

Le Web social : quels impacts sur la citoyenneté, la démocratie et le monde politique

Projet de rapport

Présenté par

M. Léon Walry
Député (Belgique/Communauté française/Wallonie-Bruxelles)

Rapporteur

OTTAWA (CANADA) | 6 JUILLET 2014

Le Web social :
quels impacts pour la citoyenneté, la démocratie
et le monde politique ?

Que dire à propos d'Internet, des réseaux sociaux et du Web 2.0 ? Que sa croissance est exponentielle et ne semble jamais devoir s'arrêter ? Qu'il semble réaliser le rêve du « village mondial » où tout serait à portée de chacun ? Que l'exhaustivité et la transparence semblent être devenues les exigences minimales ? Que la diffusion immédiate de l'information et de la culture a permis à la démocratie de connaître un essor sans précédent ? Les réseaux sociaux et plus globalement ce que nous appelons le Web 2.0, le Web participatif, offrent de nouvelles modalités aux rapports sociaux, non seulement entre les individus mais aussi ce qui fait une société : ses structures, ses services, son administration mais aussi ses femmes et hommes politiques et finalement l'ensemble de la logique de représentation du peuple par ses élus. Il faut pouvoir saisir l'impact de ce phénomène tant au niveau de la communication interpersonnelle et professionnelle qu'au niveau de la communication politique.

Mais le Web participatif, s'il dévoile un horizon, il charrie aussi avec lui de lourdes interrogations. Il se place au centre d'enjeux fondamentaux, de redéfinitions dont la clarté n'est pas la première vertu. Des monopoles se créent là où la diversité et le pluralisme étaient espérés, l'information se démultiplie à en devenir illisible. Les flux d'informations demandent des connaissances et des capacités d'orientation inédites. Sans compter les enjeux financiers et intellectuels liés à la propriété de ces contenus qui n'ont plus rien de virtuel.

Ce rapport se propose ainsi de faire le point sur les développements et les implications du Web 2.0 et ce qu'il implique au niveau de la représentation politique. Comment la légitimité des élus est influencée par les réseaux sociaux. Comment le politique peut-il se positionner face à un phénomène qu'il n'a pas forcément initié, ni même appelé de ses propres vœux, mais face auquel il ne peut rester de marbre aujourd'hui. Lorsqu'on sait que les connections deviennent quasiment permanentes avec le développement de l'Internet par appareil mobile (téléphones, tablettes, etc), la question prend toute sa dimension.

En une phrase certainement réductrice et peut-être provocatrice, le propos pourrait se résumer comme suit : « *Comment le politique, dont la nature profonde est d'accompagner les mutations de la société (parfois en les précédant, plus souvent en les suivant) est-il amené à se transformer si le vote aux élections prend la logique d'un « tweet » d'un « like » ?* » Plus encore, comment nos systèmes représentatifs peuvent-ils englober, cohabiter et/ou composer avec ces réseaux sociaux ? De quoi ces derniers sont-ils l'expression ? D'une individualisation plus prégnante de nos sociétés, où l'individu devient la mesure de chaque chose, bien plus que la famille, le parti politique ou l'association ? D'une formidable vitalité d'autant plus démocratique que participative où tout le monde a la possibilité de donner son avis sur les sujets qui l'intéressent ? Les points d'interrogation demeurent, tant les modifications induites par les réseaux sociaux et le Web participatif sont encore difficilement quantifiables et vérifiables.

Quel ampleur du Web 2.0 ?

Toutefois, la question n'est pas une vue de l'esprit lorsque l'on sait que *Facebook*, le principal réseau social draine déjà plus d'un milliard de personnes à travers le monde, en moins de 10 ans d'existence ¹. Certes, il existe des variations d'un pays à l'autre, d'un continent à l'autre ; l'Europe et l'Amérique du Nord semblent ne plus connaître qu'une croissance marginale (en même temps que *Facebook* est concurrencé par d'autres types de réseaux sociaux) mais l'Asie et surtout l'Afrique connaissent une expansion vertigineuse ².

Mais il demeure établi que par les réseaux sociaux tels que *Facebook*, *Twitter*, *Weibo* (sans compter les nouveaux venus qui viennent concurrencer et renouveler les anciens), attirent un nombre considérable de citoyens.

Aussi, essayer de définir la façon dont les personnalités politiques francophones pourraient aborder en commun les défis du Web 2.0 serait une réponse non seulement pertinente mais aussi légitime.

1_ http://abonnes.lemonde.fr/technologies/article/2012/10/04/facebook-franchit-la-barre-du-milliard-d-utilisateurs_1770255_651865.html. Socialbakers.com indique cependant que le site a connu depuis lors un léger tassement autour de 966 millions d'utilisateurs. Voir annexe 1

2 Si en Amérique du Nord, le taux de pénétration de Facebook atteint 43 %, il est moindre en Europe (30,2 %) et l'Amérique du Sud (36,4 %) tandis que l'Asie (6,6) et l'Afrique (4,9) décollent (voir donc <http://www.socialbakers.com> pour plus de renseignements à ce sujet).

