**L’E-réputation**

Introduction

La réputation numérique : gestion de l'image de soi sur la toile

Pourquoi parler de "réputation numérique" aujourd'hui ? Mon intérêt pour la gestion de l'image personnelle sur le Web est partie du constat que les internautes laissent sur la toile des traces parfois surprenantes et d'une persistance insoupçonnée. Photos désobligeantes, informations confidentielles ou personnelles, opinions politiques ou religieuses, commentaires déplacés, la liste est longue. Alors que nous sommes à un moment charnière de l'Internet, passage du Web 2.0 communautaire et participatif au Web 3.0 qui nous apportera son lot de surprises et de déboires, l'internaute ne mesure pas la puissance potentielle qu'Internet peut avoir sur l'altération de son image.

La gestion de l'image de soi sur Internet étant un problème très récent, du moins qui ne suscite l'intérêt que depuis peu, les ouvrages à ce sujet sont rares. C'est pourquoi ce travail s'apparente parfois plus à une analyse personnelle des outils, à une comparaison des services proposés ou à un guide pratique de survie sur le Web. Ceci explique aussi le nombre d'exemples concrets que j'utilise pour faire comprendre la gravité et les conséquences des problèmes de réputation numérique. Mon objectif est de convaincre le lecteur qu'il est impératif de se soucier de son image sur la toile.

Ce sujet touchant au domaine technologique, beaucoup de termes techniques apparaîtront dans le texte, mais seront explicités en bas de page ou dans le lexique à la fin du dossier.

Introduction à l'identité numérique et à l'e-réputation

Est-ce que nos actes sur Internet peuvent avoir une incidence sur notre vie réelle ? Nos traces laissées sur la toile ont-elles des conséquences sur notre réputation ? Faut-il surveiller sa réputation sur Internet ? Est-il possible de prendre le contrôle de son image sur la toile ? Autant de questions que nous nous posons aujourd'hui, à l'heure où Internet est devenu un outil indispensable à de nombreuses personnes au quotidien.

En effet, depuis les années 2000, Internet est devenu incontournable pour le travail de tout un chacun dans bien des domaines. Les informations présentes sur la toile augmentent chaque seconde de façon exponentielle. Articles, photos, blogs, communiqués, discussions, toutes ces données publiées souvent de façon anodines, vont certainement rester sur la toile cinq ans, dix ans ou peut-être pour toujours.

L'idée d'utiliser Internet comme un outil de recherche sur les individus est très récente et découle de l'abondance des informations sur les personnes, publiées notamment sur les réseaux sociaux (tel que Facebook) et sur les blogs. La publication d'informations et de photographies est devenue extrêmement simple et accessible à tout le monde, si bien que des commentaires ou images de n'importe quel anniversaire, soirée ou concert peuvent se retrouver sur un blog ou un site communautaire le lendemain matin.

Ford, Sony ou encore Apple sont des entreprises qui travaillent sur leur réputation en ligne depuis le début d'Internet, avec des sites dédiés présentant leurs marques ou leurs produits, mais aussi avec la participation des consommateurs qui donnent leurs avis, se plaignent ou adhèrent à la marque. L'impact d'un commentaire sur un forum peut être lourd de conséquences pour ces entreprises. N'importe qui peut y publier un test de produit qui pourrait être consulté par des dizaines de milliers de personnes.

Si les entreprises sont conscientes du problème de réputation sur le Web depuis plusieurs années, et qu'elles ont mis en place des moyens faramineux pour lutter contre les dérives, les individus ne se rendent pas encore compte du potentiel de leurs informations déjà publiées sur la toile. Seules quelques rares personnalités, souvent politiques ou publiques, en ont fait les frais. Cependant, les déboires de la réputation numérique n'en sont qu'à leur début.

E-réputation : Démonstration à travers un cas fictif

Pour comprendre la problématique de la réputation en ligne, voici un exemple qui démontre l'importance de la gestion de son image et de ses informations personnelles sur Internet. Il existe de nombreux cas de ce type dans la réalité, cependant l'exemple traité ci-dessous est volontairement fictif, ce qui permet un lien direct avec le sujet et un discernement rapide de la problématique qui nous intéresse.

Cette histoire est donc imaginaire, et toute ressemblance avec des personnages réels ne serait que pure coïncidence.

