

EPS-2013-35

Rapport synthétique

Description de la vulnérabilité des sociétés, des organisations ou des régimes politiques, selon leur nature, face aux possibilités offertes par les moyens de communication



L'objet de l'étude est de décrire la vulnérabilité des sociétés, des organisations ou des régimes politiques, selon leur nature, face aux possibilités offertes par les moyens de communication.

Cette étude est née d'une certaine fébrilité qui a atteint le monde occidental à la découverte de l'omniprésence des médias sociaux dans l'explosion des révoltes dites du *Printemps arabe*. L'irrésistible élan de celles-ci en Tunisie et en Egypte vis-à-vis de régimes politiques jugés forts, a laissé croire que la clé de leur succès se trouvait dans ces médias sociaux. Une nouvelle ère imprévisible s'ouvrait alors devant nous, chassant les élites et déclassant les générations. Non maîtrisables, croyait-on, et donc non maîtrisés, ces médias sociaux pouvaient amener tous les désordres et dans une certaine mesure, décupler le pouvoir de la rue.

Au fil des mois d'étude, l'affaire est apparue plus complexe, plus embrouillée. Un outil technique, internet et toutes ses applications, un deuxième outil, le téléphone portable, sont venus opportunément à la rencontre d'une société mondiale en pleine évolution. Celle-ci est sans doute selon les états concernés, à des stades plus ou moins avancés. Mais la nature des relations humaines, individuelles et collectives, évolue non sans contradictions et paradoxes. L'éloignement des élites de l'attente des populations, et donc des populations, en est un des phénomènes marquants. Bien entendu les secousses en réaction engendrées par cette évolution, avec le facteur aggravant d'une démographie mondiale folle au regard de l'histoire de l'humanité, créent des zones de désordres qu'il convient de tenter de maîtriser. L'actualité ne manque pas d'exemples pour le démontrer.

Il a fallu mieux connaître d'abord de quoi on parlait. La littérature sur le sujet n'a pas manqué dans les premières années de cette nouvelle approche médiatique. Qui sont-ils, Facebook, Twitter, YouTube, Skype, Google+, Dailymotion, Copains d'avant, Deezer, MySpace, Picassa etc, quel sont leur déploiement, leur usage, leurs usagers, quelles précautions prendre...

La dérive narcissique des générations les plus jeunes, et pas forcément des seuls ados, que flattent et encouragent les réseaux sociaux, a ses multiples effets. Ainsi des détails sur les opérations en cours sur tel bâtiment de la Marine nationale, apparaissent sur des pages, personnelles mais très accessibles. Ainsi les autorités russes ne peuvent masquer la présence de troupes en Ukraine, toujours pas des indiscretions de leurs soldats vers leurs abonnés. Ainsi les djihadistes de Daech ne s'exposent maintenant plus, ayant été ciblés et mis hors de combat après s'être avantageusement exposés sur les réseaux sociaux. Sur le plan personnel, ce sont les traces indélébiles laissées par des faits compromettants de moments de folie même

très passagers, qui font le miel des directions de RH. Plus risquée peut-être est la pratique du *sexting*, photos érotiques théoriquement à faible durée de vie, qui circulent sur le net, avec les effets que l'on peut imaginer pour celle qui s'est mise en scène un peu hâtivement. Enfin, car il faut bien en rire un peu, la pratique des *selfies*, autoportraits souvent à deux, favoriserait le développement des poux par la proximité répétée des chevelures de ceux qui ne se lassent pas de tourner l'appareil vers eux.

Il faut en venir aux effets vertueux. Pour une bonne part, ils reposent sur l'adage ancien, prendre les autres à témoin. Les autres, devient une quantité incroyable de personnes, touchées par les faits que l'on veut divulguer pour en arrêter le cours, pour mobiliser l'opinion publique dont seul le poids peut enrayer un enchaînement vicieux. Le succès n'est pas toujours au rendez-vous, mais la démarche a pu se faire et l'alerte se donner. Ainsi le port du voile en Iran, des femmes ont mis sur le net des photos d'elles sans leur voile. Mais malgré le soutien écrit de leur mari, de leurs frères, elles n'ont pas obtenu satisfaction, et se font l'une après l'autre rattraper par la justice. Ainsi en France tel conseiller technique d'un ministre important se voit contraint de démissionner devant le tollé que finit par provoquer sa situation. Effet chez l'un, Tunisie, Egypte, long feu chez l'autre, Turquie, pourquoi ? Ce ne sont pas les médias sociaux qui provoquent le mouvement mais leur contenu et leur audience. Alors que les journalistes occidentaux regardaient avec gourmandise le déchaînement de critiques et d'accusations de corruption à l'encontre du premier ministre turc, évidemment donné perdant aux élections suivantes, celui-ci les a remportées par deux fois avec une belle majorité, non sans stigmatiser entre autre Twitter dont la menace ne l'impressionnait visiblement pas.

Chaque cas est donc un cas particulier et mérite une analyse particulière à renouveler à chaque situation nouvelle, que l'expérience permet d'explorer avec de bonnes chances de succès. Pour étayer cette approche d'une manière simpliste, on peut dire que la Tunisie a été très sensible aux réseaux sociaux qui ont contribué, en véhiculant l'appel à la mobilisation soutenu par des arguments forts, à la chute spectaculaire du régime. La Tunisie est toujours la Tunisie et sa culture profonde n'a pas été changée par ces événements. Pourtant les réseaux sociaux ne la mobiliseraient plus aujourd'hui, faute de messages à véhiculer. Classer les pays, les sociétés, au jour J oui, mais cela ne paraît très opportun dans le temps. Un des critères est à l'évidence la pénétration d'internet dans la population, incidemment pas très élevée encore en Anatolie, mais quelle donnée est-elle moins fluctuante que celle-là ?

Les médias sociaux semblent avoir totalement accaparé la notion de réseaux au point que l'on ne puisse plus concevoir qu'un média ne possède pas au moins une ramification dans le cyber au travers de ce que nous nommons les réseaux sociaux et médias sociaux ; deux des terminologies les plus cités aujourd'hui quand on parle de « l'internet ».

Mais les réseaux sociaux ne remplacent pas les autres médias. Ils s'y ajoutent comme autre fois la télévision s'est ajoutée à la radio. L'envie de communiquer, d'exprimer (ou d'afficher) son opinion, n'est en rien une nouveauté. La nature humaine est ainsi faite. Ce qui change ne relève pas de la nature humaine mais relève des « circuits », des « tuyaux » que celle-ci invente pour communiquer : tablette en pierre, papyrus, papier, encre, signaux, télégraphe, radio, télévision, numérique et réseaux sociaux.

Le travail théorique est relativement abondant pour tenter de définir et d'exprimer ce « nouveau monde virtuel », allant de « la société en réseaux » à « la société numérique » sans omettre « les réseaux comme champ de bataille » ou encore les médias sociaux comme « pouvoir aux sans-pouvoirs » dans un monde totalement nouveau. Or, réseaux (technologiques ou pas) et organisation sociale ont toujours existés.

Mais la convergence des technologies et des réseaux traditionnellement humains modifient, ou plus exactement influent, sur la structuration des pouvoirs au sein des sociétés. Dès lors, les réseaux sociaux favorisent-ils la structuration des pouvoirs et la cohésion des sociétés dans lesquelles ils se mettent en place ? Cette question est apparue en filigrane de quasiment tous les exemples étudiés.

L'une des réponses serait de penser les réseaux sociaux au travers de la notion de médias sociaux réticulaire au sein d'une approche stratégique des réseaux sociaux car les médias sociaux ont été pensé jusqu'à présent dans des cadres opératifs ou tactiques, jamais stratégiques. Offensif et défensif d'un point de vue militaire, un réseau est propice à la propagation de pouvoirs, qu'il soit légaux ou pas, pacifistes ou violents.

Jusqu'à encore récemment, les médias étaient les incontournables intermédiaires entre le corps de la société, citoyen ou pas, et les élites dirigeantes. Dans ce schéma, la formation des opinions s'avérait finalement cantonnée à ce que les médias voulaient traiter ou à l'inverse ce qu'ils voulaient occulter. Ce temps semble bien révolu. Désormais un média, quel qu'il soit, se partage, il fait émerger de nouvelles paroles (experts, témoins, ...) et il repère des opinions intéressantes ou qui interpellent.

Nous assistons moins à la disparition des anciens média, qu'au double phénomène de l'affaiblissement des séparations instaurées entre eux et à l'apparition de nouveaux moyens techniques de promouvoir une information. Journaux, radios, télévisions possédaient un contenu spécifique et bien souvent un public spécifique. Internet fusionne les deux, tout en transgressant les règles admises entre distribution et réception de l'information, favorisant l'hybridation de l'information : les émetteurs composent l'information avec de multiples sources (information patchwork) et encouragent la réactivité des récepteurs via des plateformes type twitter.

Le premier enseignement stratégique est là : l'information n'est plus une donnée finie, n'est plus la réponse à une recherche d'une donnée finie et délimité ; l'information est devenu un flux. La recherche d'information n'est donc plus statique (je recherche une information stockée dans un support), mais immersive au sein d'une concentration de flux, abondants, rapides, divers, variés et instantanés. Mais le plus intéressant est certainement la fugacité de ces informations : en 5 secondes une actualité à disparu sur twitter... Ce faisant l'actualité est réactualisée en permanence et périssable.

L'instantanéité est le terme qui définit le mieux les réseaux sociaux : chacun peut désormais être informé en temps réel d'un événement et réagir immédiatement à cette information : tout le monde peut s'exprimer sur tout. Mais s'exprimer pour ? Pour communiquer c'est-à-dire atteindre et toucher des destinataires ? Pour propager une information ou convaincre ? Pour un devoir de mémoire face à l'oubli ? Pour perturber un pouvoir ?

Chacun est désormais en mesure de dire ce qu'il veut, de montrer ce qu'il veut et d'obtenir par ce biais l'attention de ce qu'il veut. Les réseaux sociaux devenant un « tuyau » dont chacun peut s'emparer afin d'y incorporer ses opinions, ses activités, ses sentiments mais aussi tout ou partie de sa vie.

Ce tuyau détermine alors le contenu selon la formule célèbre, la forme structure le fond, par le biais de messages texte (messages de persuasion, de publicité, de propagande, de discours, d'influence, de rhétorique, ...), d'images (information, identification, imitation, modes, marques, marketing, ...), de codes (langue, culture, normes, vocabulaires, thématiques, ...), ou encore de synergies (communautés, associations, idéologies, dénonciations, revendications).

En parallèle, la détermination des opinions est passée de mécanismes verticaux à des mécanismes horizontaux. Plus précisément, nous sommes passés d'un système d'information

centralisée et descendant, à un écosystème communautaire géométrique dans lequel un utilisateur détient à la fois le média et l'expertise : les influenceurs, identifiables par le nombre de followers sur twitter, par le nombre de vues sur Youtube, etc...

S'informer pour créer du sens n'a jamais semblé aussi facile grâce à la promesse entretenue par les réseaux et médias sociaux. Les exemples mis en exergue au sein de cette étude le démontrent.

Par le biais d'internet et des mobiles / smartphones, on se filme, on se photographie, on communique et on post en temps réel sur internet sa vie, son intimité, son sentiment et son opinion sur tout sujet et ce bien au-delà du cercle traditionnel de la famille, pour celui de la communauté). Cependant, l'étude montre que la communauté n'est pas la collectivité. Les réseaux sociaux créent en réalité, non pas un nouveau collectif, mais une agrégation de multitudes de pluri-individualités, qui se font et se défont au gré des événements. Pour autant, l'art de la rhétorique (art de la persuasion) existe depuis plus de 2000 ans...

L'accès aux réseaux et médias sociaux se heurte à des obstacles qui n'ont rien de nouveau. Premier obstacle, la propagande, le faux, le mensonge, la désinformation, tant dans le texte que dans l'image (dans ce domaine précis, les nouvelles technologies amplifient mais n'inventent pas le « trucage »). En second lieu, la surabondance de l'information via internet et mise en exergue par les réseaux et médias sociaux ; ce que certains nomment « l'infobésité ». Troisième obstacle, celui de l'effet de contagion, amplifié par la facilité du « copier-coller », reprenant et diffusant une donnée, une information. Ce que nous pouvons aussi définir comme l'effet d'emballement. Quatrième obstacle, celui de l'instantané, de l'immédiateté et la mise en exergue de l'actualité, engendrant la mise en émotivité de l'agenda événementiel puis, après concentration de l'attention et mise à l'écart de parties de la réalité, la mise en forme de l'oubli. Là aussi, rien de neuf, Napoléon dans ses Mémoires appelait à se méfier des enthousiasmes spontanés. Enfin, dernier obstacle, celui de s'isoler au sein d'un groupe afin de renforcer sa perception de la réalité au détriment de tout autre pensée et forme de pensée.

Encore une fois, rien de neuf : le télégraphe, l'art de la propagande des années 1920, la radio, la télévision étaient déjà soumis aux mêmes problématiques et obstacles. Internet n'est pas un objet particulier, ce n'est qu'un vecteur de diffusion de données et donc d'informations. D'autres outils, plus anciens, sont toujours actifs ; mais internet y ajoute la rapidité.