Ces derniers mois, les réseaux sociaux ont eu l'occasion d'entrer plusieurs fois en résonance avec l'actualité politique. Ainsi, le Printemps arabe, qui a vu un vent de contestation grandir jusqu'à renverser des régimes en place depuis des décennies, a été marqué par l'utilisation des réseaux sociaux. Il en fut de même dans les mobilisations de type « *occupy* » où les manifestants coordonnaient leurs actions de cette manière.

Nul doute que le véritable impact des réseaux sociaux sur ces mouvements de mobilisation doit encore être rigoureusement étudié. Et il ne sera pas étonnant d'apprendre que la place des réseaux sociaux n'a pas été aussi déterminante que certains commentaires ont pu le laisser croire. Mais il demeure certain qu'ils ont joué un rôle dans les mobilisations de masse et la circulation (pas forcément parfaitement rectiligne) de l'information.

D'autres phénomènes politiques peuvent également être rapprochés de ce qui relève des réseaux sociaux ; des formations politiques, bien réelles, se revendiquent clairement de cette mouvance participative. Et elles réussissent des percées significatives dans certains pays ; c'est le Parti « Pirate » en Allemagne qui a obtenu plusieurs succès électoraux ou, dans un autre registre, la formation de Beppe Grillo qui a remporté un nombre inattendu de sièges aux récentes élections italiennes avec un discours notamment basé sur la démocratie directe par l'intermédiaire des réseaux sociaux³.

Mais bien évidemment, au-delà de ces exemples paroxystiques, il existe une banalisation de la présence politique sur les réseaux sociaux, particulièrement en période électorale. Ce fut le cas en Belgique lors des dernières échéances électorales (communales et fédérales) et l'année passée en France ou au Sénégal, par exemple. Sans compter, bien sûr, les États-Unis où l'élection de Barack Obama repose, entre autres, sur une utilisation particulièrement réussie des réseaux sociaux comme outil et canal de communication et de recrutement. Nous savons que le travail d'orfèvre de ce côté de l'Atlantique peut servir de recette dans nos propres pays.

Mais comment évaluer l'impact réel d'Internet ? L'émergence de ces nouveaux outils de communication gratuits, rapides, interactifs, simples et efficaces qui ciblent en temps réel le plus grand nombre, remet en question le fonctionnement des médias traditionnels.

³ <http://www.courrierinternational.com/article/2012/05/10/beppe-grillo-le-comique-ne-fait-plus-rire>

Les réseaux sociaux ont connu une croissance extrêmement rapide, comme le montre le récent rapport de Nielsen : ils sont désormais plus utilisés que les emails. Ces derniers « *apportent pour la première fois une réponse à une certaine frustration palpable au sein de la communauté des usagers qui, depuis la naissance d'Internet, se sont vus cantonner à un rôle essentiellement passif.* ». Avec le Web 2.0., les rôles se redistribuent : l'utilisateur devient producteur, « acteur » d'informations, à côté des journalistes et des médias. Il devient lui-même une source potentielle crédible d'informations, de tendance ; un acteur au cœur de l'action.

Compte tenu de ce plébiscite, il n'est pas étonnant que l'offre soit abondante, et il semble difficile de dresser une liste exhaustive de tous les outils en ligne. Chaque pays a ses préférences.

Qui sont donc les utilisateurs ?

On a souvent présenté les médias sociaux comme un phénomène touchant essentiellement les jeunes. Bien évidemment, ceux-ci restent la population la plus représentée 4 mais c'est sur le créneau des plus âgés qu'ils enregistrent leur plus forte croissance 5. Les jeunes commencent certainement à trouver trop étroits les murs d'un réseau social où figurent également leurs parents ou leurs proches. D'autres réseaux commencent à croître à leur tour, tels Tumblr Snapchat, Pheed ou Vine, lancés voici quelques mois par Twitter 6.

Les internautes sont de plus en plus nombreux à se laisser séduire par les sites communautaires. En 2012, en France, près de 25 millions de personnes étaient inscrites sur Facebook, y passant en moyenne 55 minutes par jour ; on comptait 5,2 millions de comptes sur Twitter et 3,4 millions pour Google+ 7. En

4 Selon socialbakers.com, pour la Belgique par exemple, les 18-24 ans représentent 22 % tandis que les 25 – 34 ans forment 24 % de la population belge de Facebook. Et c'est bien sur les 45 et plus que la croissance est la plus forte.