Corentin Bogliani, employé de banque à l'UBS, sans histoire, est un fervent utilisateur des réseaux sociaux tels que Facebook et autres forums de discussions. Un jour, il est accusé d'avoir téléchargé des vidéos pornographiques sur l'ordinateur de son lieu de travail. La presse s'empare du fait divers et son nom se retrouve dans différents médias. De plus, Corentin, a le désavantage d'avoir un prénom et un nom peu communs ce qui facilite grandement le travail des journalistes qui n'auront besoin que de quelques minutes pour retrouver des photos portraits ou des informations sur le jeune homme.

Curiosité oblige, l'entourage de Corentin (amis, collègues, voisins) n'hésite pas à se renseigner sur ce dernier par des moteurs de recherche ou encore sur son profil Facebook. Il en ressort des photos de fêtes bien arrosées (publiées par un de ses amis) et des échanges de messages intimes lors d'un flirt sur un forum de discussion trois ans plus tôt.

Quelques jours plus tard, Corentin est lavé de tout soupçon et la banque s'excuse du malentendu. Son casier judiciaire restera vierge, mais son identité numérique, accessible à tout le monde, sera entachée des années durant. Les articles de presses demeureront disponibles sur la toile et son entourage aura consulté ses photos publiées sur Facebook. Quelques années plus tard, lorsque Corentin proposera sa candidature pour un nouvel emploi, il y a fort à parier que l'employeur consultera un moteur de recherche pour connaître un peu mieux cet employé potentiel...

Cet exemple atteste de l'importance des informations que chaque individu diffuse sur Internet. Une simple photo anodine d'une personne constitue une partie intégrante de son identité numérique, tout comme un message posté sur un forum de discussion cinq ans auparavant. Les anecdotes à ce sujet sont nombreuses et de plus en plus inquiétantes.

La maîtrise de son image ne se limite pas aux informations que l'on diffuse sur la toile, mais aussi et surtout aux contenus (textes, photos, vidéos) publiés par des tiers. Le maintien de la réputation en ligne est aujourd'hui un problème qui s'adresse à tout le monde.

En 2007, en France, 77% des recruteurs avouent effectuer des recherches en ligne et 35% ont déjà éliminé un candidat en se basant sur les résultats de leurs recherches. Aux États-Unis, ces chiffres sont encore plus alarmants puisque 83% des recruteurs effectuent régulièrement des recherches, et 43% ont déjà éliminé un candidat par ce biais. Il semblerait que ces chiffres soient en augmentation particulièrement auprès des PME (70% des emplois en Suisse) qui, contrairement aux multinationales, ne disposent pas d'un processus complexe et performant de recrutement de personnel.

Dimitri Djordjevic, directeur de Mercuri Urval, entreprise spécialisée dans le recrutement, donne une explication intéressante sur les motivations des recruteurs : "On recherche des informations qui peuvent desservir le candidat […] c'est un peu comme en politique, lorsque l'on s'expose trop, on va plus susciter des réactions chez les détracteurs que les supporters."

Enjeux, définitions et outils

Les enjeux

Les enjeux de l'e-réputation

Sans se focaliser uniquement sur le milieu professionnel, ce dossier portera sensiblement sur le monde du travail, car les conséquences y sont souvent plus spectaculaires que dans le milieu privé. Aujourd'hui, de plus en plus de gens ont un cursus professionnel très mouvant. Il devient rare de rester dans une même entreprise durant toute sa carrière professionnelle, contrairement aux générations précédentes qui pouvaient garder un seul et même travail leur vie durant. La recherche d'emploi peut donc toucher tout le monde et à tout âge.

Au vu de la situation professionnelle actuelle, il paraît important de prêter attention à l'image que l'on diffuse de soi sur Internet, même si cela ne peut s'avérer utile que des années plus tard. Lorsque la personne postulera, il est fort à parier que le recruteur effectuera une recherche rapide pour tenter de connaître un peu mieux l'employé potentiel.

Gérer son e-réputation

Aujourd'hui, gérer son image virtuelle n'est pas un luxe, mais une nécessité, et cette gestion doit être faite à long terme, avec une veille régulière sur les informations liées à son propre nom. "Il vaut mieux prévenir que guérir". Naturellement, les jeunes en recherche d'emplois sont les plus concernés par cette problématique, mais il faut faire attention à ne pas sous-estimer le potentiel d'Internet lorsqu'il s'agit de détruire l'image d'un individu.

