

# Je t'aime, moi non plus

## La subsistance de cultures numériques locales

Chloé Jaussaud\*

» L'usage d'Internet, généralisé dans le monde entier même s'il est plus ou moins démocratisé selon la facilité d'accès aux nouvelles technologies, laisse croire à un effacement des frontières et nourrit un idéal de monde global, cher au sociologue Edgar Morin.

### Die Freunde unserer Freunde

Der Siegeszug des Internets ist international unaufhaltsam; insbesondere soziale Netzwerke wie *Facebook*, *Xing*, *LinkedIn* oder das vor allem in Frankreich bekannte *Viadeo* haben zu einer neuen Öffentlichkeit geführt, die Internetnutzern direkten Austausch und ungefilterte Information ermöglicht – eine Kernforderung der *Piratenpartei*, die in Deutschland erste politische Erfolge feiert, und juristisch delikater.

Beim Datenschutz etwa unterscheiden sich u. a. die deutschen und französischen Geister: Während in Deutschland die Persönlichkeitsrechte der *User* im Mittelpunkt stehen, werden in Frankreich Anbieter wie Blogger durch Anonymität gesetzlich geschützt. Red.

services ne sont pas disponibles dans le pays, des répliques quasi identiques y ont été développées comme *Weibo* ou *Renren*. Chaque pays et culture réagit singulièrement à ces outils d'Internet, que les internautes s'approprient plus rapidement que les législateurs.

Au niveau national, on voit même apparaître en politique des « partis pirates ». Si le Parti Pirate français rassemble peu d'adeptes, le *Piratenpartei* allemand a ses représentants au Parlement régional de Berlin et compte aujourd'hui quelque 18 000 membres. Des polémiques locales éclatent, mettant au jour la nécessité pour chaque culture de développer sa propre réglementation vis-à-vis de cet outil. Le débat sur le téléchargement est une bonne illustration de ces distinguos culturels. Si la France adopte le principe de riposte graduée, pouvant aller jusqu'à la coupure de la connexion Internet, l'Allemagne l'a rejeté en juin 2010. En effet, d'après la ministre allemande de la Justice, Brigitte Zypries, la mesure serait « *constitutionnellement et politiquement très difficile* » à appliquer dans le pays.

Les réseaux sociaux sont à étudier particulièrement pour plusieurs raisons : ils sont massivement utilisés par les internautes du monde entier, ils prennent un rôle central dans la circulation de l'information et ils multiplient les émetteurs et récepteurs de contenus. Aujourd'hui tout le monde peut écrire, contribuer, commenter, recommander... Pourtant, malgré la suprématie de certains

Protection de la vie privée et des données personnelles, lutte contre le piratage informatique et le téléchargement illégal, des réglementations sont nécessaires pour contrôler l'usage d'Internet. Un champ législatif délicat, particulièrement dans des Etats comme la France, l'Allemagne ou encore les Etats-Unis, où la liberté d'expression est un droit fondamental.

Les outils et services proposés par Internet se développent à l'échelle internationale. Même la Chine, avec ses règles spécifiques de censure, n'est pas épargnée par exemple par le succès de réseaux sociaux comme *Facebook* et *Twitter*. En effet, si ces

\* Chloé Jaussaud est consultante en communication à l'agence *Elan* et spécialiste des médias sociaux.

réseaux sociaux et leur usage qui transcende les frontières, on note dans ce domaine également des particularismes nationaux, montrant bien l'existence de cultures numériques locales.

## Facebook et l'Allemagne

L'Allemagne a récemment pris des mesures spécifiques concernant la réglementation de Facebook et la protection de la vie privée, montrant ainsi que des particularités peuvent émerger entre les pays dans leur usage d'un réseau social et que la limite entre vie privée et vie publique ne se



situe pas au même niveau selon la culture nationale. La notion de vie privée, qui ne connaît effectivement pas de définition légale, est laissée à la libre appréciation des cultures et des époques, à tel point que des auteurs comme le sociologue A. Corbin parviennent à établir une *Histoire de la vie privée* (1999), montrant la capacité de son acception à évoluer géographiquement et temporellement.

En janvier 2011, le commissaire d'Etat à la protection des données allemand exigeait de Facebook de ne pas transmettre les adresses e-mail des internautes sans leur autorisation préalable. Un an plus tard, c'est cette fois la Commission Nationale Informatique et Libertés allemande (l'équivalent de la CNIL en France) qui se prononçait contre l'utilisation de la technologie de reconnaissance faciale, permettant une identification automatique des individus sur une photo, en exigeant là aussi le consentement expresse de l'internaute pour être identifié par ses nom et prénom. L'un des derniers conflits en date entre Facebook et l'Allemagne concerne l'interdiction de la fonctionnalité « *gefällt mir* » (j'aime) dans le Schleswig-Holstein, qui enfreindrait non seulement la loi fédérale mais également, d'après les autorités allemandes, la réglementation européenne. Le bouton « *j'aime* », qui permet de se recommander du contenu entre utilisateurs, est à ce jour seulement contesté par un étudiant en Autriche, ayant porté plainte contre le réseau social.

Le voisin français observe d'un œil moqueur le match qui se déroule entre Facebook et les auto-

rités allemandes, y voyant un jeu de cache-cache infernal : « *L'Allemagne vient d'épingler Facebook* », note *La Tribune* le 26 août 2011, tandis que le site d'information européenne *Press Europ* titre : « *L'Allemagne n'aime plus Facebook* ». Le site *Ecrans*, spécialisé dans l'information sur les médias, ose même un « *Facebook se prend un mur à Berlin* ».