5 <http://pewinternet.org/Reports/2012/Older-adults-and-internet-use.aspx>

6 <http://alaingerlache.be/post/44695384510/facebook-est-il-encore-cool>. Voir annexe 2

7 ComScore - <http://www.secorebiz.com/actualite/r%C3%A9seaux-sociaux-statistiques-avril-2012>)

analysant un peu les chiffres de l'audience de Facebook, les 13-17 représentent 15% des utilisateurs⁸, les 18-34 ans 51% et les 55+ 9%⁹.

A l'image des autres continents, Facebook s'impose également en Afrique comme le réseau social par excellence : 25% des internautes africains s'y connectent, ce qui fait pas moins de 17 millions de membres sur le site créé par Mark Zuckerberg.

et le politique

La communication politique connaît elle aussi un nouvel essor grâce au réseau internet et ses fonctionnalités sur l'ensemble des continents, y compris par de nombreux chefs d'Etat africains dont les champions en la matière sont Goodluck Jonathan (Nigeria), Jacob Zuma (Afrique du Sud), Paul Kagamé (Rwanda), ou encore Alassane Dramane Ouattara (Côte d'Ivoire). Ils utilisent les nombreuses possibilités offertes par le web actuellement: Site web (institutionnel ou personnel), présence sur les réseaux sociaux, écriture d'un blog, échanges sur les forums de discussion, publication de lettres d'actualités, applications sur les smartphones,...

Les réseaux sociaux peuvent paraître difficile à gérer pour les femmes et hommes politiques car n'étant qu'un/une utilisateur/trice parmi d'autres sur ces réseaux. Il existe un phénomène d'« aplatissement » qui se joue des distances qui peuvent exister dans la vie réelle. Le politique présent sur les réseaux sociaux sera à la « portée » du premier internaute venu. Avec les risques que cela comporte ; multiples prises à partie, polémiques chronophages, risque d'un dérapage repris immédiatement de façon virale sur le Net.

Une présence sur les réseaux sociaux ne s'improvise donc pas. Le manque de constance, l'opportunisme, l'amateurisme ou encore les erreurs de contenus ou de forme sont autant de difficultés supplémentaires à éviter.

Tous ces nouveaux modes de communication politique traduisent un véritable besoin d'une stratégie de communication préalable où les réseaux sociaux seront un outil à envisager parmi d'autres. Toutefois, ces

8 <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/france>

9 Voir annexe 3

nouveaux modes de communication ne sont plus régis par les mêmes règles que celles connues jusqu'ici. C'est une écriture qui peut être à fleur de peau, impulsive, interactive, spontanée et directe.

Que ce soit sur Twitter ou Facebook, on est soutenu par un réseau. Une bulle accompagne l'internaute dans tout ce qu'il dit : ce sont ses amis, ses contacts. Quoi qu'il écrive, il va avoir l'impression d'être soutenu par cette bulle. C'est comme dans une tribu qui nous protège (avec des modalités différentes par exemple entre Twitter et Facebook où il faut faire la démarche de la demande d'amitié, alors que Twitter l'ignore). Tout ce qui compte pour les membres de ces réseaux, c'est d'accueillir le soutien du groupe. Sans ce soutien, ils n'existent pas et leurs messages sont inaudibles. D'un point de vue éthique, les auteurs de tweets ne se sentent plus liés aux règles existant à l'extérieur de leur bulle. Pour eux désormais, seule compte la loi du groupe.

D'où la question de l'influence et la volonté des politiques de cerner avec justesse les acteurs susceptibles d'impulser des tendances ou de diffuser des idées. Des outils permettent aujourd'hui de connaître et mesurer en temps réel tout ce qui se dit à votre sujet, et ce, sur tous les réseaux sociaux; cela vous permet donc de prendre le pouls "social" et vous donner une meilleure image de ce que vous représentez sur les réseaux sociaux. Des sociétés sont également aujourd'hui en charge de veiller à ce que votre image en ligne soit la plus correcte possible; on parle alors « d'e-reputation » (contrôler son image sur le Web, comme ce fut le cas lors du récent scandale alimentaire sur la viande chevaline).

Aussi, quel est l'impact de l'utilisation des réseaux sociaux sur la conscience politique ?

De quelle manière les plate-formes sociales participent-elles à la construction, à l'évolution de la conscience politique de ses membres ? Ce qui s'y dit, s'y échange, a-t-il un réel impact, un réel poids sur l'issue d'échéances électorales ? Est-ce vraiment un endroit de présence inéluctable pour la politique, que les discussions soient initiées par des internautes entre eux ou par des hommes politiques ?

Si les réseaux sociaux sont là avant toute chose pour permettre aux gens de se connecter, de communiquer et d'appartenir à un groupe, l'usage et la finalité en sont-ils les mêmes pour des hommes politiques ? Quelle peut en être l'utilité pour un élu ? Ne serait-on pas confronté à une « mode » marketing, ou alors ce choix serait-il pleinement voulu et non subi ?