Théoriquement, quelqu'un ayant une attitude irréprochable et discrète dans sa vie quotidienne ne devrait pas avoir la mauvaise surprise de se retrouver dans une situation qui pourrait renvoyer une image négative de lui sur Internet. Si son comportement est exemplaire, il y a peu de chance que son employeur potentiel le trouve dans une mauvaise posture sur la toile, comme par exemple avec les yeux imbibés d'alcool et une bouteille de whisky à la main.

Mais malheureusement, Internet ne fait pas que révéler les côtés obscurs des individus, il peut aussi indiquer de fausses informations, comme nous allons le voir dans cette analyse.

La première partie de ce travail consiste à exposer les différents services que propose Internet, ainsi qu'à définir les termes d'identité et de réputation numérique. Les réseaux sociaux sont le lieu où se développent de nombreux liens entre différents individus et où beaucoup d'informations personnelles sont dévoilées.

Les réseaux sociaux

Définition et historique des réseaux sociaux

L'étymologie du mot "réseau" provient de "rete" en latin qui signifie "filet". Un réseau est composé par définition de liens interconnectés qui s'entrecroisent pour former un filet, un amas de nœuds reliés entre eux. Un réseau "social" est constitué de regroupements d'individus, de clubs ou d'organisations liés par des interactions sociales. Le terme désigne aujourd'hui les sites Internet communautaires qui regroupent des profils d'individus interconnectés.

Les différents réseaux sociaux sont spécialisés dans des domaines spécifiques. Facebook, le plus populaire actuellement, se base principalement sur les relations amicales, les amis perdus de vue ou encore les relations intimes. MySpace est un outil plus particulièrement utilisé par les musiciens et les artistes. LinkedIn est un réseau essentiellement professionnel, alors que Flickr est un outil prévu pour publier des photographies.

Il n'est pas rare de retrouver une même personne simultanément sur chacun d'eux, voire d'autres encore.

Le premier réseau social

Le premier réseau social en ligne date de 1995, il s'agissait de "classmates.com", basé sur le concept de créer des liens entre les étudiants du monde entier. Aujourd'hui, il existe une multitude de sites communautaires similaires, mais leur succès est très inégal. D'abord considérés par beaucoup comme une vitrine narcissique, les réseaux sociaux sont rapidement devenus incontournables et extrêmement populaires, si bien qu'aujourd'hui Facebook annonce plus de 130 millions d'utilisateurs !

Objectifs des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux ont pour but de créer des interactions sociales entre les utilisateurs : c'est ce qui explique leur succès. Une majorité d'utilisateurs s'inscrivent d'abord pour voir les photos d'amis perdus de vue ou pour visionner les photos dans lesquelles ils ont été "tagués" ou marqués, c'est-adire révélés (leur nom est inscrit en dessous de la photo). La curiosité étant un vilain défaut propre à la nature humaine, le nombre de personnes connectées sur ces réseaux augmente de façon exponentielle.

LinkedIn

Réseau social professionnel : LinkedIn

LinkedIn est un réseau professionnel en ligne qui compte aujourd'hui plus de 31 millions de membres issus de 170 secteurs d'activités dans plus de 120 pays (chiffres octobre 2008).

Basé sur les relations professionnelles, LinkedIn a pour but de créer des liens à plusieurs niveaux entre des personnes physiques. Le concept étant "Les amis de mes amis sont mes amis", si votre ami "Michel" est ami avec "Sonia", vous avez un lien de deuxième niveau avec "Sonia". Plus tard vous souhaiterez peut-être collaborer avec l'entreprise X dans laquelle travaille "Sonia", elle sera donc votre point d'entrée et pourra vous recommander. En général, les informations et photos publiées sont de nature professionnelle.

Les principales informations publiées sur LinkedIn sont les suivantes :

Description de l'activité

Pays d'origine (ou d'activité professionnelle)

Entreprises et activités actuelles

Entreprises et activités passées

Cursus scolaire

Nombre de connections ("amis", "collègues" ou "connaissances")

Sites web

Contact

Ce réseau social ressemble plutôt à un Curriculum Vitae en ligne. La présentation ne permet pas ou peu de débordements tels que des messages d'autres utilisateurs visibles par tous. Les contacts entre les différents membres se font uniquement par email, donc de particulier à particulier.