Quels sont les caractéristiques des réseaux sociaux mises en évidence ? D'abord, par leur

rapidité de captation et leur vitesse de diffusion, ils court-circuitent les médias traditionnels, les institutions et pouvoirs. Ensuite, ils permettent à tous de s'exprimer ou de témoigner (sans omettre que l'important est d'être repris, et plus encore d'être indexé). D'autre part, ils sont le lieu de nouvelles stratégies et celui de nouveaux pouvoirs, y compris dans une dimension altruiste que celle de l'individu-citoyen. De plus, ils ont un effet libérateur de parole avec pour corollaire une difficulté à contrôler cette parole libre. Cette liberté se retrouve mise en application au sein d'un travail collaboratif, permettant à la fois une sorte de démocratie directe et spontanée en « likant » tel ou tel événement, telle ou telle décision ; mais aussi permettant des mobilisations virtuelles ou réelles soudaines par le biais de coordinations d'individus / utilisateurs épars.

De manière évidente, ces principales caractéristiques octroient aux réseaux sociaux une capacité à transformer les cartes des relais d'opinion de manière imprévisible, augmentant la difficulté à les contrôler, et ce faisant, à transformer la cartographie des pouvoirs.

Pour y faire face, ces pouvoirs se doivent alors de mettre en place de nouvelles stratégies de communication reposant sur des caractéristiques précises : la détection des signaux faibles de changements cruciaux par la mise en place d'une veille (et d'outils adaptés) ; par l'anticipation des tendances sociétales (matrice risques/opportunités) ; par la construction de réseaux basés sur l'échange. Lors du déclenchement de phénomène numérique, de manière classique, il conviendra à ces pouvoirs de mettre en place à la fois une cartographie des adversaires / alliés ainsi qu'une analyse fine des identités apparentes ; de définir les objectifs stratégiques des acteurs en présence ; enfin de mettre en place des stratégies de message (texte, image, ...) : message + argumentation + mise en forme + relais + viralité + indexation.

Là où les réseaux et médias sociaux alliés aux nouvelles technologies permettent une réelle progression, est dans la capacité de comparer, d'analyser, de vérifier l'information ; et tout particulièrement désormais dans une démarche d'intelligence collective ou de travail collaboratif. On s'y sent moins seul dans l'expression de ses opinions et sentiments (y compris qui autrefois relevaient de l'intime). Plus encore, cette mise en public, cette visibilité confère à ces opinions une légitimité par illusion de majorité.

La première démarche engendrée par les réseaux sociaux est celle de la confiance en d'autres tiers, contributeurs à la vérité, permettant son ciblage, son agrégation, puis sa production /coproduction et *in fine* sa diffusion au sein de ce *process* de confiance. Et c'est ce cycle qui

désormais étant ouvert à tous sur tout, introduit une règle disruptive dans le processus de l'information.

De fait, l'un des enseignements que nous pouvons émettre est que l'information (donc sa manipulation) passe désormais moins par les médias (classiques ou pas) et davantage par des tiers de confiance (les fameux « influenceurs » -*social mediator*- du web, dont la terminologie déjà, modifie la perception que nous avons d'eux) qui servent de relais auprès de groupes identifiés fortement réactifs et qui possèdent un taux d'implication (taux d'engagement politique au sens de la *polis*) supérieur à ceux des médias qui continuent de diffuser des dépêches de manière générale et unilatérale. Et cette problématique de l'unilatéralité des médias dans leur manière de communiquer (diffuser) l'information est la cause première à la fois de la perte de qualité de la diffusion, et du déclin des médias traditionnels.

A l'inverse des médias traditionnels, il ressort de notre étude, une grande diversité de profils des influenceurs : journalistes, bloggeurs, chercheurs, fonctionnaires, responsables politiques, ONG, organismes étatiques, etc..., et des profils mixtes recouvrant deux voir plus profils. Autre enseignement, en fonction de la géographie et des régions du monde étudiées, le profil de ces influenceurs varie. Certaines régions privilégieront des influenceurs « officiels » (fonctionnaires notamment), d'autres régions des influenceurs issus de la société civile ou des ONG (Moyen-Orient particulièrement). Plus encore, dans certaines régions du monde, les influenceurs, par le biais de communautés réactives et solides, sont devenus plus importants que certaines collectivités organisées. Enfin, pour que les Etats puissent déployer une communication efficace ces influenceurs ne doivent surtout pas être contrôlés par les Etats, mais se doivent d'être placés au cœur d'un dialogue avec ces derniers.

Trois critères majeurs transparaissent concernant la pertinence d'influence numérique : l'exposition de celui qui s'exprime (audience réelle et fréquence de publication) ; l'écho (la viralité et la propagation de son contenu) ; la discussion (l'interactivité suscitée par son contenu ainsi que la reprise par d'autres formes de médias).

Pour autant, les réseaux sociaux, s'agrégeant en communautés, ne favorisent pas en leur propre sein, l'émergence de débat politique ouvert et pluraliste puisqu'ils valorisent en réalité l'information/opinion/sentiment que l'utilisateur a envie de consommer. Les réseaux sociaux, en effet, favorisent le renforcement de la communautarisation politique par préférence. De ce fait, il convient de constater que ces affiliations par communautés politiques, favorisent la

création et le renforcement de solidarités choisis et augmentent la polarisation politique des sociétés.

Mais à l'évidence si les influenceurs diffèrent de profils, il en est de même des réseaux sociaux, à l'instar des deux plus emblématiques que sont Twitter et Facebook.

Au départ, Facebook était un réseau social connectant des utilisateurs entre eux, dont le modèle économique était exclusivement basé sur la distribution de publicités via le « mur » (encore le cas de nos jours). Cette politique économique a conduit à l'effondrement des revenus publicitaires par une chute vertigineuse de l'utilisation par les utilisateurs de *l'organic reach* (nombres de personnes pouvant se connecter sans payer sur une publication au sein d'une page). Or, de ce point découlait la viralité des contenus qui intéressait en tout premier lieu les entreprises. Facebook a dû alors modifier son modèle économique afin d'enrayer le départ des utilisateurs, essentiellement occidentaux et devient une plateforme ne connectant plus des utilisateurs mais connectant du contenu y compris sous forme de vidéos, tout en favorisant la viralité du contenu par le biais d'applications et de plateformes spécifiquement dédiées.

De ce fait, Facebook a privilégié un recours massifs aux sites d'informations, permettant le relais d'informations : à titre d'exemple le trafic entrant sur le site internet du *New York Times* provient davantage des réseaux sociaux que de la page d'accueil du journal. Facebook, plus qu'un simple réseau social est devenu un agrégateur d'informations. Mais, ces informations sont triées : ainsi, 70% des informations ne sont pas mises à dispositions (cachés à l'utilisateur), Facebook sélectionnant le contenu potentiellement viral afin de le mettre à disposition des utilisateurs, ciblant le contenu pouvant satisfaire l'utilisateur (en fonction des champs dûment renseignés par ce dernier) et occultant le reste. Toujours à titre d'exemple (et de comparaison) lors des émeutes de Ferguson aux Etats-Unis, cet événement était l'un des premiers items de Twitter tandis que Facebook mettait en avant le défi *Ice Bucket...*

Twitter, sans revenir dessus en détail, est un réseau de micro blogging. A l'origine, réseau de contenus exhaustif, Twitter est tenté par la publicité en ligne (raisons financières obligent) et envisage un temps de modifier le « fil » des usagers en fonction du contenu. Devant l'échec de l'intégration volontaire de ces modifications, Twitter les a intégrés de force dans son fil d'actualité afin de créer des communautés d'intérêts, puis de consolider l'impact sur les listes de communautés des différents contenus, enfin de valoriser outre le contenu, l'analyse de

contenu en fonction des dites communautés d'intérêts. De même, nous assistons à un appauvrissement de contenu par le biais des mesures d'audience : les sujets évoqués, les sujets consultés sont-ils ceux dont nous avons envie de débattre ?

Nous retrouvons là, chez Facebook comme chez Twitter et la totalité des réseaux sociaux analysés, un enseignement majeur : si la démocratie repose sur un droit libre à l'information et à l'expression d'opinions, les réseaux sociaux favorisent des informations tronquées, des opinions polarisées, des intérêts communautaires ; ce que les philosophes et sociologues rencontrés nomment « une dissonance cognitive » et une « majorité illusoire ».

La recherche de l'effet s'appuie sur la rigueur (apparente ou réelle) des arguments, de la démonstration, de l'émotion suscitée, des valeurs mises en cause. Mais, toujours en adaptant le « message » aux récepteurs par le biais d'un système d'influence atomisé à l'échelon de l'individu et quasi-invisible lorsque les actions se déroulent sur les métadonnées.

De ce fait aussi, la qualité de l'information change aussi de nature : une bonne information étant, non pas jugée en fonction de sa véracité ou de sa pertinence, celle en capacité d'être séduisante, c'est-à-dire signalisée, reproduite, amplifiée, valorisée dans l'instant car le gagnant est celui qui gagne le plus de temps de cerveau. Et, pour le réseau, la question n'est plus celle de la richesse de l'information ou de la richesse de la source, mais la corrélation et la contextualisation de l'information et des données : le pouvoir repose alors sur la capacité d'indexer et de signaler.

Les réseaux sociaux et la révolution numérique entraînent un flux de données, données massives ou « *big data* » conduisant en tendancier entre 2010 et 2020 à une multiplication par 40 des informations, avec une évolution exponentielle (90% des données actuellement disponible ont été produites durant les deux dernières années) et un doublement tous les trois ans : Facebook génère quotidiennement 10 téraoctets de données (1 téraoctet = 1 000 milliards d'octets) ; twitter 7 téraoctets ; 10 millions de photographies sont postées chaque heure sur Facebook, tandis que 800 millions d'heures de vidéos sont téléchargés par seconde sur Youtube. La masse de ces données pose l'interrogation de la protection des données et de la protection de la vie privée.

Pour les experts rencontrés, ce phénomène du *big data* n'est pas sans implications. Première conséquence, les moyens technologiques permettent de traiter ces données de masse et de travailler à des niveaux d'analyses de granularité variables, permettant des observations

fondées sur des corrélations observées jusqu'ici impossibles à réaliser. Seconde conséquence, intrinsèquement liée, cette masse de donnée permet de s'affranchir de la quête de la mesure exacte permettant l'entrée dans « l'ère du prédictif » : un nuage de données et d'événements feront l'objet d'une probabilité de réalisation, qui deviendra une certitude pour les médias y compris sociaux dans le cadre d'une prévision auto-réalisatrice (dictature des données). Ce qui n'est pas sans implications, notamment en termes de personnes présumées futures coupables. Troisième conséquence, la fin du lien de causalité. Autrement dit, les données de masse ne s'intéressent pas au « pourquoi » et se limitent au « quoi ». Et à partir de ce lien, des scénarios du possible sont élaborés.

Cette dictature des données appelle des réserves et des limites, et notamment les occurrences isolées ne doivent pas être interprétées comme somme de micro-occurrences, tout comme causalité et corrélation ne peuvent être des concepts disjoints. Plus encore, la masse de données ne doit pas nous abstraire de la recherche des causalités sous prétexte d'une connaissance opératoire suffisante.

De fait, l'instantanéité engendre aussi une propension au zapping et la confiance envers la communauté aboutit aussi à un phénomène de défiance structurelle envers le réseau. Plus encore, ces deux notions sont changeantes, « spasmodiques » selon l'expression du sociologue Jean-Marc Lech. Les utilisateurs adhèrent, suivent, se renient, se retirent, s'éloignent pour des raisons diverses aussi rapidement et soudainement qu'ils avaient pu adhérer à la communauté et octroyer leur confiance. La confiance n'est plus donnée ni durable à jamais.

Dès lors, les pouvoirs pour exister devront se moduler et se composer en fonction des parties prenantes. En ce sens, la légitimité des pouvoirs reposera sur la capacité d'écoute, d'intégration, de vision et définition. Mais, ce faisant, il est à craindre que les pouvoirs politiques se contentent de suivre les pulsions sociales / sociétales du moment afin d'obtenir leur légitimité à gouverner. Les sociétés risquent alors de devenir « molles » et « spasmodiques », gérant les émotions dans l'instantané avec des leaders politiques (leaders d'opinions) éphémères.

Souvenons-nous de Cicéron et des Vespasiennes. A Rome, pour contester une décision ou se moquer des politiques, les citoyens sur les parois des vespasiennes inscrivaient leurs opinions / sentiments / ressentiments ... ce que nous nommerions aujourd'hui des graffitis... Que ce soit en Chine avec Weibo, en Occident avec Twitter, que faisons-nous d'autre que de

« graffiter » nos opinions... Sans objectivité, nous parlons de nous, de ce qui nous est légitime, de ce qui nous semble important ou pas, de ce qui nous émeut ou pas, de qui nous fait rire et sourire ou pas, Pas de création réelle d'information, juste un recyclage subjectif...

Deux évolutions majeures ont rapidement vu le jour dans le monde des réseaux sociaux, elles étaient inévitables. La première est le contrôle, aussi imparfait soit-il mais non sans effet, des réseaux par les états. Il devient possible de les interdire, de les limiter sur son territoire. Bien entendu des chemins détournés existent, VPN en particulier, pour contourner la loi. Mais ils ne relèvent pas d'opérations de masse. Contrôler les réseaux sociaux demande certainement une bonne organisation et un peu de savoir-faire. La Syrie y parvient magistralement et son régime mis en difficulté par le jeu des influences tribales ou confessionnelles, n'a pas succombé sous leur pression. L'arme n'est pas toujours mortelle.