Être sur les réseaux sociaux serait-il donc un moyen d'entrer en contact avec un public que l'on dit désintéressé par la chose politique ? Les recherches en la matière montre que l'impact des informations « politiques » via les réseaux sociaux reste limité mais néanmoins bien existant¹⁰. Ainsi, ce sont « 41% des

¹⁰ <http://www.emarketer.com/Article/Social-Media-Begins-Drive-Political-Conversation/1009411>

utilisateurs de Twitter et 36% des utilisateurs de Facebook qui ont déclaré avoir pris connaissance de messages politiques via ces réseaux et ¼ d'entre eux qui estiment avoir été un peu, voire beaucoup influencés par ces messages » 11.

Grâce à Internet, l'espace virtuel devient un lieu de socialisation à partir duquel les citoyens-usagers peuvent agir directement sur leur milieu par l'entremise d'un « réseautage » social formel ou informel : en lisant, en débattant, en proposant ou en effectuant des choix, en se révoltant, en manifestant, en critiquant...L'internaute peut avoir l'impression d'être en contact direct avec les politiciens et avoir l'impression de participer directement aux choix. Une nouvelle forme de citoyenneté serait alors à l'œuvre sur les réseaux sociaux : en favorisant le contact direct, le citoyen serait plus à même de se réaliser et d'avoir son mot à dire dans la politique. Cela n'est pas sans conséquence dans la vie réelle puisque ce sentiment d'immédiateté, d'absence d'intermédiaire entre le citoyen et le décideur, persiste en dehors du Net. Cette relation née dans le virtuel donne naissance à une pareille exigence dans la vie réelle. La dissonance entre l'immédiateté (supposée) du virtuel et la lourdeur (tout aussi supposée) du réel, devient difficile à concevoir et peut entraîner des mouvements de dé-légitimation du politique.

Le Web social est perçu comme une possibilité de se rapprocher de ses électeurs, hors des codes « *institutionnalisés* » de la communication politique. Les réseaux sociaux, peuvent ainsi se révéler des outils très puissants, pour les appels au vote, dans le cadre d'élections, encore faut-il savoir ou vouloir s'en servir convenablement. Car ils ne sont pas sans danger. Leur utilisation n'est pas sans risque et peut engendrer des inconvénients. Un message – éventuellement comprenant des fautes, des erreurs factuelles, des considérations rédigées sous le coup de l'énervement ou de l'émotion – est très rapidement mis en ligne avec le risque de créer une polémique qui enflamme avec les commentaires et retweets. Les réseaux sociaux sont comme des nouvelles voitures puissantes lancées sur la route de l'Internet. Sans une bonne connaissance des réseaux sociaux, les dérapages et accidents seront inévitables.

....encore faut-il savoir en faire bon usage ?

Pour le politologue liégeois Michel Hermans (HEC – Ulg) spécialisé en communication, Facebook est utilisé par le monde politique comme un outil de propagande unilatérale. « *Ce que les réseaux sociaux ont changé dans le monde politique, c'est la possibilité en permanence de montrer des photos de soi, de publier des articles, des interpellations, de montrer ce qu'ils ont fait, de se montrer sympa ou faire part de leurs coups de gueule ; sans devoir passer par des médias traditionnels* ». Une maîtrise totale et complète de son image étant illusoire voire impossible, vu qu'elle est construite par les propres actes et déclarations mais également par les interactions avec les membres des réseaux sociaux. Les erreurs et dérapages peuvent

11 <http://www.synaptic.be/blog/les-medias-sociaux-influencent-ils-les-opinions-politiques/> Un exemple récent est le dernier débat lors des élections présidentielles françaises où le hashtag #ledebat a été utilisé massivement sur Twitter

donc avoir des conséquences lourdes et dommageables pour des personnalités politiques pour qui l'image est primordiale. Les exemples négatifs sont d'ailleurs légion et alimentent régulièrement l'actualité.

Quoi qu'il en soit, les réseaux sociaux, sont à l'heure actuelle extrêmement populaires et constituent de fabuleux moyens de communication, même s'ils n'ont toutefois pas non plus enterré les autres médias que sont la presse écrite, la radio ou la TV en tant que sources d'informations. Ces médias gardent leur légitimité et leur crédibilité mais sont dorénavant concurrencés de plus en plus par les réseaux sociaux sur le domaine de l'actualité, mais également sur la politique.

Quoi qu'il en soit, le politique ne peut plus aujourd'hui se passer de l'Internet.

L'exemple le plus emblématique reste encore à ce jour les deux campagnes électorales de 2008 et 2012 de Barack Obama qui fit des réseaux sociaux une pierre angulaire dans l'organisation de sa campagne électorale. Son équipe de campagne est parvenue à rendre visible son message sur le Web social, à le communiquer auprès de son électorat potentiel, à s'assurer de sa bonne compréhension et diffusion et à fédérer une communauté autour d'un projet, d'un candidat.