Il s'agit alors d'un outil reflétant un profil qui est parfaitement maîtrisable. Il n'est pas possible par exemple qu'un tiers y publie des photos ou des commentaires.

LinkedIn est un parfait miroir de ce que l'utilisateur désire montrer de lui. Disponible depuis octobre 2008 en version française (version beta), LinkedIn s'annonce comme le réseau professionnel de demain.

LinkedIn et les réseaux sociaux professionnels CONCURRENTS

Les principaux concurrents de LinkedIn sont notamment :

Viadeo (www.viadeo.com)

Xing (www.xing.com)

Ziki (www.ziki.com)

Plaxo (www.plaxo.com)

Myspace

Myspace et Myspace Music

MySpace comporte deux parties distinctes. L'une est ouverte à tout le monde et n'est autre qu'un réseau social "généraliste" prévu pour créer un espace personnalisé et tisser des liens entre amis en publiant des images et des commentaires.

L'autre, MySpace Music, comme son nom l'indique, s'adresse aux musiciens et divers artistes (DJs, chanteurs, compositeurs, guitaristes etc.) qui peuvent y entreposer leurs compositions musicales et y remplir diverses informations personnelles et date d'événements. En avril 2008, il comptait plus de 230 182 000 utilisateurs. Mais, tout comme les autres réseaux sociaux, il compte des milliers de faux profils ou de doublons.

Les informations présentes sur la version musicale MySpace Music sont les suivantes :

Nom ou surnom de l'artiste ou du groupe

Statut (par exemple : "enregistrement du nouvel album en cours")

Humeur (par exemple : "fatigué" ou "productif")

Prochaines dates de concerts, de représentations etc.

Photographies

Vidéos, clips

Amis ou fans

Musiques en streaming (en lecture directe depuis le navigateur)

MySpace contient un espace destiné aux messages des amis. Cet espace situé sur la page principale est visible par toutes les personnes ayant accès au site.

La page de l'utilisateur, au contraire de LinkedIn, n'est pas complètement maîtrisée par son créateur puisque des tiers peuvent y mettre leur commentaire. Par contre, il est possible de choisir si le profil est ouvert ou non au public.

Facebook

Facebook : LE réseau SOCIAL le plus populaire

Il est actuellement le plus populaire des réseaux sociaux et peut-être également le moins facile à contrôler. Facebook, pour les raisons exprimées ci-dessous, occupera une grande place dans ce travail, car il est le théâtre de nombreuses dérives qui portent atteinte à la réputation numérique. Mais avant toute chose, étudions de prêt ses fonctions et les raisons de sa popularité.

Facebook, né à Harvard en 2004, était destiné uniquement aux étudiants de l'université de Boston. En septembre 2006, il s'ouvre à tous et aujourd'hui, selon Facebook, il compte plus de 130 millions 11 d'utilisateurs actifs, plus du double du chiffre du début de l'année. Toutefois il faut nuancer ce chiffre car les faux profils pullulent et bon nombre d'utilisateurs ont plusieurs comptes à leur nom.

Le 16 Juillet 2009, Facebook annonçait 250 millions d'utilisateurs. Voici l'évolution du nombre de membres :

Été 2008 : 100 millions d'utilisateurs

Janvier 2009 : 150 millions d'utilisateurs

Avril 2009 : 200 millions d'utilisateurs

Juillet 2009 : 250 millions d'utilisateurs

Facebook est un réseau social destiné à rassembler des personnes proches ou inconnues, souvent utilisé pour retrouver de vieilles connaissances. Il est LE réseau social incontournable et se place comme 5e site le plus visité au monde. Sur le site principal de Facebook, décembre 2008, on peut lire qu'il y a un total de 10 billions de photos publiées sur leur réseau et que chaque mois 700 millions de nouvelles images sont publiées par les utilisateurs!