« Quand on sait que la première capitalisation boursière au monde est Apple, une entreprise d'informatique. Quand on sait que la première fortune mondiale est mexicaine et bâtie dans les télécommunications. Quand comme chacun on a pu assister aux révolutions iranienne en 2009 puis tunisienne, égyptienne, libyenne, yéménite, syrienne. Quand, à la Défense, à Wall Street, à Madrid, à Athènes, à Bucarest, à Washington, à Belgrade, des groupes manifestent avec les mêmes slogans, les mêmes outils, les mêmes références. Quand on réalise que si Facebook était un Etat, il représenterait le troisième du monde avec sa population de 800 millions d'utilisateurs derrière la Chine et l'Inde. Un Etat particulièrement bien documenté sur sa population, c'est le moins qu'on puisse dire. Quand on pense à la relation tumultueuse entre Google, une entreprise, et la Chine, un Etat. Une relation ponctuée de batailles, d'attaques, de menaces une relation entre entités souveraines et puissantes. Quand enfin on songe aux câbles sous-marins et terrestres d'internet qui sont devenus une des données indispensables à la compréhension et l'analyse du monde actuel et de son économie... »

A l'ère de la mondialisation (phénomène économique et culturel) et de la globalisation (phénomène politique et social) ce sont bien les sociétés qui se trouvent désormais au sein d'un réseau dense de dépendances transnationales, y compris par le biais de reconquête nationale.

Et, c'est bien le premier phénomène qui est à la source. Les mouvances culturelles permettent de s'extraire des filiations classiques et/ou traditionnelles. Ainsi, à titre d'exemple, le bi ou

multilinguisme permet le nomadisme y compris salarial ou économique, engendre la mobilité permanente, les vies hors frontières familiales; sans pour autant remettre en cause mécaniquement les identités. Bref, dans une belle expression, « avoir des racines et des ailes » permet d'aboutir à des sociétés hétérogènes à dimension planétaire mais renvoi immédiatement à une question fondamentale : quel est l'ordre politique dont le monde a besoin ?

La mondialisation (économique) en a modifié les règles de la politique internationale et les caractéristiques du pouvoir; modifiant par la renégociation (violente ou pas) de la domination légitime. L'abolition de différentes frontières (économique, politique, sociétale) marque le début d'une nouvelle tension sur le pouvoir et les contre-pouvoirs, ainsi que sur les notions et concepts de violence, de légitimité, de transformation, voire de révolution(s). A rapprocher de la vision de Karl Marx prédisant que la mondialisation du capital (et non pas les politiques des Etats) qui briserait les politiques nationales...

Et ce sont bien les réseaux sociaux qui réalisent en partie la vision de Kant : « se penser comme un membre à part entière de la société civile mondiale, conformément au droit des citoyens, est l'idée la plus sublime que l'homme puisse concevoir quant à sa destination ». Double loyauté et légitimité que celle du citoyen de la *polis* (de la cité et de l'Etat) mais aussi du citoyen du monde transcendant les frontières, les langues, les ethnies, les religions, les cultures, les classes sociales. Sorte de double patrie valable pour tous.

De ce fait, il convient de distinguer dans ce que certains sociologues appelleraient un « jeu » ou un « méta-jeu » (Ulrich Beck), les institutions (règles implicites ou explicites présidant à l'exercice du pouvoir), des organisations (désignant les acteurs) et les individus. Désormais, la Politique s'affranchit des Etats et des frontières, introduisant des acteurs supplémentaires, des nouvelles règles, des nouveaux rythmes.

Evolution Sociétale aux regards des thématiques réseaux sociaux

Frontières	Correspondance des frontières Distinction nationale entre intérieur et extérieur Appartenance politique forte Identité nationale	Politique des frontières (lien qui unit) Thématiques transverses et transnationales Appartenances politiques plurielles Identités multiples	Fin des frontières ?
Social	Sociologie centrée sur l'Etat Inégalités sociales vécues en interne Hiérarchie infra-nationale Classes sociales Ethnicité sociale plus migrations = risques	Sociologie transnationale Désétatisation des problématiques sociales Société globale Migration = chance Mobilité sociale continentale et planétaire	Village planétaire Nouveaux lieux mondiaux
Culture	Ethnicité forte / religiosité Culture hégémonique Problèmes de minorités Assimilation / intégration contre immigration	Cultures mondiales Mélange majorités et minorités Différenciations ethniques et religions Ethnies et religions plurielles	Village planétaire Fin des identités au profit d'identités désessentialisées
Ethnique	Exclusion Absence de l'autre Particulier versus universalité	Présence de l'autre Représentativité de l'autre Universalité versus particulier	

Economie	Economie nationale versus mondialisation Marchés locaux Consommateurs locaux puis nationaux	Distinction économie nationale / internationale Société mondiale de l'économie Consommateurs mondiaux Classes sociales mondiales Capitalisme mondial polyethnique	Globalisation capitaliste
Etat/ politique	Etat = nation + territoire Etat-nation régit la politique de la société Indépendance nationale Souveraineté nationale	Déterritorialisation du Politique et de son espace d'application Autonomie versus souveraineté Echelle transnationale	Post-westphalie Monde dual

Ainsi, jusqu'à récemment (de 1648 à 2001, l'âge historique des Etats) le regard militaire considérait ses semblables, c'est-à-dire les autres organisations militaires similaires. Désormais (depuis 2001), la mode militaire est au transnational qui sont le fait d'individus ou de réseaux infra-étatiques. Fin du monopole de la violence pour l'Etat au profit d'une individualisation de la guerre et d'une flexibilisation de la désignation de l'ennemi. De ce fait aussi, en aparté, dévalorisation des formes d'alliances rigides au profit d'alliances souples, flexibles. En parallèle, apparition de nouvelles formes de guerres, non déclarées, donc rendant impossible négociations et traités de paix... Les anciennes institutions fondamentales, les anciennes règles, les formes d'organisation, les rôles des acteurs ne sont plus clairement définis.

Evolution des caractéristiques Etats / Régimes / Organisation / Sociétés

	INTERNE	EXTERNE
CONCEPTS/IDEES	Politique intérieur Frontières Référence Etat national	Politique des frontières Politiques transnationales Référence hors cadre national
NORMES	Etat-national Monde westphalien Etat souverain Territorialité Politique de la force	Etat international Régulation économique ONU/AEIA/OCDE/... Droits de l'homme Loi
ACTEURS / STRATEGIES	Acteurs nationaux Etat national Gouvernements, partis politiques, etc.. Diplomatie Positions formulées dans le cadre du système politique	Intérêts communs qui organisent la mobilisation Centres de pouvoirs supranationaux Politiques interétatiques et supra-étatiques Société civile Acteurs transnationaux
LEGITIMATION	Domination légale Monopole de la violence Voies démocratique ou autres types de régimes y compris dictatoriaux	Fragmentation du pouvoir et des contre-pouvoirs
CULTURE	Idéal commun de la Nation Homogénéité de la société et de la culture (y compris de la langue)	Diversité culturelle Traditions plurielles Langues plurielles Hétérogénéité de la société

MILITAIRE	Guerre versus paix Armée Allié-Ami versus Ennemi	Intervention humanitaire Ni paix ni guerre Absence d'ennemi mais que des adversaires potentiels
REALITE	Cadre de référence reste l'état national Problématiques nationales Pessimisme culturel	Cadre de référence transnational Globalisation et mondialisation

En d'autres termes (et pour simplifier) les nouveaux princes sont-ils les politiques ? Les patrons des grands groupes transnationaux ? Des organisations comme Amnesty International ou à titre illustratif Greenpeace ? Des médias comme Al-Jazeera ou Google, YouTube ? Des réseaux d'individus liés par des nodes (des nœuds) à l'instar d'Instagram, Twitter ou de Facebook ? Des groupes d'individus reliés par une idéologie créatrice ou destructrice agissant à la fois au niveau local et au niveau transnational ? Ou des individus isolés ?

La réponse est malheureusement simple : les acteurs ne sont pas définis ni identifiés en tant que tels, c'est dans l'action *Politique* que les acteurs se constituent, se révèlent et s'organisent. De là, découle aussi une asymétrie de pouvoir entre les acteurs anciens (Etats, sociétés et organisations traditionnelles) et les nouveaux acteurs à capacité stratégique.

Transformation et niveau d'application de la légitimité politique

	ETATS / REGIMES / SOCIETES	RESEAUX SOCIAUX
CADRE	National et International	Transnational
NIVEAU D'APPLICATION	Société internationale des Etats nationaux Souveraineté du droit des Etats et de la Force Monopole de la violence	Acteurs transnationaux Organisations supranationaux Grands groupes transnationaux
SUJET	Etat national Droit national / international via traités (sécurité collective)	Individus, Etats, sociétés, organisations
SOURCE DE LEGITIMITE	Démocratie / Religion Pouvoirs	Autolégitimation
FONDATION	Contrat social et contrat politique	Droits de l'homme

L'ordre des nations est donc fondamentalement modifié. Dans ce cadre encore théorique, le concept de stratégie (la contingence du Politique devient action) prend également un sens particulier. Les anciennes règles fondant sa légitimité (objectifs et intentions) disparaissent au profit de notions abstraites de systèmes stratégiques (perspectives d'actions interdépendantes) engendrant de nouveaux espaces de possibilités.

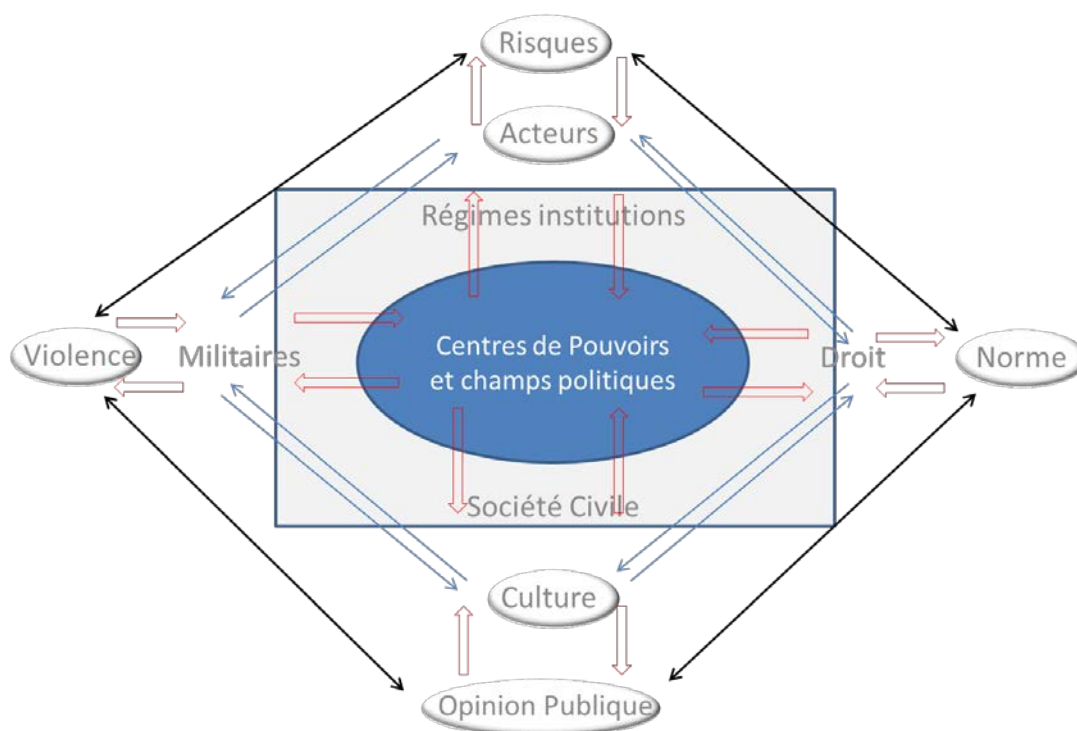
Les nouveaux acteurs se définissent comme transnationaux et trans-légaux, c'est-à-dire en capacité d'instituer le droit en s'octroyant une capacité législative. En parallèle, ces nouveaux acteurs visent à développer l'innovation (entendue dans un sens générique, donc comme le recours systématique à la production de nouveauté y compris dans le cadre institutionnelle) tout en refusant le concept de frontière.

Non seulement l'Etat-nation ne possède plus le monopole de la violence, mais il perd celui de

la capacité législative d'où la diversité des modes de régulation et des processus de création et légitimation du droit, ce qui le privatise). Ici se pose le problème du pouvoir et celui de la légitimité... Celle des réseaux sociaux repose de fait sur la crédibilité de rôle de *témoins des faits* face aux *auteurs des faits*. Légitimation qui elle-même réintroduit alors le processus de politisation. L'organisation de la *domination politique* passe alors de l'Etat-nation (seul dépositaire des règles, principes et procédures du pouvoir) au profit de *celui qui gouverne*, c'est-à-dire concrètement celui qui résout les problèmes...

Mais, les différents groupes d'acteurs ne peuvent pas tous se constituer en acteurs stratégiques et en acteurs politiques. Plus justement, ils n'ont pas tous les mêmes chances de le devenir. Pour le réaliser, ils se doivent impérativement se constituer en sujets d'action possédant des objectifs politiques déterminés et ce par un processus s'inscrivant dans un espace d'action lui-même plus large (frontières politiques qui subissent un *débordement*).

