

EPS-2013-35

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

Synthèse



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 ?

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.

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

Les recommandations de l'étude porte enfin sur la nécessité de se préparer à une crise portée par les médias sociaux, de s'en saisir au plus haut niveau de la gouvernance, de se doter de politiques correctement diffusées, ainsi que d'une solide doctrine d'emploi.