S'inscrire sur Facebook

Pour entrer dans ce réseau social, il suffit de remplir un formulaire d'inscription, mais les conditions de conservation et d'utilisation des données sont très floues. Il est d'ailleurs difficile de s'y désinscrire totalement, si bien qu'il existe des groupes sur Facebook se prénommant "pour que l'on puisse un jour se désinscrire de Facebook" ou encore "Je cherche à me désinscrire de Facebook et je ne sais pas comment faire"!

Facebook est basé sur une interaction entre "amis". Qu'il s'agisse de copains, de collègues, de cousins, de vagues connaissances ou de conjoints, il n'existe qu'une seule et même catégorie de liens : "AMIS". Pour accéder au profil et voir les informations et photos d'une personne il faut être accepté comme "ami" (Excepté dans certains cas où l’utilisateur aurait ouvert son profil à tout le monde). Cependant bon nombre d'utilisateurs acceptent n'importe quelle invitation.

Dans la plupart des cas, les utilisateurs ajoutent passablement de personnes de leur entourage, sans distinction de milieu professionnel ou privé. Discuter avec quelqu'un dans un bar quelques minutes peut suffire comme prétexte pour devenir des "cyber-amis". La notion d'"ami" est donc très éloignée de celle connue dans la vie réelle.

Facebook et informations personnelles

Il n'y a pas de limites aux informations personnelles que l'on peut dévoiler sur Facebook, et c'est ce qui peut devenir dangereux. Avec un profil bien rempli, il est possible d'avoir un nombre de détails impressionnants sur la personne, de savoir où elle était la semaine passée et où elle sera le week-end prochain (notamment avec la notification de présence aux événements). Il est aussi possible de connaître les positions des membres sur la politique ou la religion.

Il existe aussi plusieurs moyens d'insérer des informations ou autres images sur le profil d'un tiers. Un "mur", sorte de tableau de commentaires, est placé au centre du profil du membre. Tous ses amis peuvent y insérer des messages visibles par le réseau de l'intéressé. Bien sûr, il lui est possible d'effacer des commentaires qui lui paraissent inappropriés, mais difficilement d'en empêcher leur parution. Il en est de même pour les images. Tout ami peut "taguer", c'est-à-dire marquer ou signaler une photo de vous, encore une fois, sans droit de regard avant publication.

Facebook et e-réputation

Au vu de ce rapide tour d'horizon de Facebook, on se rend vite compte de la souplesse de ce système, et des nombreuses traces laissées par les utilisateurs. Les problèmes liés à la réputation sont donc, comme nous pouvons déjà l'imaginer, nombreux et variés. De plus, en regardant les statistiques actuelles de trafic journalier, Facebook semble être le réseau social de demain.

Le business Facebook

Si bien qu'il intéresse déjà les géants de l'informatique qui voient en lui un potentiel inestimable. Fin 2007, Microsoft rachète 1,6% des parts de Facebook pour un montant de 240 millions de dollars14. Les deux parties auraient donc estimé Facebook à une valeur de 15 milliards de dollars ! Sachant l'évolution fulgurante que Facebook a connue depuis, le chiffre pourrait aujourd'hui être encore plus élevé malgré la crise financière actuelle.

Facebook devant Google et Microsoft ?

Facebook VS Google Friend Connect et Microsoft

Décembre 2008, Google, le plus célèbre des moteurs de recherche, lance "Google Friend Connect" sûrement en réponse à l'engouement pour les réseaux sociaux. Il s'agit d'un système de liens entre les sites personnels qui se veut très simple, mais qui nécessite une modification du code HTML des sites en question. Même si certains sont capables de comprendre la manipulation, une majorité des blogs ne permet pour l'instant pas cette modification.

"Google Friend Connect" aurait été créé en réponse à l'engouement pour Facebook, et suite à l'impossibilité de Google de racheter une majorité des parts du célèbre réseau social. En effet, selon certaines rumeurs, Google, Yahoo ainsi que Microsoft auraient voulu, individuellement, racheter Facebook en 2006 et 2007 pour des sommes estimées à plusieurs milliards de dollars.

e prix de Facebook

Mark Zuckerberg, jeune fondateur et PDG de Facebook, aurait refusé à plusieurs reprises des offres d'un montant astronomique. Des propositions de rachats de sites Internet avec des sommes aussi élevées sont rares. Par comparaison, Youtube, site de partage de vidéos, avait été racheté 1,65 milliards de dollars.