Dès lors une cartographie apparaît : une constellation d'acteurs stratégiques plus ou moins collectifs, qui interagissent, appliquent ou modifient les règles, et donc les positions, les ressources et les parts de pouvoirs de tous en fonction de tous ; et ce par des actions collectives et/ou particulières mais toujours interdépendantes. Implication tactique de cette cartographie : provoquer en permanence les adversaires, sonder leurs espaces d'actions, analyser leurs possibilités de pouvoirs. En résumé, le pouvoir n'est plus autorisé et intensif (Etats/Nations/Sociétés) mais diffus et extensif (les réseaux).



Les réseaux sociaux visent donc à étendre leurs possibilités d'actions à l'intérieur et à l'extérieur grâce à des mécanismes d'actions transnationaux dans une dépendance à produire de la véracité et à faire de cette dernière un facteur politique (art de la propagande sans séparer la réalité de sa représentation politique).

Leur capital de pouvoir repose en conséquence sur leur crédibilité en tant que producteurs d'informations fiables, se mettant eux-mêmes en danger s'ils instrumentalisent les faits par leurs intérêts.

La pratique concrète des réseaux sociaux repose sur le principe de non-souveraineté quant aux questions définies par eux-mêmes comme fondamentales, reposant sur un principe de libre responsabilité transcendant les frontières (notamment il s'agit de convertir la défense des droits de l'homme en désir d'action).

Le pouvoir potentiel des différents acteurs résulte de la somme des stratégies qui s'offrent à eux. Mais attention : les stratégies doivent être dissociées de leurs réalisations concrètes...

Stratégies d'indispensabilité

Ce fixe comme objectif de réaffirmer le primat du politique en affirmant la différence entre le politique et l'économie.

Implique le renouvellement des contenus.

Stratégies de monopolisation (s'appuyant prioritairement sur deux leviers diplomatie et rationalité économique)

Mais stratégies essentiellement nationales et effectives.

Stratégies d'autarcie

Stratégies d'usurpation, stratégies d'innovation, stratégies de retrait, stratégies de souveraineté.

Dans ce cadre peuvent se situer des stratégies de domination préventive (Etats-voyous) mais aussi de rationalité de néo-libéralisme économique.

Stratégies de substitution / Stratégies de démonopolisation

Dépossession des Etats au monopole de l'information, des médias y compris réseaux sociaux, des marchés financiers, des ressources y compris des ressources naturelles, de la violence, des

armements y compris ADM...

Stratégies de dé-spatialisation et de trans-nationalisation

Etendre les activités et capacités d'actions de l'acteur au-delà des frontières (nationales, locales ou autres) définis.

Stratégies potentielles dé-spatialisées.

Pas de renouvellement des contenus mais invention de nouveaux concepts.

Face aux initiatives individuelles, volonté dans tous les domaines de développer des solutions « trans ».

Ce sont des stratégies coopératives et potentiellement collaboratives.

Stratégie de Grande Politique

Stratégies de conflit et de crise vis-à-vis de groupes humains, d'ethnies, de nations, mais aussi de multinationales ou vis-à-vis à l'inverse d'Etats, de sociétés et d'organisations (cf Davos).

Stratégies de renationalisation des Etats avec là aussi crises et conflits. Les conflits potentiels ou existants réduisent le pouvoir des acteurs mondiaux et « trans » et augmentent celui des gouvernements.

Stratégie d'utopie (utopie = pouvoirs)

Stratégies d'hégémonie avec stratégies de réduction de la concurrence.

Stratégies d'irremplaçabilité

S'inscrivent dans un rapport d'acteur type X vers un/des acteur(s) de type Y et absolument pas dans un rapport acteur X vers acteur X.

Ces stratégies visent à des organisations de compétences.

Dans ce cadre s'inscrivent et s'opposent les stratégies transnationales et les stratégies de monopolisation de la rationalité économique.

Stratégies de spécialisations

Vise essentiellement à canaliser les différences entre les acteurs.

Différents sous-stratégies existent : Stratégies protectrice, stratégies parasitaire , stratégies de déstabilisation et désétatisation (révoltes), stratégies de contestations partielles, stratégies de consensus, stratégies d'hégémonie (en distinguant bien les stratégies d'hégémonie locale, régionale/nationale et d'hégémonie globale... à leurs débuts).

Mais les stratégies de spécialisation se font toujours à l'exclusion des autres

Ces stratégies ne sont pas incompatibles mais se construisent à partir de mécanismes de

pouvoirs différents.

Très peu de modes coopératifs et collaboratifs.

Stratégies de repolitisation

A problèmes globaux, solutions globales ; à problèmes locaux, solutions locales.

Stratégies de coalitions multiples, mais aussi stratégies de coalitions multiples d'acteurs non-homogènes (Etats + organisations internationales + organisations autres type ONG + individus, ...).

Dans ce cadre s'inscrivent des stratégies globales de risques. Prise en compte par les différents acteurs de l'émergence d'un risque global (cf changement climatique, cf modification génétique, ...).

Donc, naissance du concept d'alliance/coalitions multiples multidimensionnelles.

Stratégies de globalisation

Volonté de fusionner avec la société globale.

Stratégies d'imbrication locales/régionales/nationales/mondiales. Bref, impliquer l'extérieur avec l'intérieur.

Stratégies gagnant-gagnant. Agir préventivement dans des dimensions globales de risques face aux politiques nationales perçues par les réseaux sociaux comme perdant-perdant.

Stratégies de globalisation du droit. Exercice d'une souveraineté juridique, partagée au sein d'une population donnée. Dans ce cadre, subordination de l'autonomie juridique de l'autorité référente (Etats) au régime des droits de l'homme.

Stratégies des droits de l'homme

Est-ce une stratégie ? Potentiellement oui, car ils sont sources de pouvoir.

En tout état de cause, le « bilan des droits de l'homme » est devenu un indicateur clé d'inclusion ou d'exclusion.

La guerre pouvant devenir la possible poursuite de la recherche des droits de l'homme par d'autres moyens (inversion de la doctrine de Clausewitz).

Nécessite une fabrication de l'opinion publique incluant la perte de légitimation de la domination.

La deuxième évolution est plus puissante, elle est bien de notre époque. Les réseaux sociaux s'engouffrent dans le business, dans un enchaînement qui fait fantasmer. Pour les financer il faut de la publicité, directe ou indirecte mais la collecte d'argent est telle que leur orientation finit par se tourner entièrement vers cette dimension. Ils ont de solides atouts. A la stratégie du tapis de bombes identiques déversées par des raids massifs de forteresses volantes – les mailings - succède la stratégie des frappes de précision, plus couteuses individuellement mais terriblement plus efficaces, et répétables à l'envie sur des cibles aussi nombreuses que se trouvent d'internautes au bout de leur téléphone. On caractérise chaque internaute pour lui servir une publicité qui peut l'intéresser et le taux de pénétration de ces publicités est décuplé. Mais les réseaux sociaux perdent ainsi une part de leur âme et de la fraîcheur qui faisaient un de leurs atouts.

La crainte d'être exclus d'un système, la crainte de la rupture sociale, ont d'autre part poussé à une intégration assez massive de la population dans les réseaux sociaux. Ce qui incite telle ado à écrire qu'elle quitte Facebook depuis qu'elle y rencontre sa grand-mère... Plus sérieusement les hommes politiques d'une manière visible, les dirigeants d'entreprises plus discrètement, ont investi parfois bruyamment les réseaux sociaux et souhaitent y apparaître en pointe. Qu'importe alors d'avoir un impact ou non, ce qui importe est d'y être, est d'en être. Croit-on. Mais la pauvreté du contenu des réseaux sociaux, souvent par leur nature même, à de rares exceptions près, celle du Pape par exemple, rend leur lecture sans aucun intérêt. Alors seul le relai des médias traditionnels donne in fine un impact à une information lancée sur les réseaux sociaux. Le compte Twitter d'un journaliste ou d'un média traditionnel se déroule maintenant comme le défilé des titres de dépêches AFP.

Il faut parler des rumeurs et des fausses rumeurs. Il faut s'en méfier. De la calomnie il reste toujours quelque chose. Sur ces réseaux, elle est très pernicieuse. Mais attention aussi au trucage, il est toujours possible d'en tirer avantage, quand il n'est pas éventé. Tel Mélenchon à la tête d'une fausse manifestation devant les caméras de TF 1, ou ce héros syrien en boucle sur le net pour avoir sauvé un enfant sous les bombes, et qui n'était qu'un acteur... L'image devient le mode d'expression privilégié, particulièrement chez les plus jeunes. La facilité apportée par les logiciels adaptés, permet de retoucher les photos, de mentir, de se mentir, de diffamer ou de créer des plaisanteries plus ou moins de bon goût. Mais l'image est encore naturellement et instinctivement revêtue du sentiment de la véracité et on s'y trompe de bonne foi.

Que reste-t-il des réseaux sociaux sur le plan défense et sécurité. ? Force est de constater que

l'effet le plus important par ses conséquences (hors business), est le recrutement pour le Jihad. Les réseaux sociaux disposent encore des meilleurs atouts dont la dilution dans la masse, l'effet de tâche d'huile et la légèreté des structures. Il aura fallu un solide coup de collier policier pour mettre à jour les pratiques et tenter d'enrayer le mécanisme. L'affaire n'est pas encore entendue. En contrepartie, la lutte contre le Djihad dispose d'une source de renseignements complémentaires par l'analyse des réseaux sociaux. L'exploitation de la faille de l'adversaire, comme la manipulation, la subversion ne sont pas l'apanage d'un seul camp.

En décembre 2010 et début janvier 2011, un groupe de jeunes égyptiens branchés sur les réseaux sociaux, appelle à un « jour de rage » le 25 janvier 2011, jour anniversaire d'une bataille sanglante de 1952 entre la police égyptienne et les troupes britanniques. Les groupes organisateurs formés en réaction au meurtre d'un blogueur d'Alexandrie par la police durant l'été 2010, demandent à leurs partisans de se rassembler au centre du Caire en leur donnant les conseils pour se défendre contre la police anti émeutes et éviter les gaz lacrymogènes. Les participants sont également incités à préserver la nature pacifique du mouvement animé du but de « formuler des doléances et d'exprimer la colère ». Moins de 50 000 manifestants se réunissent au Caire et à peu près autant à Alexandrie. Le président Moubarak réagit avec une grande nervosité car peu de jours auparavant Ben Ali avait été renversé en Tunisie. Les forces de sécurité déployées sont exagérément nombreuses, provoquant l'effet inverse de ce qui est escompté. Une semaine plus tard, le 28 janvier, ce sont des centaines de milliers de manifestants qui envahissent les rues du Caire, la place Tahrir, le centre d'Alexandrie et de nombreuses autres villes. La police, une des mieux équipées et nombreuses des pays de la région, est désemparée. Le soir elle se retire. Le régime accroît le désordre en fermant l'accès internet, coupant la téléphonie mobile. C'est le meilleur moyen de favoriser la circulation des rumeurs les plus folles et de déclencher des émeutes et pillages. La pagaille et la panique envahit le pays. Il est alors fait appel à l'armée qui se déploie dans les grandes villes avec ses unités blindées rassurantes. Les Frères musulmans, poussés par leur base enthousiaste saisissent l'occasion qui leur est offerte, fournissent bataillons de manifestants et compétences d'organiseurs en masquant leur identité autant que possible. Le président tente une autre tactique, celle de l'apaisement, de l'émotion, de la compréhension, mais il est trop tard et cette reculade persuade les manifestants qu'ils ont gagné. Le 11 février le président Moubarak démissionne. Il a fallu moins d'un mois, au commencement était un groupe de jeunes blogueurs...

L'opinion publique se persuade alors que le domaine ouvert par internet et par les réseaux sociaux, dispose d'une force à laquelle rien ne résiste, pas même les régimes les plus forts et les mieux défendus. Il en devient même la raison et le moyen. L'histoire enseigne pourtant que les régimes qui doivent mourir meurent, pour des raisons structurelles profondes, et que la question n'est pas s'ils vont disparaître mais quand. La chute de l'Union soviétique devrait nous prémunir contre l'illusion des régimes forts et autoritaires.

Alors quel rôle pour les nouveaux moyens de communication : levier indiscutable, catalyseur, multiplicateur d'efficacité ? Mais ni cause, ni condition indispensable, au point qu'au fil des crises, les régimes ne commettront pas l'erreur fatale de les négliger voire de les suspendre. Ainsi Erdogan brocardé sur Twitter pour corruption, regardé avec gourmandise par les médias occidentaux pour une nouvelle chute de régime à commenter, apporte un démenti vigoureux et méprisant ou peut-être simplement un contre-exemple. Largement élu tout en déclarant « Nous allons éradiquer Twitter », sans doute remet-il quelques pendules à l'heure. Le risque est pourtant d'enterrer les réseaux sociaux trop tôt, même s'ils sont banalisés par leur universalité, et corrompus par leur rentabilité économique. Il ne faut sans doute pas sous-estimer leur capacité d'accompagnement du vaste phénomène social et sociétal qui anime notre époque.

