la Croix
18 RUE BARBES
92128 MONTROUGE CEDEX - 01 74 31 60 60

20/21 NOV 10
Quotidien Paris
OJD : 95129

Surface approx. (cm²) : 153
N° de page : 18

LIVRE

D'Internet, de la vie privée et des médias

SUR LES TRACES DE BIG BROTHER
d'Alain Levy
L'Éditeur, 272 p., 18 €

C'est un plaidoyer pour Internet, un essai qui entend blanchir le Web des accusations de contrôle, d'indiscrétion, de fichage de ses utilisateurs. Aux yeux d'Alain Levy, un ancien élève des Ponts et Chaussées, aujourd'hui à la tête de Weborama (un site qui s'occupe du ciblage comportemental sur Internet), ce procès, non dénué de fondement, ne dit pas la vérité du net. Pour l'auteur, le Web ne réalise pas la prophétie de George Orwell dans *1984*. Il n'est pas la matrice numérique de la surveillance globale et du recul de l'esprit critique mais une formidable machine au service de la circulation des idées et de l'extériorisation de soi.

Dans sa défense de l'Internet, Alain Levy nous permet de saisir les coulisses du Web, le jeu extravagant conduit par les grands moteurs de recherches comme Google ou par les réseaux sociaux comme Facebook pour récolter des données sur leurs utilisateurs. Dresser les profils, capter l'attention pour répondre au mieux aux attentes des annonceurs, voici la clé de voûte et le modèle économique du réseau mondial. *«Nous ne fliquons personne. Nous essayons de mieux comprendre les goûts et les habitudes de ceux qui naviguent sur Internet afin de ne les exposer qu'à des messages publicitaires qui collent à leur profil et qui répondent à leurs attentes»* écrit l'auteur, non sans franchise.

Dans ce vaste processus de pistage des identités, la frontière classique entre vie privée et publique n'a plus cours. Une évolution qui conduit dans le monde infernal de la transparence absolue. Cette évolution – révolution? – n'est pas sans incidence sur les grands médias. Alain Levy n'aborde pas cette question de face; il livre cependant, au détour de sa pensée, quelques éléments qui méritent d'être entendus. Ainsi, à propos du rapport entre les «digital natives» (ceux qui sont nés dans un environnement numérique) et la consommation de l'information, l'auteur cite une étude de Frédéric Filloux: *«Plus c'est rapide, mieux c'est. Oubliez la forme longue du journalisme; des flashs télé courts, des journaux sur Internet libres d'accès, des bulletins d'infos de la radio pris au vol, voilà qui est amplement suffisant. Le groupe fera le reste: organiser la hiérarchie entre ces informations, décider ce qui est crédible et ce qui ne l'est pas; la vérité, en tout cas ce qui est perçu comme la vérité, semble émerger d'une sorte de vote de groupe».* Comment répondre, pour un grand média d'information présent sur le net, à ce double processus mis en valeur par l'auteur: l'individualisation de l'internaute, et son agrégation à des tribus numériques?

LAURENT LARCHER

Eléments de recherche : SUR LES TRACES DE BIG BROTHER : livre de Alain Lévy aux éditions L'Éditeur, toutes citations