Si les propositions de rachat de Facebook sont aussi élevées, c'est sûrement dû à la base de données unique et gigantesque qu'il détient. Aucun gouvernement au monde, aucune entreprise n'a autant d'informations personnelles sur 130 millions de personnes !"Facebook sait qui est ma femme, ils savent que j'aime le VTT, ils connaissent les films que j'ai vus, les livres que j'ai lus, et ces informations constituent un profil très précis de moi et de ce que je consomme. Ces données ont une valeur inestimable notamment pour les publicitaires, car ils savent qui je suis et ce que je veux faire. [...] Quand Facebook aura trouvé la bonne formule, il deviendra la plus puissante et la plus riche des sociétés que le monde n'a jamais connu" explique Josh Quittner, journaliste au Time Magazine.

Étant donné la difficulté des géants comme Google ou Microsoft à s'imposer dans le monde du réseautage social, l'avenir nous promet des rebondissements intéressants.

L'avenir des réseaux sociaux

Analyse sur l'avenir des réseaux sociaux

Difficile aujourd'hui de dire quel avenir connaîtront les réseaux sociaux étant donné leurs jeunes âges et l'évolution rapide des nouvelles technologies. Actuellement les réseaux sociaux s'invitent déjà sur certains téléphones portables avec des services dédiés comme l'application Facebook sur l’IPhone de Apple. L'évolution logique voudrait que l'immersion soit plus totale avec une interface plus développée et pourquoi pas, un monde virtuel en trois dimensions dans lequel on se baladerait et discuterait avec ses amis.

Réseau social Second Life

Ce concept existe déjà, il s'appelle "Second Life". Il s'agit d'un univers virtuel en 3D sorti en 2003 qui permet à l'utilisateur (le résident) de vivre une "seconde vie" virtuelle. Il est possible de se balader dans ce monde, de discuter avec les personnes que l'on rencontre, mais aussi de se marier, de créer une entreprise ou de s'acheter des vêtements. Il existe un système monétaire, une monnaie virtuelle que l'on peut convertir en réels dollars américains.

Certains résidents y ont gagné des centaines de milliers de vrais dollars par exemple dans l'immobilier virtuel en vendant des parcelles de terrain ou des appartements. Second Life n'est donc pas un jeu, mais plutôt une expérience visant à être aussi variée que la vraie vie.

Ce monde virtuel a passionné plus de 15 millions de personnes pour gentiment retomber à 1 million d'utilisateurs connectés durant ces deux derniers mois 20. À son apogée, Second Life a séduit jusqu'aux partis politiques qui ont investi dans la construction d'espaces réservés aux membres avec la possibilité de se renseigner sur les prochaines votations, de débattre sur des sujets d'actualité etc.

Objectif des réseaux sociaux

Difficile de dire dans quelle mesure les réseaux sociaux concurrencent ce genre d'applications. Mais le but premier de Second Life ou de Facebook est identique, à savoir interagir avec des personnes réelles, par l'intermédiaire d'un ordinateur et se créer un réseau d'amis.

Il semblerait que les plateformes simples à utiliser aient plus de succès actuellement. Sony est sur le point de lancer "HOME", un équivalent à Second Life pour les utilisateurs de la console de jeu PlayStation 3. Il serait pourtant trop tôt d'affirmer que ces mondes virtuels, actuellement sur le déclin, pourraient avoir "une deuxième vie".

Réseaux sociaux et informations personnelles

Les sites de réseaux sociaux exposent des données parfois très intimes, connues seulement de nos proches dans la vie réelle. Les informations personnelles semblent être exposées au vu de tous. Nous nous posons alors la question de la frontière entre notre sphère privée et notre sphère publique. "À chaque fois que vous publiez des informations sur Internet, elles ne vous appartiennent plus ! Elles sont disponibles pour un tiers. [...] dès qu'elles sont numérisées et en ligne, elles sont enregistrables, accessibles, mémorisables, reproductibles [...] autant mettre des informations qui nous semblent ne pas pouvoir porter préjudice que ce soit à court ou long terme."

Sphère privée ou sphère publique ?