Au fil du recueil des éléments sur les réseaux sociaux, sur leur emploi, leur succès, les raisons de leur développement, leurs limites, leurs ambitions, on se perd d'abord en conjectures... Le foisonnement est tel, la hiérarchie des thèmes est si peu existante, à la futilité la plus narcissique répond le coup politique le plus efficace, mais pour autant les réseaux sociaux ne dirigent pas le monde. Porteurs enthousiastes d'une nouvelle ère, ils sont peut être tombés de leur piédestal pour atteindre le statut de nouveaux médias, in fine efficaces mais pas plus efficaces que d'autres. Des révolutions ont eu lieu avant eux et sans eux, la démission d'un président américain, Nixon, a eu lieu avant eux et sans eux, ils n'ont su influencer le cours des choses en Turquie où le président Erdogan, on l'a vu, malgré ses maladresses n'a pas été égratigné par les charges portées contre lui. Et puis le business s'en est emparé, introduction en bourse, publicité renforcée, la frontière avec un emploi perverti n'est pas loin.

Comme toujours la nouveauté a entraîné un engouement qui en a fait exagérer la diffusion, l'impact, le poids. Le balancier repart maintenant en arrière mais ne doit pas pour autant le faire trop sur le ton de « finalement on n'a rien inventé » ou encore « effet de mode »... Après un pic d'enthousiasme, ou de crainte, on se situe maintenant sur un plateau, bien entendu à un

certain niveau d'utilisation. Le recul manque encore pour le définir avec certitude même si la banalisation est en route.

Loin de chercher l'universalisme, comme l'apparence l'indique, les réseaux sociaux créent des communautés, reliées simplement, aisément mais avec exclusivité. C'est le but recherché. On vit au sein de cette communauté. Elle peut être très nombreuse et très fluctuante, fermée ou ouverte.

L'analyse ne doit pas s'arrêter là.

Les réseaux sociaux arrivent opportunément dans une société qui change culturellement et socialement très profondément. Leur capacité de traitement et de diffusion de l'information coïncide avec le besoin né de ce changement. Ils accompagnent la société dans son changement, mais il ne le crée pas, certainement ils le favorisent.

Comme tout nouvel outil de communication, ils peuvent avoir des applications vertueuses, comme d'autres criminelles, terroristes, malhonnêtes, manipulatrices, perverses.

Vivant par les recettes publicitaires, ils sont progressivement investis par le business, compte tenu des enjeux financiers considérables qu'ils représentent. Ils vivent alors pour les recettes publicitaires et pas seulement par les recettes publicitaires. Un chiffre éclaire ce fait et mérite d'être médité : 25 % des tweets déjà sont émis par des robots... Et pourtant. Pour simplement rebondir sur cette dernière remarque. Leur succès commercial quand les autres médias s'essouffent, signe bien leur implantation, l'efficacité de leur emploi, et bientôt ils seront incontournables. Les réseaux sociaux arrivent à point quand surgit une crise de confiance sociale et sociétale. La démocratie représentative vacille : ceux qui sont en cause investissent massivement les réseaux sociaux pour asseoir leurs positions sur l'adhésion des électeurs. Il ne s'agit plus de montrer le chemin, il faut se contenter de le suivre. L'argumentaire réduit aux 140 signes de Twitter ne permet guère plus.

Sauf.

Sauf si le signataire a par son action, sa stature, sa position, son rythme, une audience particulière et un contenu à transmettre qui lui permet d'enseigner au fil des tweets. Ainsi le Pape François @Pontifex_fr qui émet régulièrement un tweet porteur de sa mission pastorale, comme le 28 octobre : « *Aidons les personnes à découvrir la joie du message chrétien : un message d'amour et de miséricorde* » ou quelques jours auparavant, pour coller à l'actualité « *La*

famille est le lieu où nous nous formons en tant que personne. Chaque famille est une brique qui construit la société. »

Sociologie

Si on veut la considérer sous un œil différent et un peu provocateur, l'affaire Edouard Snowden peut être présentée comme une illustration de la déconnexion des élites de leurs concitoyens, car elles n'ont pas compris l'envie de partager les informations confidentielles collectées. Edouard Snowden considère en effet qu'il a accompli sa mission d'alerte des citoyens des démocraties occidentales, et non pas un geste de délinquant méritant la corde. La vigueur des réactions à son égard l'incitant à s'exiler, comme a contrario la clémence d'une bonne part des opinions publiques à son égard, posent la question du classement de son geste. La réaction des populations civiles a été néanmoins variée d'un pays à l'autre. Les Etats-Unis et l'Allemagne ont été très indignés mais la France et le Royaume Uni l'ont été beaucoup moins. Avec le comportement ainsi dévoilé de la NSA ainsi que, au titre d'un exemple parmi d'autres et passé inaperçu, les objectifs de la loi de programmation française en termes de recherche de renseignements, la question se pose d'une entrée de nos sociétés dans la post démocratie. La vie privée n'existe en effet plus face à l'état, et il en est autant, pour d'autres raisons face aux entreprises commerciales. Les questions sont de savoir si un état démocratique peut donner pouvoir aux forces de police et judiciaires de poursuivre ses propres citoyens avec des informations collectées illégalement et jamais communiquées, et si l'univers commercial peut se focaliser sur sa clientèle à partir d'informations collectées à son insu. Par exemple le prix de l'information « telle personne fait des recherches sur Google en rapport avec une maladie du cœur » est évalué à 0,447 dollar. Somme modeste, mais il y a 700 millions d'internautes surveillés et de nombreuses informations à identifier. Des bonnes pratiques, des logiciels libres permettraient de reconquérir la vie privée car l'utilisation de données personnelles peut conduire à une forme de contrôle social et peut servir à faire changer le comportement des individus, à déstabiliser des carrières ou des mouvements. In fine grâce aux moyens modernes de collecte et de traitement de l'information, les personnes sont davantage surveillées que par les régimes totalitaires au temps de l'Union soviétique.

La revendication devient souvent catégorielles, mono-cible et directe. Les Syndicats et les lobbys sont alors court-circuités comme l'ont montré des cas récents : équi-taxe, pigeons,

tondus... Le bas pousse et déborde les élites. Mais pour les citoyens, il s'agit moins d'une volonté de court-circuiter les intermédiaires que d'agir différemment en réinventant une société à leur échelle. On assiste ainsi à une opposition entre les élites 1.0, par exemple les banques et les élites 2.0, par exemple les services en ligne. Les consommateurs sont ultra-connectés alors que les élites sont dubitatives sur la durée de ces nouvelles pratiques. La philosophie du partage de l'information reste contre intuitive aussi la percée de ces nouveaux usages est rapide à certains endroits mais pas à d'autres

Les nouvelles pratiques économiques et sociétales (Leboncoin.fr, blablacar, ouicar.fr, ouishare...) ou encore le financement participatif (crowdfunding, banque de particulier à particulier), comme également les pétitions en ligne (MesOpinions, Avaaz...) permettent un fonctionnement social horizontal, nouveau par sa diffusion, son engouement, sa spontanéité. En revanche l'élite dirigeante, incluant les syndicats, reste souvent unidimensionnelle. La pétition dont l'usage fleurit, par les sites dédiés ou par une marée générée de tweets, correspond dans l'esprit des initiateurs comme dans celui des participants, à une logique de mandat impératif. Les uns et les autres oublient cependant que les nombres parfois impressionnants de souscripteurs, ne traduisent pas nécessairement la loi de la majorité.

Pour aller plus loin, le numérique vu en termes de média, doit l'être en termes de culture. Le modèle de la propriété comme celui de l'autorité est remis en cause. On assiste à un refus des jeunes de toute forme d'autorité, à la généralisation des réseaux sociaux, à leur exigence d'hyper-transparence et de bonne gouvernance. Davantage que dans la culture anglo-saxonne, la culture française nourrie de cloisonnements, de prérequis idéologiques, avec une sélection des élites verrouillée, s'adapte mal à cette évolution.

Les citoyens pensent que les élites ne vivent pas sur la même planète qu'eux. Ils les accusent de vivre entre eux, d'avoir fait les mêmes écoles, d'être issus des mêmes universités, d'occuper les mêmes postes. Et c'est un leurre de croire que la rupture entre la société ne serait liée qu'à une maîtrise des outils du web ou à un phénomène d'âge.

Dans l'administration, être mis à la tête de la cellule internet, n'est pas jugée comme faisant suite à une promotion. Mais l'adhésion à cet état de fait, des personnes employées, simples citoyens dans leur vie privée, n'est pas évidente. Le geste d'Edouard Snowden semble à certains une félonie intéressée, mais il traduit probablement davantage le rejet d'un système, et dépasse son seul auteur. Accumuler de l'information et la confisquer au profit d'un petit

groupe, disons l'élite, n'est pas accepté.

Il s'ensuit parfois une émission de jugements violents des nouveaux à l'égard des anciens.

Les élites françaises en donnent un bon exemple. Le réseau unidimensionnel des énarques qui se retrouve partout (banques, assurances, grands groupes, politique, haute administration), manque de diversité et de capteurs pour saisir la société. Ce modèle est utile pour construire la nation mais il est un obstacle à la révolution numérique. Pour ce modèle, la volonté générale ne peut être produite que par le haut. Mais en bas la société fonctionne également en réseau. Elle pense, communique, invente ses règles sans se soucier de les faire passer par le haut. Le peuple se déconnecte de ses élites dirigeantes. De plus les intermédiaires, intellectuels, médias, universitaires, toujours très séduits par l'élite cherchent à y être associés aussi les chercheurs connectés n'ont alors pas de capacité d'influence. La France 2.0 a un fonctionnement horizontal, mais les élites ne le voient pas encore bien.

Tous les phénomènes conservateurs qui parcourent l'occident (tea party, Front national...) ont alors pour point de résonance le vaste et dangereux courant anti élite qui parcourt l'Occident. Avec le développement des technologies, naît une sorte d'enthousiasme libertaire. Un peu comme si réapparaissaient les cités grecques, celles du moins dans lesquelles les citoyens assemblés étaient à même de prendre des décisions directement. Ce phénomène qui a pour corollaire que plus personne ne peut mener campagne sans s'impliquer dans les réseaux sociaux, a son revers : la démocratie représentative a cessé d'être une évidence.

Dans ce contexte, le problème que rencontrent certains hommes politiques est qu'ils ne comprennent pas de quoi il s'agit. Ils refusent de souscrire à ce qui est l'ADN d'internet : la transparence et la masse. Les organisations traditionnelles veulent par nature tout contrôler, tout maîtriser mais elles ne voient de moins en moins les choses arriver. Des électeurs vont se retrouver sur le web davantage que dans les partis. Il y a en effet quelque chose dans la construction des partis politiques, des syndicats, des associations qui est incompatible avec la vision de la société que permet le web.

Cependant la démocratie ne peut vivre sans élites. Le numérique attend les siennes. Elles sortiront par les réseaux sociaux.

L'étude du comportement des adolescents face aux réseaux sociaux pour lesquels ils ont une appétence prononcée, peut apporter à la compréhension du phénomène. Les risques existent,

de l'usage sordide de photos dénudées aux recrutements djihadistes en passant par l'usage perfide des RH, mais les fantasmes également. Quelques clés permettent de comprendre le comportement des adolescents et éclairer celui des adultes.

Les réseaux sociaux sont un endroit où les jeunes peuvent se retrouver avec des amis. C'est un espace public dans lequel ils trainent comme ils ont toujours aimé le faire et le font encore. Mais bien avant le déploiement d'internet, il était de plus en plus difficile pour les jeunes de se rencontrer compte tenu de l'habitat et de l'urbanisme : l'éloignement de l'école, l'insécurité, la diminution de leur argent de poche en étaient les causes. Quand ils sont arrivés dans les années 90, les ordinateurs ont rapidement relié des êtres humains qui discutaient entre eux. La vie sociale renaissait. Le phénomène se répète sur les réseaux sociaux. Les adolescents ont plusieurs niveaux de conversation dans l'intimité de leur téléphone, mais généralement ils ne parlent pas à des inconnus. Comme depuis la nuit des temps, ils veulent se voir et parler avec les amis à l'abri des parents. Les réseaux sociaux le leur permettent.

Les jeunes sont obsédés par leur vie privée. Mais ils veulent se construire librement sans avoir leurs parents sur le dos. Ils savent se protéger en créant de faux profils. Les parents ne doivent pas devenir leurs amis sur Facebook ou leurs abonnés sur twitter. Ils veulent que leurs parents s'en tiennent à l'écart et se parlent sur leurs propres réseaux. Quand la famille déboule là où on traîne avec ses amis, on trouve un nouvel endroit. « Facebook, c'est quand le prof fait l'appel au début du cours. Snapchat, c'est le délire avec les potes à la récré ».

Les adolescents sont particulièrement friands des « j'aime » et des « retweets » qui les réconfortent et sont autant de marques d'attention. Mais un « j'aime » n'est qu'un hochement de tête. Le nombre d'abonnés est aussi recherché et vient en complément des vêtements ou chaussures de marque et il a en quelques sortes remplacé le blouson de cuir noir. L'emploi grandissant du réseau Snapchat est révélateur. Il s'appuie sur le besoin d'obtenir de l'attention car il faut être à l'écoute pour regarder le message éphémère qui est transmis. De la sorte Snapchat modifie l'usage d'internet car on revient au temps direct et non plus différé. En complément bien entendu perdue la mise en scène frénétique des adolescents sur Twitter. A cet égard, les selfies ne sont pas (que) narcissiques. C'est d'abord un moyen d'expression qui évite d'avoir à se définir avec du texte. Ce n'est pas nouveau mais beaucoup plus facile à employer. Employer l'image, mise en scène plutôt que spontanée pour parler de soi est une tendance lourde.