## Une utilisation massive des réseaux sociaux

Cette apparente aversion des autorités allemandes pour Facebook ne se retrouve pas chez les internautes. En effet, Facebook gagne comme en France du terrain chez nos voisins allemands. Si le réseau social enregistrerait encore en mars 2011 un taux de pénétration inférieur à la France (20 % contre 32 %), c'est le pays qui enregistre la plus forte croissance du nombre d'inscrits, qui y augmente de 7,4 % contre 2,4 % en France, d'après les données du portail de statistiques sur les médias sociaux *Socialbakers*.

L'attrait de Facebook en Allemagne se fait au détriment des réseaux nationaux de l'entreprise *VZ net group*. Entre janvier et juillet 2011, les réseaux nationaux du groupe VZ (*Mein VZ*, *Schüler VZ*, *Studi VZ*) ont d'ailleurs perdu la moitié de leurs utilisateurs, alors que le réseau *Studi VZ* était en 2008 incontournable sur les campus allemands. Le réseau social *Mein VZ* ressemble à Facebook du point de vue des fonctionnalités, mais annonce porter une attention particulière à la protection des données personnelles, les informations rentrées par l'internaute étant par défaut configurées comme privées. A service comparable, la confiance semble dans le contexte culturel allemand un argument concurrentiel. L'importance culturelle accordée par les Allemands à la protection de ces données peut s'expliquer par le souvenir de la

viadeo

dictature nazie, qui procédait au fichage des citoyens, à en croire un article du magazine *Le Point*, daté du 12 avril 2010. Mais elle semble perdre du terrain au regard du nombre d'inscriptions croissant sur Facebook. L'entreprise *VZ Netzwerke* perd des parts de marché, notamment du fait de son manque de connexions internatio-

nales, après avoir refusé une offre de rachat par *Facebook* en 2008, l'estimant trop faible.

En France, *Facebook* est massivement utilisé, sans commune mesure avec le réseau *Copains d'Avant*, beaucoup moins élaboré, qui marqua le début des Français sur les réseaux sociaux. Entre 2008 et 2009, le nombre d'utilisateurs de *Facebook* a été multiplié par quatre, tandis que *Copains d'Avant* qui était le deuxième réseau social le plus utilisé en 2008, derrière l'hébergeur de blogs *Skyblogs*, était en décembre 2010 relayé à la quatrième position en nombre de visiteurs, *Facebook* occupant la première.

Alors que les législateurs réagissent nationale-ment de manière différente à la massification de l'usage des réseaux sociaux, les utilisateurs semblent avoir besoin d'outils qui dépassent leurs frontières. *Facebook* génère une méfiance à l'échelle nationale de la part des législateurs, les utilisateurs quant à eux semblent conquis et abandonnent les services nationaux, en France comme en Allemagne.

### Différences dans les usages professionnels

Du côté des réseaux professionnels pourtant, on note encore des préférences nationales entre la France et l'Allemagne.

Les réseaux nationaux semblent encore avoir de l'avenir en Allemagne, la notion de proximité pouvant prendre son sens dans le monde du travail si l'on ne vise pas une carrière internationale.

Du côté allemand, les réseaux locaux comme *Xing* sont privilégiés, là où les Français s'inscrivent plutôt sur *LinkedIn* et *Viadeo*. Une pratique qui déboussole parfois les Français. Un simple exemple : pour participer à des rencontres franco-allemandes organisées via *Facebook*, il faut que les Français rejoignent le réseau *Xing*. En effet, si *LinkedIn*, le réseau social professionnel le plus international, a atteint les 100 millions d'utilisateurs dans le monde, dont plus de 2 millions en France, *Viadeo*, concurrent français, en compte 30 millions dont 4,5 millions en France et *Xing* seulement 10 millions, mais reste le réseau professionnel préféré des allemands.

Les Français sont d'autre part moins friands des réseaux professionnels que leurs voisins allemands – une différence qui s'explique par le goût

des Français pour les réseaux de loisirs plutôt que les réseaux professionnels, privilégiant les réseaux sociaux pour prendre contact avec leurs amis (70 %), alors que l'on observe simultanément que l'e-mail est de moins en moins utilisé. En Allemagne, d'après une étude du Cabinet Deloitte, seuls 54 % considèrent que les réseaux sociaux sont un moyen privilégié pour entrer en contact avec leurs amis. Par contre l'importance de la recommandation des employeurs précédents dans le monde du travail, avec la délivrance obligatoire d'une attestation de travail (*Arbeitszeugnis*), peut justifier du succès des réseaux sociaux professionnels en Allemagne, qui permettent une recommandation online, rendue publique pour les employeurs potentiels.

### Une pratique adaptée

Malgré une tendance globale à l'harmonisation des pratiques sur les réseaux sociaux et une hégémonie difficilement contestable de *Facebook*, on constate néanmoins des divergences dans les réglementations et les craintes inspirées par les médias sociaux, entre pays pourtant frontaliers, prouvant que derrière une apparente mondialisation il existe bien des cultures numériques locales.

En Allemagne, la protection des données personnelles de l'utilisateur *lambda* est un enjeu de politique nationale. En France, la question est prise à revers. Ce n'est pas l'internaute que l'on entend protéger en tant que subissant un viol de ses données personnelles à son insu. C'est au nom de la liberté d'expression que la notion d'anonymat réapparaît comme un droit fondamental, non pas sur les réseaux sociaux mais sur les blogs, autre pilier du web collaboratif, pour protéger des émetteurs de contenus, potentiellement experts d'un sujet et de ce fait leaders d'opinion. Citons pour mémoire le projet de loi déposé en mai 2010, qui avait suscité une vague de polémiques online, car il obligeait les blogueurs à indiquer leurs coordonnées personnelles.