Plus proche de nous, la campagne présidentielle française de 2012 a aussi été transposée sur la Toile : des équipes « web » furent mobilisées par les différents candidats.

Comme le mentionne Benoît Thieulin, organisateur de la campagne de Ségolène Royal : « *Une connexion sur le site Web, un coup d'œil sur ce que font les militants du coin et en moins de temps qu'il ne le faut pour le dire, le militant se connecte et part distribuer des tracts dans les deux ou trois rues de son voisinage ou plus loin. Pas envie de distribuer des tracts ? Qu'importe, notre sympathisant pouvait trouver en ligne des listes de personnes à appeler pour les inviter à une réunion publique ou pour récolter des fonds... Sans parler des mini tableaux de bord qui donnaient à chaque militant des indications sur les résultats de ses actions – ou celles de son voisin... »*

Cette relation permanente avec les réseaux sociaux est d'autant plus renforcée que les moyens de se connecter se sont également développés. Avec les téléphones mobiles, l'impact est démultiplié. Ainsi, Facebook est-il désormais majoritairement consulté depuis un appareil mobile que depuis un ordinateur¹².

Ce changement n'est pas qu'anecdotique puisqu'il influence fortement sur les contenus et les modalités. A noter que c'est également de cette manière que les réseaux sociaux connaissent leur développement actuel en Afrique puisque les liaisons 3G nécessitent moins d'infrastructures que les connexions de type ADSL. La connexion est d'autant facilitée. Selon un tout récent rapport publié par la société Ericsson, « *À l'heure actuelle, [...] la part de la vidéo dans le trafic mobile pèse entre 25 et 40 %. Une évaluation assez large, mais qui illustre malgré tout son importance parmi les différents usages conférés par les smartphones. Fin 2017, 85 % de la population mondiale devrait être couverte par les réseaux 3G. Au même moment, un individu sur deux pourra accéder à un réseau 4G.* ». Ce changement de paradigme mériterait d'être étudié plus en profondeur parce qu'il induit un changement dans l'utilisation et les attentes vis-à-vis d'internet.

Aussi, comment concilier le Net dans le respect des libertés individuelles ?

Mais, pour reprendre un autre poncif, le Net est-il finalement un endroit où tout et son contraire peut être dit ? La Déclaration Universelle des Droits de l'Homme nous le rappelle à propos : « *La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme ; tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi* ».

Cependant, il n'existe pas une mais des libertés d'expression, plus ou moins « développées » selon les pays. Beaucoup de différences existent et cela au sein même des Etats occidentaux . Les mentalités ne sont pas les mêmes partout dans le monde et les libertés ne sont pas appréhendées de la même façon. La liberté d'expression est le plus souvent limitée de manière juridique et aussi pour des raisons religieuses, politiques....mais pas de manière uniforme. Ces différentes conceptions engendrent une difficile (impossible ?) mise en place de normes communes sur tous les réseaux et même entre pays proches, cela est compliqué du fait des divergences flagrantes de législation.

12 <http://investor.fb.com/secfiling.cfm?filingid=1326801-13-3>.

Quel est le cadre légal de base ?

Inscrite dans la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789, en son article 11, la liberté d'expression, est un principe fondamental dans toute société qui se déclare démocratique. Sa formulation a influé la Déclaration universelle des droits de l'homme, adoptée par l'ONU le 10 décembre 1948 (art. 19) et la Convention européenne des droits de l'homme adoptée le 4 novembre 1950 (art. 10). Cette liberté n'est toutefois pas absolue. Il existe des limites à son exercice consacrées par ces textes, dont la mise en œuvre est laissée aux législations nationales : il s'agit d'atteinte aux droits d'autrui ou du fait de se trouver en contradiction avec les valeurs que veut défendre la société, comme l'ordre public et les bonnes mœurs. Dans ces cas, on parlera d'abus de liberté d'expression¹³, que l'on retrouve bel et bien sur Internet.

Le développement de ces pratiques inacceptables et de ces comportements illicites, facilités par les spécificités techniques et la dimension mondiale du réseau, amène un certain nombre d'acteurs, dont les responsables politiques à s'interroger sur la nécessité de l'interdiction, voire d'une régulation de l'Internet qui tienne pleinement compte des spécificités de cet espace virtuel.

Comme le rappelle Vincenzo Susca, maître de conférence en sociologie de l'imaginaire à l'Université Paul Valéry (Montpellier) : « *Notre identité numérique nous précède et ...nous excède. C'est-à-dire qu'elle existe sur le Web avant que nous n'y soyons et qu'elle va au-delà de la manière dont nous aimerions la gérer* ». Avant, les personnalités contrôlaient leur communication beaucoup plus simplement : elles choisissaient ce qu'elles voulaient dire ou ne pas dire. Sur les réseaux sociaux ça ne marche pas de cette manière. Les informations qu'elles donnent leur échappent, ce qui renvoie au problème de « l'e-réputation » évoqué plus haut.