Le rapport au corps et à l'image se trouve modifié avec la multiplication des réseaux sociaux. Evidemment le renvoi de l'image n'est pas toujours à la hauteur de l'envie. Les situations dans lesquelles le corps est observé et évalué provoquent alors une augmentation de l'insatisfaction corporelle. Quitte à se tromper soi-même, les photos retouchées sont régulièrement postées sur Facebook, Instagram, ou envoyées via Snapchat.

In fine, les jeunes sont des internautes comme les autres plus âgés. La différence est qu'ils se construisent une identité, avec sans doute plus de contraintes que pour leurs aînés. Ils recherchent une liberté qu'ils doivent conquérir face à plusieurs représentants de l'autorité, encore faut-il que ceux-ci ne disparaissent pas.

In fine donc les adultes sont donc des internautes (presque) comme les adolescents. Le clivage n'est pas tant lié à l'âge qu'au milieu socio-professionnel.

Politique Les autorités à la rencontre des réseaux sociaux.

Les autorités ou leur régime politique se dévoilent au contact des réseaux sociaux.

Du côté des libéraux, c'est un effet de surprise qui piège tel ou tel d'entre eux. Ainsi l'épisode de la premier ministre du Danemark, de Barack Obama et de David Cameron qui se prennent en photo en riant pendant les obsèques de Nelson Mandela. Ils sont surpris dans leur attitude par un journaliste qui s'empresse de diffuser l'information, à son tour par l'image. Cette anecdote est doublement révélatrice, du comportement indigne des intéressés et de la mise à mal du contrôle rigide de leur image, et derrière la leur, de celle des hommes politiques.

Un autre effet de surprise, toujours dans cette même sphère et dans le même sens, se met en place à propos de l'appel téléphonique historique entre le président Obama et le premier ministre Rohani. Dans un des pays les plus censurés en termes de réseaux sociaux, l'Iran, le premier ministre Rohani tweet l'information en temps réel et prend les Américains de court. Il faut imaginer la dialectique : Obama en conférence de presse, Rohani en tweet avec le monde. Le coup de téléphone historique est resté pour les Américains un produit intact issu des pratiques vieillies du temps de la guerre froide. Les réseaux sociaux font exploser le cadre normé de la diplomatie en superposant une dimension numérique décentralisée grâce à Twitter en particulier. Ainsi le même Rohani traite de l'accès des Iraniens par un échange de Tweets Jack Dorsey, le patron de Twitter.

Dans un domaine bien différent, dans les mêmes régimes libéraux, les campagnes électorales se déclinent aussi sur les réseaux sociaux. Beaucoup font acte de présence, essaie de montrer leur muscle en affichant leur nombre d'abonnés, mais le débat démocratique y est proche de zéro. C'est une simple présence qui fait illusion. Les débats sont souvent de bas étage. La soirée électorale des municipales en France racontées en 10 tweets montrent l'inanité de ceux-ci. NKM a été mentionnée 131 000 fois sur twitter et Anne Hidalgo 104 000 seulement mais cette dernière a pourtant été largement élue.

Enfin, à titre d'illustration sur l'usage du tweet par les conseillers en communication du président, revient un thème unique après un premier bon accueil, y compris le jour de la fête nationale. « *Félicitations à l'équipe d'Allemagne qui a remporté une belle finale : rendez-vous dans deux ans en France pour l'Euro 2016 #ALLARG #CM2014* ». On ne peut vraiment rien faire dire d'autre au Président ? On est loin du contenu légitime et ciblé du Paper François le 9 octobre : « *Chers jeunes, le Christ compte sur vous pour être ses amis et des témoins de son amour infini* » Qui a dit déconnexion des élites politique ?

Du côté des régimes autoritaires, parfois totalitaires, il n'y a pas d'effet de surprise, ni d'effet tout court. Le 26 octobre a été choisi par les Saoudiennes comme le jour où elles conduiront en plein jour. Un soutien mondial se met en place sur Twitter avec hashtags appropriés, #oct26driving #women2drive... Mais le Royaume résiste sans état d'âme.

En Iran depuis 2009, seuls les hommes politiques du gouvernement ont accès à twitter et Facebook. Hassan Rohani on l'a vu, a provoqué la réconciliation avec les réseaux sociaux. Le premier à sembler saisir l'occasion est le ministre des affaires étrangères mais il ne fait que relayer la parole officielle. Hassan Rohani a reçu depuis l'injonction des anciens de cesser de tweeter. Au début de la Révolution, de nombreuses femmes qui refusaient de porter le voile ont été attaquées, quelques fois même à l'acide sur le visage. Aujourd'hui les femmes qui portent mal le voile aux yeux des policiers sont arrêtées. Pour la première fois depuis les 30 dernières années, à l'approche de l'été et de la chaleur, les femmes commencent à se dévêtir et le montrent sur le net. Pendant l'hiver, le port du voile les protège du froid. Mais le contexte politique actuel permet à ces femmes d'exprimer leur volonté de changement. Cependant ces jeunes femmes qui postent des photos, ont accès à Internet, et appartiennent donc à des couches aisées de la population, issues de milieux urbains. Elles ne représentent pas l'ensemble des femmes iraniennes. L'obligation du port du voile symbolise, outre la pureté de la femme ou le sang des martyrs, la République islamique elle-même. Ce sera donc la dernière

chose qui tombera en Iran. Il est d'ailleurs notable que quelques semaines après les faits, quand les yeux se fixent ailleurs, les femmes qui ont transgressé l'interdit sont successivement arrêtées et jugées. Les peines sont discrètes mais elles sont là... Bonne leçon de chose pour l'occident.

En Chine, le Parti est par nature contre internet. La pression est forte pour en limiter l'emploi, à base d'intimidations, d'arrestations, de confessions publiques, de promulgation de loi réprimant les fausses rumeurs, de campagnes de dénigrement accusant internet d'être un outil des forces occidentales etc.

Le gouvernement turc a interdit le réseau social dans le pays. Les médias ont dénoncé une censure à une semaine des élections municipales en Turquie. Les grandes phrases n'y ont rien fait « *Grand coup porté à la liberté : Twitter est fermé* ». « *Erdogan, pris au piège dans les enquêtes de corruption, a choisi une nouvelle fois de plus l'interdiction* ». Les résultats électoraux donnant une large victoire répétée à Erdogan ont montré les limites de l'implantation et de l'influence des réseaux sociaux. Le président turc en cours de campagne n'hésitait pas à clamer « Nous allons éradiquer Twitter. Je me moque de ce que pourra dire la communauté internationale ». C'est malgré tout une autre façon de décrypter un personnage...

Enfin, sans que cela n'engendre un peu d'indignation, le président Ukrainien annonce sur Twitter sa décision de dissoudre l'assemblée nationale. La désinvolture du geste est-elle bien mesurée ?

L'intrusion des réseaux sociaux a tout particulièrement perturbé la gestion des crises. La conduite de la manœuvre de communication pendant la gestion d'une crise, ou la gestion d'une crise de communication, que celle soit primaire ou dérivée, ce qui est le plus souvent le cas, est très sensiblement modifiée voire perturbée, par l'instantanéité et l'absence de contrôle de l'usage des réseaux sociaux. L'affichage immédiat de tout nouvel élément qu'il soit avéré ou non, doit être pris en compte et les dispositions correspondantes mises en place. L'opinion publique en effet se forge à l'intersection des médias de masse et des médias personnels que sont les médias sociaux.

Dans le domaine plus spécifiquement conflictuel, qu'il soit militaire ou idéologique (comme les antinucléaires) c'est bien entendu le terreau de prédilection de la propagande adverse.

Les entités, organismes publics ou entreprises, qui sont aux prises avec les médias sociaux, le sont par défaut de formation et surtout par défaut d'une direction dévolue à ce domaine et par absence d'une politique établie en la matière. Hors celle-ci l'enchaînement des réactions et la spontanéité parfois rageuse des échanges conduisent à lâcher dans le feu de l'action des informations confidentielles aux conséquences fâcheuses. Seule la bonne pratique des réseaux sociaux, y compris par le haut de la hiérarchie (voir la médiocrité de ce que l'on fait écrire au Président sur Twitter), permet d'en connaître les capacités mais aussi les limites. Par exemple la brièveté d'un tweet ne permet pas de traiter de politique tarifaire. L'effet de mode ne doit pas non plus faire oublier les autres médias. La simple défense ne suffit plus pour contrer les mises en accusation injustes sur les réseaux sociaux, ou du moins le simple démenti. Il faut adopter les techniques, les coutumes, pour se glisser dans les habits d'un simple et modeste abonné. Le rétablissement après un Bad buzz dont on est la victime surprise, c'est-à-dire l'effet potentiellement destructeur d'une dénonciation non calomnieuse mais indigne contre une injustice, une attitude arrogante ou une simple maladresse, demande des mesures préparées à l'avance pour être mises en application sur les réseaux sociaux avec un discernement particulier et un relai positif dans les médias traditionnels.

En conclusion, l'ennemi est engagé sur son champ de bataille et il faut s'y engager aussi bien que lui.

Mais quand il n'y est pas, l'arme fait long feu. Les familles des lycéennes enlevées par le groupe islamiste Boko Haram au Nigeria ont reçu un soutien croissant dans le monde entier, notamment via la campagne #BringBackOurGirls relayée sur les réseaux sociaux. Ce hashtag a été repris plus d'1,2 million de fois en une semaine sur Twitter. Michelle Obama, Hilary Clinton, Christiane Taubira; Mia Farrow, Malala Yousafzai, mais toutes étaient présentes et voulaient sans doute qu'on le voit, avec des retweets nombreux mais bien inégaux. Incidemment pas un d'homme dans la litanie. Mais pour quel résultat ? L'excitation occidentale sur Twitter a laissé de marbre les terroristes de Boko Haram qui avaient assassiné plus de 300 personnes la même semaine. Et quand quelques mois plus tard on parle libération, sans la voir, nul ne s'en émut sur ces mêmes réseaux sociaux.

Un exemple parmi d'autres vient l'illustrer, celui du légionnaire photographié avec son masque au Mali. Le ministère de la défense, surpris par cette image, va se tirer une balle dans le pied. La conversation bonne enfant sur Facebook qui accompagne cette photo non polémique prise par un journaliste plutôt favorable, montre qu'il s'agit d'une anecdote, que

l'auteur ne veut pas généraliser dans le temps et dans l'espace. Mais le communiqué du ministère de la défense s'emballe : « *inacceptable, cette image n'est pas représentative de l'action que conduit la France au Mali* » et parle d'« *éventuelles sanctions...* » La machine médiatique se met en route. Le ministère joue l'outrage en oubliant que le soldat risque d'abord sa vie, va être confronté à une situation très pénible et militairement très dure, attend le soutien équitable de sa hiérarchie, qu'il n'a pas demandé à être photographié, et on s'aperçoit en lisant le blog du journaliste que tous les fantasmes tombent à plat. Une réponse dictée par la peur conduit à une faute exploitée par l'adversaire, par exemple sur Twitter comme lors de l'échec de DGSE en Somalie.

En voulant paraître irréprochable on se met en danger. Il faut adopter des réactions plus subtiles que le temps court des médias sociaux ne permet pas de lécher avec attention. Les validations successives à étage n'ont plus leur place ici.

Emploi subversif

Les Shebabs

Les Shebabs sont très efficacement au stade 2.0. Ils émettent des tweets à un rythme soutenu pour tenir les médias classiques en haleine. Les tweets ont fait suite aux vidéos grâce à leurs qualités : leurs vitesse et portabilité, leur emploi très décentralisé, la simplicité de leur mise en œuvre, la contagion efficace par hashtag. Les tweets créent et entretiennent les liens mais ils sont vulnérables car les deux camps peuvent les utiliser. L'inconvénient des sites classiques est leur sensibilité aux hackers ce qui impose des changements incessants d'URL, sans compter que leurs responsables peuvent être arrêtés. Les forums en revanche sont moins repérables et servent à s'auto-radicaliser, à entrer en contact avec d'autres sympathisants, à resserrer les liens, à s'instruire. Ils ont une fonction de vivier et une fonction d'entonnoir. Ils peuvent cependant également être infiltrés avec toute l'exploitation que cela peut entraîner. La vidéo pour être bien utilisée demande une capacité de production assez lourde, à la portée néanmoins des Shebabs.

Les groupes dispersés se coordonnent ainsi et surtout mobilisent l'intelligence collective qui permet d'agir et de décider sans pesanteurs hiérarchiques.

En revanche, le narcissisme, très tentant pour qui manie la vidéo, qui conduit à poster des

images avantageuses pour soi peut entraîner la perte de leurs auteurs, les adversaires ne les laissent pas passer.

