

Web éphémère (ephemeralnet)

Description

Ephemeralnet ou web éphémère est l'expression inventée par Sarah Perez, rédactrice à Techcrunch (site d'information américain consacré aux technologies numériques) pour désigner le futur du web. Avant même que n'arrivent à maturité d'autres évolutions en cours comme l'internet des objets ou le web sémantique, un web effaçable serait en train de naître en marge de la version 2.0 qui existe aujourd'hui.

Né au milieu des années 2000, le web 2.0 est principalement caractérisé par l'interactivité qu'il permet. Le partage, l'échange et la collaboration entre internautes sont à la base de son fonctionnement. La création des blogosphères, le développement des plates-formes de partage de vidéos telles que You Tube ou Dailymotion, la naissance des réseaux sociaux, Facebook en 2004 et Twitter en 2006, le développement du *crowdsourcing* avec notamment le succès de l'encyclopédie collaborative Wikipédia, en sont les principales manifestations. Ce web, permanent, ouvert, public ne correspondrait plus aux aspirations des jeunes internautes, ceux qui l'ont toujours connu ainsi, et qui auraient le désir d'autre chose, en l'occurrence de naviguer sans laisser de traces.

Dans son article intitulé *The Rise Of The Ephemeralnet*, publié le 30 juin 2013 sur Techcrunch et repris par Internet Actu (site d'information édité par la Fing, Association pour la fondation internet nouvelle génération), Sarah Perez écrit : « *En âge de devenir des usagers du web, ces jeunes natifs du numérique que nous avons catalogués sans leur consentement sont en train de se rebeller. Ils rejettent les valeurs de la génération précédente – celles de leurs parents, de ceux qui ont autorité sur eux – et en définissent de nouvelles. Ils ne veulent pas de réseaux sociaux ouverts, ils veulent leur intimité. Ils ne croient pas que tout acte doive être sensé et permanent. Ils imaginent le web comme quelque chose d'effaçable* ».

Selon l'auteur, la popularité de certaines applications tend à démontrer ce désir de changement des *digital natives*. Ces derniers ont souvent tendance, déjà, à utiliser un pseudonyme pour communiquer sur la plateforme de blogs Tumblr et sur le réseau social Twitter, où les tweets postés depuis plus d'une semaine ne sont pas récupérables. Lancée en 2011 par deux étudiants de l'université de Stanford en Californie, Evan Spiegel et Bobby Murphy, l'application Snapchat permet un partage instantané et éphémère des messages (*snap*s) postés. Les photos et les vidéos ainsi partagées disparaissent des écrans de leurs destinataires au terme d'une durée maximale de 10 secondes. Il est néanmoins possible d'immortaliser les photos envoyées sur Snapchat en procédant à une capture d'écran. Totalisant 350 millions de messages envoyés par jour en septembre 2013 (contre 200 millions en juin 2013), cette application est particulièrement appréciée des 13-25 ans. L'instantanéité de la transmission (10 fois supérieure à celle d'un MMS) et l'engouement des adolescents pour les sextos (contraction des mots sexe et texto), échappant ainsi à la surveillance des adultes, suffisent sans doute à expliquer l'engouement des jeunes internautes pour Snapchat. Néanmoins, la

réussite de cette application indique peut-être aussi que les *digital natives* seraient plus soucieux du respect de leur vie privée que ne le sont leurs parents, encore émerveillés et sans réserve à l'égard de ces technologies numériques qui leur ont changé la vie.

Lancé en janvier 2012 par Jacob Robbins, le service Burn Note assure le même type de protection aux messages privés en les détruisant après un certain temps défini par le serveur ou par l'utilisateur lui-même. Afin que le message ne puisse pas faire l'objet d'une capture d'écran, un faisceau lumineux (*spotlight*), conduit par le doigt ou la souris de l'ordinateur, n'en découvre qu'une partie à la fois (techcrunch.com, 26 mars 2013). Toujours dans le même esprit, le réseau social pour téléphone portable Whisper, lancé en mai 2012, permet de partager de façon anonyme ses états d'âme, grâce à un abonnement ou à un paiement à l'acte. La plate-forme compte plus de 2 milliards de pages vues par mois. Chaque jour, 800 000 messages payants ont été publiés sur Whisper en juillet 2013. Cofondateur de l'application, Michael Heyward explique ce succès par le besoin de chacun d'exprimer ses craintes, à l'inverse de l'image positive de soi à entretenir sur les réseaux sociaux publics (influencia.net, 15 septembre 2013).

L'auteur de *The Rise Of The Ephemeralnet* cite également un certain nombre d'applications, dont l'usage se répand, faites pour masquer les communications sur le web, comme Burner pour les appels téléphoniques, Gryphn ou Seecrypt pour les SMS, O.T.R. pour des messages de communication en interne impossibles à archiver. Le fait d'utiliser parallèlement plusieurs services de messagerie aux mêmes fonctionnalités ou le développement des échanges commerciaux avec la monnaie virtuelle Bitcoin sont les indices, selon Sarah Perez, d'une « rébellion » des internautes contre un réseau unique et centralisé. L'augmentation de 70 % du trafic du moteur de recherche DuckDuckGo – ayant pour spécialité de ne pas enregistrer les données de navigation – depuis la révélation de l'existence du programme de surveillance américain Prism en juin 2013, est également révélateur des changements en cours.

L'idée d'un web éphémère doit être confrontée à une série d'événements récents.

