeurs, à nos familles, à nos enfants ...) et qui profite à ceux qui nous permettent ce loisir. Nous produisons un précieux contenu, mais nous leur livrons par la même occasion des informations sur nous-mêmes.

Il est évident que la messagerie gratuite ne nous appartient pas. Pas plus que les mots, les images, les émotions partagées en ligne. Ce n'est pas notre propriété. Assurez-vous que vos données sont toujours là où il faut. Et qu'elles sont bien sécurisées de sorte que vous soyez la seule personne y ayant accès, et que des tiers ne puissent pas les analyser, les traiter ou y toucher. Comment vous garantissez-vous ce droit exclusif ? Vous êtes-vous jamais posé cette question ? Il ne s'agit pas de changer le mot de passe, mais plutôt de nous rendre compte qu'il s'agit de nos données et que c'est nous qui en disposons de manière exclusive et absolue.

Ensuite, c'est Facebook qui décide si nous aurons ou non le message que notre correspondant a voulu nous transmettre. Si l'expéditeur est jugé peu actif sur le site, Facebook ne communiquera son message qu'à certains abonnés. La donne change lorsqu'il paie. Alors, oui, son message parviendra à tout le monde.

Les grandes entreprises de l'ère des nouveaux médias perdent leur image de jeunes pousses sympas qui ont vu le jour dans les garages de Palo Alto, conçues par les "golden boys" de la conquête numérique. L'image qu'elles s'efforcent d'entretenir à l'aide de films, de séries télévisées et de concours, pour continuer de faire figure de référence auprès de jeunes diplômés, en prend subitement un coup. Il est évident qu'elles sont tout aussi prédatrices, si pas plus, que les entreprises de l'ère du charbon et de l'acier. Plus prédatrices – peut-être en raison de la férocité du monde, la vitesse et la profondeur des changements. Changements si rapides qu'il est impossible d'y réagir.

C'est Twitter, Facebook ou Google qui décideront comment ils veulent faire de l'argent, tandis que les utilisateurs de ces sites auront le choix : se retirer de ces sites (ce n'est pas facile ; essayez de supprimer votre profil sur Facebook ou encore les données stockées dans les serveurs Google !) ou respecter entièrement les principes énoncés dans les règlements que l'on a du mal à comprendre.

On ne se fait respecter que si l'on paie. Si nous avons les données sur les serveurs qui ne nous appartiennent pas, nous n'avons rien et nous ne pouvons rien exiger. De plus, nous sommes esclaves de ceux qui accumulent des profits au moyen de nos données. Ils font des rapprochements entre nos adresses mail, les historiques de nos connexions, les sites visités, y compris ceux pour les adultes, les sujets traités dans nos mails, les photos, les détails de nos cartes bancaires et nos transactions électroniques récentes, nos rendez-vous médicaux, les résultats de nos analyses de sang, les livres commandés, nos réseaux de contact, nos grosses et petites faiblesses, nos affiliations politiques, nos projets de vacances – et – notre domicile, notre numéro de sécurité sociale et – tout cela n'a plus aucun secret vu l'inertie de l'État.

Non, vu votre âge vous n'allez plus recevoir de pubs pour couches culottes. Et si, tout à coup, vous êtes inondés d'offres de couches, de poussettes, de tire-laits et de vêtements de grossesse, parlez-en immédiatement avec votre fille - elle a peut-être quelque chose d'important à vous dire.

Enfin, nous ne pouvons rien faire. Les GAFA (Google, Amazon, Facebook, Apple) sont déjà aujourd'hui plus puissants que les États traditionnels (vous avez raté ces tableaux comparatifs situant les géants du Web par rapport aux PIB des pays, n'est-ce pas ?). Aujourd'hui, la rivalité au niveau de la législation, de l'espace public et de l'esprit des gens, se poursuit précisément sur ce front : entre les États nationaux, pétrifiés et mous, créés au tournant du 18^e et 19^e siècle, et les géants des industries innovantes qui, eux, sont vifs, souples et prêts à tout. Le potentiel d'influence de ces derniers est de loin meilleur et plus efficace que celui des industries combinées des produits pharmaceutiques, du tabac et de l'armement.

Regardons les colloques les plus prestigieux dans tous les pays (peut-être à l'exception de la France dont le ministre de la Culture a déclaré publiquement qu'elle ne participerait jamais à aucune manifestation impliquant Google, celui-ci exerçant un impact destructeur sur la culture et les médias). Regardons comment les champions des nouveaux médias travaillent avec la Commission européenne et les députés européens. Regardons comment ils se posent de plus en plus en partenaires des gouvernements et se laissent aller jusqu'à l'écriture des projets de lois, y compris ceux qui prévoient la divulgation de nos données personnelles pour faire éclore des "projets innovants". Certains ministres en charge du numérique dans divers pays nous assurent alors que cela est bon pour les citoyens et pour l'État. Sont-ils corrompus ? Je ne le pense pas. Ils agissent plutôt par ignorance, négligence, ou parce qu'ils ont d'autres priorités.

Le premier devoir de l'État, c'est de protéger les citoyens, et non pas de permettre aux hommes d'affaires de s'enrichir. C'est à l'État de veiller à ce que les grands acteurs du Net ne soient pas capables d'associer les informations sur mes dépenses, mes maladies et mes données personnelles. C'est à l'État de veiller à ce qu'un élève de l'école primaire soit conscient des dangers relatifs à l'utilisation de l'Internet de manière insouciant. Enfin, c'est à l'État de mettre en place les mécanismes juridiques antitrust et propices à la concurrence, de sorte que ni les citoyens ni l'État ne soient pris en otage de leur ignorance, incompetence et stupidité. Avant qu'il ne soit trop tard.