Erdegan, Poutine, Morsi, Dilma Rousseff, démocratiquement élus sont aujourd'hui malmenés par les e-révolutionnaires. Mais ces mouvements ne sont pas des révolutions de prolétaires. Ce ne sont pas les masses prolétaires, les mineurs, les pauvres, les syndicalistes, ou autres qui manifestent ainsi, mais des groupes connectés en réseaux sociaux, peu structurés politiquement, mais unis autour de quelques grands thèmes tels que la mauvaise gouvernance, la corruption, la démocratie directe, ou les libertés individuelles totales. Chacun a son moteur, pour la Turquie c'est l'islamisation, pour le Brésil ce sont les jeux olympiques au détriment d'infrastructures sociales indispensables, pour la France avec la Manif' pour tous, c'est la liberté d'expression et la famille

Grâce aux réseaux sociaux reliés aux téléphones portables, un pouvoir de contestation est capable de discréditer n'importe quel dirigeant, comme l'a été Erdogan, ce qui ne l'a pas empêché d'être brillamment réélu. Il en faut plus pour le paralyser sans doute faute d'assiette sociale assez large des usagers des réseaux sociaux. Ces mouvements ne visent pas tant les despotes que les leaders élus mais rejetés par ces groupes. La méthode avait déjà été appliquée déjà par Gandhi ou par Martin Luther King, de même Lech Walesa avec Solidarnosc, fut le premier à faire vaciller le pouvoir communiste, à réussir une révolution de velours. Le réseau social à lui seul n'emporte pas la décision.

Des internautes pro-palestiniens ou pro-israéliens s'affrontent sur internet en France, ou ailleurs dans le monde, à grand renfort de propos virulents. Ils appellent à créer des affrontements lors des manifestations.

Ainsi une nouvelle manifestation pro-palestinienne devrait avoir lieu un samedi à Paris. En quelques heures, plus de 10.000 internautes ont répondu à l'appel lancé par quelques militants sur les réseaux sociaux et exprimé leur intention de se joindre au défilé. La puissance de mobilisation à très bref préavis et le plus dérangeant pour les autorités chargées de la sécurité publique.

Ainsi en cherchant bien sur Twitter et Facebook, il est évident que les violences paraissant spontanées et imprévues devant la synagogue rue de la Roquette il y a quelques semaines,

étaient en fait préméditées. Des dizaines de messages appelaient en effet à l'affrontement et il apparaît que les deux camps s'étaient en réalité donné rendez-vous pour se battre.

Dans tous ces échanges, les rapports compliqués entre ethnicité, politique et religion sont réduits à une posture suspicieuse. Les espaces virtuels sont devenus de véritables démultiplicateurs émotionnels, où la haine se donne à lire sans que ne soient rendues possible l'empathie, la modération et le conflit d'idées que permettrait un face-à-face interactif.

Les psychologues ont montré qu'une exposition répétée à la violence imagée produit des effets réels sur les comportements humains. Il en est certainement de même sur les réseaux sociaux, désormais propagateurs d'une indignation qui vire souvent à la haine.

Il est alors difficile de revenir au dialogue, au mot juste pour éviter la blessure qui l'interdit. L'intrusion dans les réseaux sociaux concernés peut tenter d'y parvenir.

Moscou n'hésite pas à recourir aux vieilles ficelles du KGB. L'enregistrement de la secrétaire d'Etat adjointe américaine pour l'Europe, Victoria Nuland (« Fuck the UE ») a été diffusé sur YouTube par les Russes. Il n'y a plus de diplomatie secrète. Les propos de Victoria Nuland sont révélateurs des divergences profondes entre Américains et Européens sur l'Ukraine, de la maladresse, voire de l'arrogance américaine. Il s'ensuit une vive exaspération allemande à l'encontre des Américains. Au total des dégâts largement plus importants que la dimension anecdotique de la gaffe de Victoria Nuland.

On assiste à de nombreuses cyberattaques de la Syrian Electronic Army sur des sites emblématiques américains tels que CNN, Microsoft... Leur capacité offensive est en particulier montrée par l'attaque sur MarkMonitor. La Syrian Electronic Army revendique sur ses comptes twitter et Facebook les attaques en question. Les serveurs, en .ru pour ôter tout doute dans les esprits, qui hébergent SEA sont à leur tour l'objet d'attaques américaines. Le compte Facebook SEA a été supprimé 300 fois, il est à chaque fois recréé. Le compte twitter n'en est qu'à la 16ème recréation.

En Ukraine la guerre cybernétique a ouvert les hostilités. La saturation des sites internet adverses, l'humiliation de l'adversaire, le déploiement du virus extra-dangereux Snake en sont les manifestations. Mais l'outil est à double tranchant. Alors que la Russie nie son implication dans la guerre en Ukraine, ses soldats s'épanchent sur Instagram et VK - le Facebook russe -,

laissant deviner la présence de son armée dans le pays. L'emploi des réseaux sociaux par les militaires et considéré comme un danger pour la Russie : « ils peuvent être utilisées par les Occidentaux à des fins d'espionnage ou de désinformation ».

Depuis le début du conflit syrien, des centaines ou des milliers de jeunes Européens, parfois mineurs, dont une majorité de Français, souvent des jeunes filles, ont rejoint la zone des combats, laissant des familles sous le coup de la surprise, incrédules et désemparées.

L'enthousiasme juvénile des jeunes gens est un terreau fertile pour toute mouvance sectaire à la recherche cynique de petites mains, de guerriers et d'activistes illuminés, à la recherche d'une aventure épique et d'une cause jugée grande ou désespérée. Les recruteurs usent habilement du support informatique, le cyber djihad, très décentralisée, aisément invisible.

Qu'ils soient musulman d'origine, sans conviction religieuse, catholique ou athée, élève brillant ou en difficulté, issus de milieu favorisé ou de foyer modeste, les jeunes sont d'abord attirés par un camarade de leur âge vers une soi-disant cause humanitaire : Il faut venir en aide au peuple syrien, victime du régime de Bachar el-Assad. Les multiples moteurs de la rébellion adolescente créent un climat favorable et permettent de radicaliser sans mal.

Un outil internet de propagande va alors se révéler d'une parfaite efficacité pour attirer les jeunes dans les filets du terrorisme. La propagande s'appuie sur des vidéos d'une rare violence, crée le contact avec des comptes Facebook glorifiant les combattants islamistes, montre à saturation des photos de vaillants combattants en treillis et en armes. Enfin il est asséné que seul le Djihad garantira l'ordre mondial.

Dans le passé, le processus de radicalisation était beaucoup plus long. Il passait par des réunions où la bonne parole était diffusée. Aujourd'hui, il y a un accès simplifié à des discours simplistes sur des sites islamistes. Le discours djihadiste s'est démocratisé pour toucher le plus grand nombre. Moins intellectuel, moins élitiste, il a pour vertu de convaincre les masses. L'argumentation religieuse est très pauvre. Ensuite il y a le choc des images qui s'adressent à l'émotion et non à la raison.

Tous ces jeunes très différents dans leur provenance ont un point commun, ils se sont tous connus et rassemblés sur Internet et sur les réseaux sociaux. Nous sommes aujourd'hui à l'ère du djihad 2.0, celui des réseaux sociaux et du *peer to peer*. Il faut comprendre le rôle clé joué

par les disséminateurs, ces sympathisants très actifs sur les réseaux sociaux, bien plus influents et suivis que les comptes Twitter officiels des groupes djihadistes

Mais là encore la médaille a un revers : pour un combattant adulte et convaincu, utiliser les services de sociétés américaines, fussent-elles de réseaux sociaux, ne va en effet pas de soi quand on est un djihadiste...

L'administration américaine a secrètement financé ZunZuneo, un réseau social pour alimenter la contestation et miner de l'intérieur le pouvoir du Parti communiste cubain. Des milliers de Cubains ont utilisé ce réseau lancé en 2010, sans en avoir conscience. Créé une société-écran en Espagne et dissimulé les fonds l'alimentant dans les îles Caïmans. ZunZuneo devait se développer sans attirer l'attention des autorités cubaines, en diffusant des informations relatives au football, la musique ou les tempêtes tropicales, jusqu'au point où il aurait atteint une masse critique lui permettant d'avoir une influence sur la société et la politique cubaine. En septembre 2012, ZunZuneo qui a réussi jusqu'à 40 000 utilisateurs, a disparu quand le financement a cessé.

Hongkong connaît ses plus grands troubles depuis son passage sous tutelle chinoise en 1997. Des milliers de manifestants dénoncent une reprise en main du système politique hérité du passé britannique de l'île. Des journalistes anglo-saxons ou locaux, des associations, des ONG ou de simples participants mettent en ligne photos et vidéos. Instagram est bloqué depuis 2009 en Chine alors qu'à Hongkong, où l'application est toujours accessible, le face-à-face entre manifestants pro démocratie et les forces de l'ordre s'est considérablement tendu ces derniers jours. L'inaccessibilité limitée au territoire chinois pourrait être la réponse de Pékin à la multiplication des clichés liés au mouvement de désobéissance civile impulsé à Hongkong par Occupy Central, une organisation pro démocratie. Près de 10 000 photos portant le mot-clé #OccupyCentral ont été partagées sur le réseau social, montrant notamment la police arrosant les manifestants de gaz lacrymogène. Le même mot-clé avait été bloqué peu de temps auparavant sur Sina Weibo, l'équivalent chinois de Twitter.

Les dirigeants communistes redoutent par-dessus tout un effet de « contagion » des appels à la démocratie au reste de la Chine.

Le phénomène est tel qu'il a finalement conduit à la suspension d'Instagram pour les internautes résidants sur le territoire chinois. De nombreux autres sites sont inaccessibles, comme Facebook ou Twitter. Ce blocage peut néanmoins être contourné par les chinois les plus habiles, en utilisant les services d'un réseau privé virtuel (VPN) voire FireChat, une application de discussion instantanée pour smartphone, sans internet, qui utilise le Bluetooth et les fréquences radio émises par les téléphones aux alentours.

Dans une première phase les Djihadistes ont fait de la guerre des images un des piliers de leur stratégie de conquête. Ainsi ils affirment avoir exécuté 1700 militaires chiites et diffusent des photos censées prouver leurs exactions. En réaction le 15 juin, le ministère des télécommunications irakien a ordonné un blocage complet d'Internet dans les cinq provinces où Daech, est le plus présent, mais aussi la censure de réseaux sociaux ([Facebook](#), YouTube, [Twitter](#), Instagram...) ou encore le blocage des services de VPN (Virtual Private Network) à certaines heures de la journée.

La conséquence de ce blocage a été la multiplication par huit dans le pays du nombre d'utilisateurs du réseau TOR ([The OnionRouter](#)), une technologie de contournement de la censure largement utilisée en [Iran](#) notamment. Les Djihadistes sont bien formés et habiles dans l'emploi de l'informatique.

La réponse ne s'est pas fait attendre et l'exploitation des images par le camp adverse, occidental, a donné des résultats sinon militaires, au moins contre terroristes, intéressants. C'est une véritable paranoïa qui s'est emparée de l'organisation. Les Djihadistes s'imposent des règles rigoureuse de conduite discrète sur les réseaux sociaux. Indiquant à ses combattants comment retirer [les "métadonnées"](#) (les informations cachées dans les fichiers) des contenus de propagande qu'ils mettent en ligne, Daech leur demande aussi de ne pas publier de noms de personnes ou de villes et d'éviter les photos permettant d'identifier des individus. Les réseaux Wifi sont également mis sous contrôle.

Les membres les plus importants de Daech disparaissent de Twitter et ceux qui y sont trop visibles en particulier par de grandes déclarations sont des ceux qui meurent par des attaques ciblées. Ainsi plus personne ne poste de selfies avec des têtes tranchées. La guerre des images perd une partie de sa vigueur.

Communication et mobilisation

On ne peut ignorer une information qui circule parmi des centaines de milliers de gens. Le web n'a pas créé cette évidence mais il l'a accentué. La grande différence vient du manque de temps pour la contrôler, avec les effets induits. Il est difficile de masquer un évènement que ce soit pour une bonne ou une mauvaise raison, l'épisode célèbre de l'interview truqué de Mélenchon selon une technique classique des médias l'illustre à souhait. Mais il est également difficile de tordre le cou à un canular, à une diffamation, et bien entendu à une manipulation.

L'information 2.0 c'est aussi tolérer des propos racistes, violents et haineux, mais interdire de publier des photos d'une femme allaitant son enfant, par exemple. Ces sites sont en effet américains, et le droit américain favorise la liberté d'expression mais ils sont également marqués de la pudibonderie américaine. Dans les deux cas les Français ne sont pas en phase.

Selon le rapport sur l'information à l'ère numérique publié par l'Institut Reuters en juin 2014, qui sonde les pratiques des habitants de dix pays, WhatsApp est le cinquième réseau social utilisé par les lecteurs pour s'informer, avec 6 % d'audience, juste derrière Google+ (7 %) et Twitter (9 %), Facebook étant loin devant (35 %). En Espagne, 26 % des mobinautes utilisent WhatsApp pour s'informer, selon l'Institut Reuters. Un chiffre qui descend à 13 % en Italie, 6 % en Allemagne, et 1 % aux Etats-Unis ou en France. Ces écarts sont révélateurs de nos écarts de culture et d'appréciation de l'information 2.0.

Quelques exemples illustrent l'information 2.0 dans ce qu'elle a de presque quotidien.

Un bijoutier tue son agresseur et reçoit quasi instantanément un million de soutiens sur Facebook (septembre 2013). La justice ne peut être indifférente à cette mobilisation qui dépasse les habitants du quartier. Le pouvoir politique ne peut être indifférent à l'expression de lassitude devant l'insécurité non réprimée de la société. Le pouvoir législatif ne peut rester indifférent à l'absurdité des termes de la loi qui qualifie la légitime défense. Sauf que, et c'est un autre trait de l'information 2.0, une information chasse l'autre et l'oubli, l'indifférence s'installe. Un peu de patience et le bijoutier est traité comme si le mouvement d'opinion n'avait pas existé.