Aussi, les réseaux sociaux qui, en principe, n'admettent pas de frontières font encore peur à de nombreux Etats à travers le monde, symboles d'une liberté d'expression sans retenue. Dans des pays tels que la Chine, la Syrie ou l'Iran, la censure fait rage et les défenseurs des droits de l'Homme tentent par tous les moyens de se faire une place sur la toile. La liberté d'expression promise par les réseaux sociaux éprouve la capacité de censure de certains régimes ; le cadre géographique national explose par la possibilité de communiquer avec l'ensemble du monde.

13 que ce soit celui de la publication d'idées négationnistes, voire de diffusion d'images pédophiles ou d'atteintes à la vie privée

Cependant est-il seulement possible d'imaginer limiter la liberté d'expression sur Internet et à plus forte raison sur les réseaux sociaux ? N'est-ce pas simplement inconcevable ?

Le développement des technologies de l'information et de la communication permet une circulation très fluide et horizontale de l'information entre de très nombreux utilisateurs, malgré toutes les tentatives des dictatures de contrôler ce flux.

Il permet à des mouvements de se structurer, de préparer des mouvements de contestation. Les réseaux sociaux sont dès lors cruciaux à tout le moins dans leur phase préparatoire, même si le mouvement de contestation se fait dans la rue : ils permettent aux individus de lever une hypothèque sur leur engagement, de vérifier qu'ils sont nombreux à avoir la même analyse de la situation, et de confirmer la validité de leur engagement personnel.

La législation internationale, tout comme les législations nationales avancent encore à tâtons en ce domaine. L'équation n'est pas simple, ainsi que le montre les dernières discussions en date en France à propos de messages homophobes et antisémites qui se sont répandus sur Twitter. En effet, Twitter étant une société de droit américain, il n'est pas possible de lui appliquer le droit français¹⁴. Un accord semble toutefois avoir été trouvé pour une meilleure collaboration entre l'entreprise et l'appareil judiciaire français.

Cet exemple montre bien les limites qui existent aux réseaux sociaux tous pourvus de conditions générales que les utilisateurs se doivent d'accepter expressément. Dès lors, les règlements desdits réseaux sociaux pourraient-ils en arriver à supplanter les droits nationaux ? Les débats autour de Wikileaks et d'Acta sont à cet égard aussi riches d'enseignement.

Dès lors, la législation semble aller dans le sens d'une absence de régulation du Net, préférant s'appuyer sur les lois existantes pour laisser au Net sa neutralité¹⁵. Cependant, il semble clair qu'une meilleure collaboration entre les responsables des réseaux sociaux et des états seraient bénéfique pour plus de clarté et des moyens de lutter contre les messages à caractère violent, raciste ou autre.

14 http://abonnes.lemonde.fr/technologies/article/2013/01/24/la-justice-francaise-ordonne-a-twitter-d-aider-a-identifier-les-auteurs-de-tweets-litigieux_1822165_651865.html

15 Voir par exemple la transposition de la décision-cadre du 28 novembre 2008 modifiant la décision-cadre 2002/475/JAI relative à la lutte contre le terrorisme (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:330:0021:0023:FR:PDF>).

En conséquence, en l'absence de régulation et/ou de normes nationales et/ou internationales spécifiques sur l'usage des réseaux sociaux, n'y aurait-il pas lieu d'élaborer une charte de bonne conduite notamment à l'attention des politiques lors de leur campagne électorale, vu les dérives parfois rencontrées ?

Sans préjudice des dispositions normatives rappelées ci-dessus, les politiques ne devraient-ils pas, à l'instar des journalistes, être soumis dans leur relation avec les citoyens à une « *Charte d'éthique professionnelle*¹⁶ » incluant les médias numériques et réseaux sociaux, d'autant plus qu'il appert que bon nombre de candidats utilisent un profil Facebook à des fins promotionnelles ou de propagande alors que selon les conditions définies par le réseau social, ils ne peuvent recourir qu'à une fan page dans le cadre d'une campagne électorale et que de nombreux dérapages peuvent avoir lieu.

Il convient aussi de se poser la question de personnes qui utilisent les réseaux sociaux pour améliorer/valoriser/diffuser leur image et des entreprises qui font la même chose: « *Pourquoi les hommes politiques ne pourraient-ils pas faire la même chose que des grandes marques ?* »

Les réseaux sociaux ont déjà leurs règles à accepter, et à partir du moment où un homme politique le fait, il y a auto-régulation via le réseau (Twitter, FB,...); on pourrait considérer l'homme politique comme une marque en tant que telle (le personal branding)

¹⁶ L'American society of news editors (ASNE) a diffusé sur son site un guide de dix bonnes pratiques pour les réseaux sociaux (<http://bit.ly/dossierRS8>). Le texte (50 pages) préconise que les journalistes se comportent en ligne comme ils se comporteraient ailleurs et avec la même éthique professionnelle, qu'ils assument tout ce qu'ils écrivent, vérifient les informations collectées sur les réseaux sociaux, se méfient des conflits d'intérêts, observent un devoir de confidentialité envers leur employeur, réservent la primeur de l'info à leur média et s'identifient toujours comme journaliste. Ce guide dit aussi que le dialogue avec le lecteur doit être professionnel ; que les réseaux sociaux sont des outils, pas des jouets ; et que toute information erronée doit être rectifiée.