- Fin 2012 : la volonté d'Instagram, service de partage de photos et de vidéos, de commercialiser les contenus publiés par ses utilisateurs a déclenché une forte polémique obligeant son propriétaire Facebook à renoncer à cette idée.
- Juin 2013 : l'association de défense des consommateurs UFC-Que choisir a adressé une mise en demeure à Google, Facebook et Twitter. Elle veut les contraindre à modifier leurs conditions générales d'utilisation, validées à l'aveugle par l'internaute à l'ouverture d'un compte, qui leur octroient le droit de modifier, d'agréger et de revendre les données personnelles collectées sur le profil de l'utilisateur (y compris sur les pages de « ses amis »), mais aussi les informations stockées sur son téléphone portable ou sur son ordinateur, en s'exonérant de surcroît de toute responsabilité.
- Juillet 2013 : le lancement de *Graph Search*, moteur de recherche interne de Facebook, croisant toutes les données inscrites sur les profils de ses utilisateurs et repoussant encore ainsi les limites de la vie privée, suscite des craintes quant aux amalgames faits pour fournir les réponses.
- Août 2013 : un juge de Californie a donné raison à des groupes de défense de la vie privée sur internet, en approuvant le versement de 20 millions de dollars dus par Facebook aux internautes dont

les mentions « j'aime », les noms et images de profil ont été utilisés, sans leur consentement explicite, à des fins publicitaires sur le réseau social. La modicité de la somme déterminée par un accord à l'amiable s'explique par le petit nombre d'internautes ayant porté plainte. Facebook devra également modifier ses conditions générales d'exploitation des données relatives à ses usagers.

- Septembre 2013 : une « loi-gomme » promulguée en Californie permet aux internautes âgés de moins de 18 ans de retirer, ou d'exiger le retrait, d'une information ou d'un contenu embarrassant qu'ils auraient eux-mêmes téléchargés sur un site internet ou une application. Elle entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2015.
- Septembre 2013 : en l'absence d'une réponse de Google notamment sur la finalité des données personnelles collectées et leur durée de conservation, sur la nécessité d'informer les internautes et d'obtenir leur accord préalable pour l'installation de cookies (logiciels invisibles capteurs de données personnelles) sur leur ordinateur, la CNIL (Commission nationale de l'informatique et des libertés) engage une procédure formelle de sanction à l'encontre du groupe américain auquel elle avait accordé un délai de trois mois pour mettre ses services accessibles en France en conformité avec la loi « Informatique et Libertés ». Google, quant à lui, a expliqué sur sa page d'accueil que les cookies sont utilisés à des fins diverses et que la navigation sur le Web deviendrait sans eux « *beaucoup plus frustrante* ». Cinq autres autorités européennes chargées de veiller à la protection des données personnelles ont lancé une procédure à l'encontre du géant américain.

Un web qui ne laisse pas de traces n'existera pas. Néanmoins, le modèle économique bâti sur la publicité comportementale et la recommandation assurant la rentabilité des services internet proposés gratuitement s'autodétruirait-il, victime de son manque de transparence ? Les outils, souvent gratuits, pour ne pas être « pisté » sur internet se multiplient, du simple paramétrage du navigateur web à la location d'un service de réseau privé virtuel (VPN). Les internautes, ces usagers auxquels on a oublié de demander leur avis, vont-ils progressivement changer la face du web ? Les *digital natives*, devenus adultes, sont moins disposés, semble-t-il, à s'en laisser conter que leurs aînés. En Europe, un vaste chantier législatif est en cours avec la révision de la directive européenne de 1995 sur les données personnelles. Un accord est loin d'être trouvé sur les questions du droit à l'oubli sur internet et du consentement « explicite » des internautes conditionnant la collecte des données personnelles ; le débat au Parlement européen reprendra en 2014. De leur côté, des start-up travailleraient à l'invention d'un ciblage sans cookies tandis que Google envisagerait de bloquer sur son navigateur Chrome les cookies installés par des sociétés tierces, notamment les régies publicitaires et les organismes de mesure d'audience, comme Apple le fait déjà sur son navigateur Safari et comme Mozilla qui offre cette option par défaut sur Firefox. Google proposerait à la place son propre système, AdID, avec un identifiant anonyme par internaute.

Le web « éphémère » est un nouveau marché, qui mobilise des acteurs aux intérêts divergents, politiques, entrepreneurs et citoyens, afin d'effectuer une « meilleure exploitation » des données personnelles. En juin 2013, si 82 % des Français déclarent avoir conscience qu'il existe bien une contrepartie à la gratuité des services de Google, celle-ci se traduit, pour 87 % d'entre eux, par la présence de publicité mais pour seulement 58 % d'entre eux par l'utilisation de leurs données personnelles. Néanmoins, plus de 90 % des Français interrogés déclarent souhaiter que Google soit obligé de leur demander au préalable leur accord

pour utiliser des informations sur leurs habitudes de consommation ou leurs goûts (sondage OpinionWay pour *Le Figaro*, 3 juillet 2013). Un autre sondage, réalisé en septembre 2013 par l'institut BVA pour le syndicat professionnel Syntec numérique, révèle notamment que 80 % des Français ne croient pas à la confidentialité des données personnelles sur internet et 52 % attendent d'abord le droit à l'effacement de leurs données personnelles, 38 % la généralisation de l'encryptage afin de préserver et contrôler les données transitant sur l'internet (*Correspondance de la Presse*, 24 septembre 2013). *Ephemeralnet* illustre par conséquent une autre façon de concevoir la vie en réseau.

Categorie

1. A retenir

date créée

22 janvier 2014

Auteur

francoise