Confidentialité, sécurité et Réseaux sociaux

"Lorsque l'on se balade sur Facebook, il faudrait toujours inscrire au-dessus de son ordinateur un avertissement : "tout ce que j'inscris ici tombe dans le domaine public !" [...] car sur Facebook il n'y a aucune confidentialité" Serge Tisseron, auteur de "Virtuel, mon amour" met les internautes en garde. Les réseaux sociaux sont en théorie des espaces privés, il faut être ami avec la personne pour accéder à son profil et voir les diverses informations le concernant.

Toutefois, la confidentialité est très relative. Le nombre de possibilités d'accéder aux informations de quelqu'un sans être son ami sont élevées. De plus, il n'est pas nécessaire d'avoir des connaissances accrues en informatique pour s'infiltrer. La facilité d'accès à un profil est relative aux paramètres de sécurités que l'utilisateur aura configurés.

Pour accéder aux informations de quelqu'un, la méthode la plus simple est de lui demander de devenir son ami. Il y a de fortes chances pour que la personne accepte l'invitation, pour au moins l'une des raisons suivantes :

Tout simplement pour se créer un nouveau contact, ou peut-être une opportunité professionnelle

Pour collectionner des amis (très répandu chez les jeunes qui comptent parfois plus de 500 amis)

Dans le doute qu'il s'agisse d'une personne dont elle ne se souvienne pas

Pour pouvoir accéder au profil du demandeur et voir de qui il s'agit

Par curiosité (beaucoup de jeunes avouent accepter les personnes de sexe opposé "plutôt jolies")

Ou parfois encore, à cause d'une erreur de manipulation

Deuxième méthode, tout simplement se connecter par l'intermédiaire de quelqu'un d'autre. Si vous recherchez des informations sur votre ex-femme, il est fort probable qu'elle soit amie avec quelqu'un de votre entourage.

Troisième méthode pour accéder cette fois uniquement aux photographies de la personne : si cette dernière fait partie d'un groupe Facebook, par exemple "Université Lausanne", il suffit d'aller regarder les photos du groupe sur lesquelles elle est présente. Les groupes étant pour la majorité publics, les images qui y sont publiées sont visibles par tous.

Quatrième méthode, par l'intermédiaire d'amis. Certains utilisateurs configurent leur compte pour qu'il soit accessible par "les amis de mes amis".

Certains comptes ne sont même pas fermés au public, dans ce cas, il suffit d'y accéder en tapant le nom de la personne dans Google ou directement sur Facebook. Cas plus rare, il arrive que des photos Facebook soient reprises sur des blogs publics, par exemple lorsqu'elles sont insolites ou qu'il s'agit de clichés aguicheurs. Toutes ces raisons expliquent pourquoi les spécialistes insistent bien sur le fait que les réseaux sociaux ne peuvent pas être considérés comme privés ou confidentiels.

Sécurité des réseaux sociaux

Le gouvernement britannique a commandé une étude sur la sécurité des réseaux sociaux (particulièrement Facebook et MySpace) pour la campagne "Get safe online" Surfez prudemment). Elle démontre qu'un quart des utilisateurs britanniques de ces sites révèlent des informations personnelles (coordonnées, date de naissance...) sur leurs profils en ligne. 34% des 18- 24 ans révèlent même des informations considérées comme susceptibles d'être utilisées "à des fins criminelles". 15% des utilisateurs n'utilisent aucun des outils de confidentialité des informations offerts par le site (par exemple la limitation des personnes qui peuvent accéder au profil), et 24% utilisent le même mot de passe pour tous les sites.

"Même si certaines de ces informations semblent inoffensives, elles fournissent en fait un riche matériel pour les criminels", explique Tony Neate, responsable de la campagne d'information. "Votre date de naissance et l'endroit où vous vivez sont suffisants pour que quelqu'un obtienne une carte bancaire à votre nom".

L'étude analyse également les motivations des internautes connectés sur le site : 29% recherchent des informations sur leurs anciennes relations amoureuses (39% chez les 25-34 ans) et une personne sur trois, des informations sur son patron, ses collègues ou un candidat à un emploi.

Qu'il s'agisse d'un Curriculum Vitae, d'un blog, d'un profil Facebook ou d'une intervention sur un forum de discussion, toutes ces données se référant à un individu, construisent son identité numérique de laquelle découlera la réputation numérique.