Comme rappelé précédemment, la distance et le temps sont relatifs. C'est un constat indéniable à l'examen de l'évolution du monde de l'Internet ces dernières années. Non seulement les contenus deviennent de plus en plus importants puisque nous pouvons désormais suivre en direct des émissions télévisées, mais les objets qui permettent la transmission des contenus sont devenus de plus en plus performants, de plus en plus petit et compacts. Il est difficile d'imaginer quels seront encore les améliorations qui nous attendent à l'avenir mais il est certain qu'elles approfondiront les tendances à l'individualisation et la personnalisation, en même temps que l'immédiateté ainsi que l'interaction permanente.

L'internet est devenu un phénomène global, total même pour approcher la définition de Marcel Mauss. Il donne à penser que tout y contenu, que tout y conduit, que l'aspect technologique est largement transcendé par les contenus, par les signifiés.

A cet égard, le web social constitue un phénomène puissant qui offre de nouvelles modalités aux rapports sociaux, non seulement entre les individus mais aussi dans ce qui fait une société : ses structures, ses services, son administration mais aussi ses femmes et hommes politiques et finalement l'ensemble de la logique de représentation du peuple par ses élus. L'émergence de ces nouveaux outils de communication gratuits, rapides, interactifs, simples et efficaces qui ciblent en temps réel le plus grand nombre, remet en question le fonctionnement des échanges « traditionnels ».

Les réseaux sociaux évoluent sous le signe de l'ambivalence ; à la fois, formidables outils de communication, d'information et de débats, ils peuvent être dans le même temps le réceptacle de messages simplistes, emplis de contre vérités et d'excès.

De ce fait, réfléchir le phénomène des réseaux sociaux à l'aune du monde politique et des structures démocratiques revient à chercher un comportement exemplaire voire exemplatif où la régulation aurait pour but premier la responsabilisation des différents acteurs.

Plusieurs dimensions sont dès lors à envisager pour caractériser les réseaux sociaux ;

1. **l'immédiateté devient la norme** : les échanges se font de plus en plus en temps réel, voire dans l'immédiateté. Le flux incessant d'échanges et d'informations rend difficile la persistance des sujets. Les séquences d'information se succèdent sans cesse. La pratique du « coup médiatique » renforce cet état de fait où la technique prévaut parfois sur le fond d'une information.

2. **Les échanges se font de tous vers tous** ; l'ouverture large des réseaux sociaux abolit les hiérarchies classiques dans l'information ou les rapports avec les politiques voire les administrations.
3. **L'interaction est constante** : entre les réseaux sociaux et les médias, y compris sociaux, la frontière est de plus en plus floue. Les contenus sont médiatisés de multiples manières ; les échanges viennent de tous endroits, sans autre condition qu'un accès à l'Internet. Les récepteurs deviennent émetteurs. Les informés, informateurs.

De fait, les politiques et plus largement LE politique est interpellé par ces changements.

Il demeure important que les politiques, dans leur rapports aux réseaux sociaux, soient les garants exemplaires de plusieurs principes qui fondent une démocratie, à plus forte raison quand cette dernière s'exprime et se développe sur les réseaux sociaux.

Par nature, le politique se doit d'être le plus ardent des défenseurs des libertés. Il doit être le chaînon fort d'une démocratie. A commencer par la liberté d'expression. Le développement de pratiques inacceptables et de comportements illicites, facilités par les spécificités techniques et la dimension mondiale du réseau, amène un certain nombre d'acteurs, dont les responsables politiques à s'interroger sur la nécessité de l'interdiction, voire d'une régulation de l'Internet qui tienne pleinement compte des spécificités de cet espace virtuel.

Alors que les échanges entre les internautes se font de tous vers tous, l'horizontalité remplace peu à peu la verticalité des échanges physiquement hiérarchisés. « *Sur le plan sociétal et politique, l'émergence de l'intelligence collaborative offre l'opportunité d'équilibrer la société plus efficacement : en trouvant un compromis entre la régulation par le haut et la cocréation par le bas.* », ainsi que l'écrivaient fort justement Joël de Rosnay et Anne-Sophie Novel¹⁷.