En Iran, des dizaines de femmes ont décidé de braver l'interdit, non seulement en utilisant les réseaux sociaux (officiellement bloqués par le gouvernement), mais aussi et surtout en ôtant leur voile. Plusieurs d'entre elles affichent le soutien d'un père, d'un frère et/ou d'un mari.

Mais : « Préserver la chasteté publique, respecter le hijab islamique et la sécurité morale sont des sujets cruciaux qui ne doivent pas être oubliés au prétexte de sanctions économiques ou d'un changement de gouvernement » disent les radicaux qui ont par ailleurs lancé une campagne sur les réseaux sociaux pour prévenir la propagation des vêtements dits impudiques. Là également une fois le temps de l'émotion passée, la justice opère dans la discrétion.

En revanche, Hannah, une Autrichienne risquait la prison à Dubaï pour relations sexuelles hors mariage, après qu'elle ait dénoncé à la police le viol brutal qu'elle avait subi. Plus le bouchon est gros, plus il est poussé loin ! Mais la pétition au Ministre des affaires étrangères autrichien a rassemblé plus de 150 000 signatures en une seule journée et s'est bientôt retrouvée au centre d'un tourbillon médiatique en Autriche et tout autour du monde. Trois jours après le lancement de la pétition, Hannah était libre. L'information 2.0 a donc ses lettres de noblesse..

Facebook récolte un maximum d'informations globales, tandis que Twitter dispose de données plus fines sur les tendances de ses membres. WhatsApp permet quant à lui d'associer le numéro de téléphone à une personne. Sur Instagram, l'arrivée récente de la vidéo permet de développer des publicités quasi-personnalisées à ses utilisateurs. Et ce n'est que le début..

Facebook et les autres utilisent les données pour vendre de la publicité. Lorsqu'un utilisateur se connecte sur un site qui contient l'icône Facebook, il envoie son "cookie" à Facebook. Facebook sait alors que l'utilisateur a visité le site.

Le bouton "Like" permet aux marques de récupérer, à leur tour, des informations sur l'utilisateur. Un "like" rapporterait 1,34 dollar, un tweet sur un événement payant 0,80 dollar. Si on utilise gratuitement un service sur Internet, c'est que, en fait, on en est le produit, le client. Des sociétés moins connues, des "data brokers" ou "courtiers en données", chassent les moindres données privées sur Internet grâce à de puissants algorithmes.

Les informations cumulées de ces données se monteraient à plus de 300 milliards de dollars pour les seuls Européens, avec un objectif fixé à 945 milliards de dollars d'ici 2020. Et tout ça, sans que chaque intéressé ne touche le moindre centime...

On peut tweeter d'une main sans lâcher la Kalachnikov ou la banderole. Il n'est pas besoin d'URL ou autre pour envoyer des messages et des images, en profitant de la contagion donnée par les hashtags et le moteur de recherche. Le tweet fait le lien dans un groupe dispersé,

permet de témoigner de la situation à la presse étrangère et de provoquer l'adversaire. Celui-ci peut également l'utiliser pour diffuser des preuves et submerger la propagande adverse comme l'a pratiqué Israël. Le tweet est idéal pour favoriser le lapidaire, le slogan, l'adresse solennelle, la menace, l'injure ou le défi. Les tweets les plus repris sont ceux qui contiennent la colère.

La vente d'armes et de munitions trouve quant à elle davantage d'audience sur Facebook, bien adapté à ce genre de trafic.

L'usage du mot selfie a augmenté de 17 000% entre 2013 et 2012. Les narcotrafiquants s'y adonnent, avec le recrutement pour objectif. Les Djihadistes trop repérés par cette pratique ont dû l'abandonner en partie.

La pratique du phishing se répand, parfois canular parfois piège comme celui-ci : « *Pour voir des photos de Carla Bruni nue, cliquez ici* » L'hameçon a été envoyé par les services chinois à des diplomates de tous pays pour hacker des sites d'affaires étrangères avant le G20. Ce fut souvent avec succès...

La parade de l'interdiction de comptes se multiplie mais le jeu interdit/recréé est devenu un classique de la rapidité de réaction.

Outil du prosélytisme par excellence, Twitter convient bien à plusieurs approches en particulier celle d'une religion qui mise sur les jeunes. Cela explique le succès médiatique du pape qui a 9 millions d'abonnés et qui se fait comprendre de personnes de tous bords. Il utilise un langage simple, avec un contenu qui interpelle et fait réfléchir, sans négliger les expressions pittoresques. C'est ainsi que Benoît XVI le définissait, lui dont l'accès à twitter montre que ce n'est pas question d'âge : *Dans la substance de brefs messages, souvent pas plus longs qu'un verset de la Bible, on peut exprimer des pensées profondes à condition que personne ne néglige le soin de cultiver sa propre intériorité.*

En quelques heures les cyber-militants ont propulsé #Digitalmaidan en tête des sujets les plus twittés dans le monde, en organisant une tempête twitter avec 80 tweets préfabriqués dans différentes langues mais cela n'a pas donné pas la victoire à Maidan.

Aux USA les utilisateurs de Pandora (site de musique) ont des publicités qui tiennent compte de leurs opinions politiques. « *L'entreprise se sert des résultats des élections nationales au niveau des comtés de chaque État et les croise avec le code postal que chaque membre Pandora*

fournit au moment de son inscription. L'orientation politique d'une personne est ensuite déterminée en observant si les artistes qu'elle écoute sont fréquemment écoutés dans des zones à majorité Démocrate ou Républicaine. » Le modèle serait efficace à 75%.

Facebook possède la plus grande galerie de photos du monde, et a désormais la possibilité de faire correspondre tous les visages qui s'y trouvent. Le logiciel DeepFace peut déterminer si deux visages photographiés appartiennent à la même personne avec une précision de 97,25 %. L'objectif économique est de bien reconnaître et interpréter toutes les informations postées sur les réseaux sociaux, par une personne ou par d'autres. C'est un élément central du modèle économique de Facebook, car cela lui permet de personnaliser les publicités ce qui augmente sensiblement leur taux de consultation en ligne. Bien entendu la méthode peut avoir d'autres usages. Ainsi les campagnes électorales sont désormais clientes. Le premier à avoir utilisé cette nouvelle capacité, est Barack Obama pour sa réélection en 2012. Il a notamment utilisé des données pour débusquer les électeurs indécis qu'il pouvait encore convaincre. François Hollande aurait également utilisé cette méthode.

Médias sociaux et révolutions arabes : bilan en six points trois ans après

Rien de tout cela n'était vraiment nouveau. La révolution a davantage accéléré que créé le processus de développement de ces nouvelles pratiques médiatiques, et notamment des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.). Assez rapidement, dans les mois qui ont suivi les révolutions, on a cependant assisté à un phénomène de saturation.

La mobilisation sur les réseaux sociaux a montré ses limites par rapport à une véritable mobilisation sur le terrain. En Syrie, les acteurs et les utilisateurs du champ numérique se sont rendu compte que les vertus que l'on prêtait aux réseaux sociaux n'étaient pas si évidentes que cela, et en particulier la vertu de l'authenticité. Tout le monde était sur les réseaux sociaux pour le meilleur, mais surtout pour le pire. Il y a eu beaucoup de manipulations du côté du pouvoir syrien comme du côté des rebelles.

Dès le début de l'année 2005, on observe dans la presse arabe dite traditionnelle un début d'intérêt pour les nouveaux médias. Le premier mouvement politique où internet a été associé de façon très forte et évidente, c'est en 2008 en Égypte : il y a eu un appel, organisé via Facebook, à une grève générale : c'est le Mouvement du 6 avril. Ce mouvement n'a pas été suffi-

samment relayé dans la presse occidentale, qui a souvent sur le monde arabe des visions préconçues.

On n'a pas vu que les effets d'internet ne dépendaient pas de la quantité mais davantage du contexte.

Si un pouvoir autoritaire comme le pouvoir syrien se maintient aussi longtemps, c'est bien parce qu'il a su gérer la question de l'usage d'internet. Il a très rapidement pris la décision d'autoriser l'accès aux réseaux sociaux afin de mieux les contrôler.

Être contestataire sur internet à l'époque de Ben Ali était un tour de force sur le plan du courage personnel et sur celui de l'utilisation des techniques, parce que la police cybernétique était particulièrement efficace. Les relais tunisiens à l'extérieur, notamment en France, ont joué un rôle important dans des formations de compétence, pour apprendre à déjouer les processus de contrôle, ou servir de relais pour mettre en ligne des informations en prenant moins de risques. Les diasporas ont joué un rôle utile voire important pour contourner la police cybernétique.

En conclusion, l'ennemi est engagé sur son champ de bataille et il faut s'y engager aussi bien que lui.

La nature de l'impact des réseaux sociaux dans les pays et sociétés, étudié tout au long de cette étude, montre qu'elle est fluctuante, pas toujours très prévisible et surtout non catégorisable et non modélisable. Si, de fait, il semble possible de modéliser la propagation d'informations et de données (comme flux) au sein des réseaux sociaux, il n'en est pas de même de modéliser la nature de l'impact.

Les réseaux sociaux résultant des usages sociaux des médias 2.0, dans une invention / adaptation souvent pas prévus par les concepteurs mais inventés par les utilisateurs ; ont donc des usages et fonctions différentes, non pas en fonction des Etats, régimes politiques, sociétés et cultures, mais des utilisateurs, y compris dans une forme « un par un ».

De ce fait aussi, les réseaux sociaux, comme tout autre réseau, représentent du pouvoir à la fois en tant qu'espace d'interaction, de théâtres d'influences, de champs de bataille potentiels, etc, impliquant des stratégies mises en évidence au sein de cette étude, plus pertinentes qu'une grille de montée en puissance.

Lieu de facilités et de fragilités, un certain nombre de critères d'analyse sont nécessaires pour évaluer à un moment donné, selon une situation précise, à un endroit donné, quel sera l'usage des réseaux sociaux et quels effets on peut en attendre. Aucun pays n'y échappe, aucune société, aucune culture, aucun régime, libéral ou autoritaire, France comme Chine, Russie comme Etats Unis, Egypte comme Brésil... L'impression générale cependant est que la banalisation des réseaux sociaux est en marche, que de l'infodominance étatique nous sommes passés au pouvoir économique des métadonnées, que leur attrait économique prime sur tout et que leur audience vaut surtout quand leur message est relayé par des médias traditionnels.

C'est donc un suivi de la pénétration d'internet, de celle des téléphones portables, de la capacité des autorités à limiter la diffusion des médias sociaux, de la sensibilité des populations aux messages que la conjoncture permet de diffuser avec succès, de l'habileté des internautes à contourner les interdits etc. qu'il faut assurer, pays cible par pays cible, afin d'être prêt le moment venu pour établir une appréciation de situation.

D'autres recommandations suivent. Elles sont générales mais aident à se préparer à la situation engendrée par cette nouvelle approche médiatique, à en faire entrer la dimension dans le quotidien de l'action.

Il ne faut pas attendre une crise pour se préparer. Il faut en particulier se doter d'une cellule média sociaux, et monter un blog de crise. Il faut faire en sorte que lorsque l'on tape xxx sur Google, yyy apparaisse. Il est important de détecter les signaux faibles et mettre en jeu des activateurs de « like ». Cette fonction peut s'appuyer sur un prestataire extérieur spécialisé.

La direction générale doit être réellement impliquée dans des politiques médias sociaux. L'exemplarité du leader est primordiale, l'exemple vient d'en haut.

Il faut définir et diffuser plusieurs documents politiques : pour les employés, pour la ligne éditoriale, pour la politique éditoriale des commentaires, pour la chaîne d'approbation des contenus, pour le partage des informations internes et le monitoring externe des contenus, pour la sécurité des technologies de l'information.

Il convient d'avoir un compte Facebook mais sans en faire l'outil unique des réseaux sociaux. Quand tout va bien, c'est parfait bien, mais si un problème surgit, ou une attaque subversive, le mur Facebook peut devenir la cible d'attaques vicieuses et répétées.

Il faut réagir aux attaques sur les médias sociaux. Il faut les recenser, former le personnel,

établir une doctrine. Elle tient dans les points suivants :

Ne pas donner d'information classifiée,

Situer l'erreur dans les faits pas dans les arguments,

Admettre les fautes,

Faire preuve de jugement,

Éviter les copies,

Utiliser les règles sans les enfreindre,

Ne pas violer l'intimité,

Éviter d'endosser,

Ne pas parler à la place d'une autre,

Faire état de sa non responsabilité,

Rester dans sa ligne, à sa place. .

Il faut tempérer avant de tweetclasher, éviter le piège de l'emportement, et de l'ego. Attention aux querelles à coups de tweets rageurs. Il faut rechercher de failles informationnelles, marteler les argumentaires, exemples à l'appui, et suivre le fil Twitter. Il faut exploiter les réactions maladroités de l'adversaire et essayer d'être le petit contre le fort, penser la contradiction en permanence.

Si on ne regarde pas sur ce que l'on dit de soi et que l'on publie quand même, on montre une vulnérabilité qui sera exploitée.