Mais dans quel champ d'application le politique peut-il agir pour accompagner ces évolutions, voire permettre certaines révolutions des comportements ? Il faut reconnaître les limites du politique par rapport à la société, notamment aux plus jeunes qui connaissent plus les connexions aux réseaux virtuels que les structures plus « classiques » des rapports entre le citoyen et l'Etat ou ses élus. Désormais, l'usage prime sur la propriété ou le statut.

¹⁷ Inventons une cyberdémocratie pour accompagner la civilisation du numérique » dans *Le Monde*, 05 juin 2013

Il est un domaine qui paraît cependant indispensable d'investir : le droit. La législation internationale, tout comme les législations nationales avancent encore à tâtons en ce domaine.

La législation hésite toutefois à aller dans le sens d'une **régulation** du Net, très vite synonyme de dictature ou de mise au pas comme il nous fut donné l'occasion de le voir en Syrie ou en Corée du Nord. La tendance forte actuelle préfère s'appuyer sur les lois existantes pour laisser au Net sa neutralité. Cependant, il semble clair qu'une meilleure collaboration entre les responsables des réseaux sociaux et des états seraient bénéfique pour plus de clarté et des moyens de lutter contre les messages à caractère violent, raciste ou autre.

Il demeure important donc de préserver la neutralité du Web tout en veillant à ce que les lois qui prévalent sur un territoire donné ne soient pas contournées et détournées pour des opérations susceptibles d'être considérées comme un délit voire une crime. Et pour ce faire, il faut également faire œuvre de pédagogie.

La régulation doit donc pouvoir s'affirmer pour ne pas laisser la place à une forme de vide dont pourraient s'emparer des ennemis de la démocratie. **C'est dans la collaboration entre les états et les sociétés qui développent ou hébergent ces sites ou réseaux qu'il faut trouver un *modus vivendi*.** Ce qui ne peut se dire ou se faire sur un territoire démocratique, ne doit pas se trouver être contourné par l'Internet. Mais la régulation n'est pas que la répression des comportements illégaux. C'est aussi la protection des minorités et, à l'échelle culturelle, de la diversité, par les même mécanismes.

Ainsi, il convient que plusieurs pistes puissent être développées à l'avenir :

a. Développement d'une **forme de charte** définissant certaines balises de bonne conduite qui pourraient s'inspirer de celles respectées par les journalistes :

- pas de propos tombant sous le coup de la loi : incitation à la haine raciale, appel à la violence, révisionnisme ou négationnisme ;
- pas d'agressivité, ni de violence excessive dans le ton ;
- pas de pornographie, pédophilie, obscénités et grossièretés ;
- pas de saturation, ni de harcèlement par la répétition de messages identiques ou très voisins ;
- pas de répétition de liens vers d'autres sites ;
- pas d'insultes personnelles entre participants. On peut critiquer les arguments, pas les individus ;

- pas de spéculations ou révélations à propos de l'identité de tel ou tel participant ;
- les tentatives d'usurpation d'un pseudonyme déjà employé ne sont pas tolérées ;
- respecter l'esprit des discussions engagées, sans interférer par des messages de dérision ou hors sujet.

b. préserver la **neutralité du Web** et l'authenticité des rapports avec les internautes :

- indiquer qui s'exprime sur le réseau social, l'homme politique lui-même ou un membre de son équipe
- ne pas truquer les échanges et les flux, par exemple en se faisant suivre par des faux « followers » pour reprendre l'expression consacrée.
- respecter les diversités culturelles, idéologiques, etc.

La problématique de la neutralité est évidemment particulièrement complexe. Non seulement de façon qualitative, dans les rapports des internautes entre eux. Mais aussi dans la gestion des données des internautes. Les récents développements de l'actualité ont ouvert la porte sur les dangers de l'utilisation de ces données massives.

c. En tant que **défenseur de la francophonie**, l'APF et ses membres doivent promouvoir une utilisation propice à la langue française. D'autant plus que la plupart des échanges et des supports sont en anglais.

Dans le processus globalisé qu'est internet, il paraît difficile et contre-productif d'imposer une forme voire une langue, exclusivement. Le champ d'application des certaines lois demeure attaché au territoire.

Ainsi par exemple, la loi française n°94-665 du 4 août 1994 a rendu obligatoire l'usage du français dans toutes publicités écrites, parlées et audiovisuelles. Elle a imposé l'usage du français dans « *la désignation, l'offre, la présentation, le mode d'emploi ou d'utilisation, la description de l'étendue et des conditions de garantie d'un bien, d'un produit et d'un service, ainsi que les factures et les quittances* ». Une telle définition est problématique à l'usage d'Internet. Toutefois, une modalité de ce texte législatif peut ouvrir à certaines possibilités ; en effet, il impose la traduction lorsque l'usage d'une autre langue est exclusive.

Avec les moteur de recherche et les outils de traduction de plus en plus perfectionnés, il serait possible de rendre plus systématiques et automatiques les traductions des sites Internet (évidemment bien au-delà des seules publicités). Ce serait évidemment une façon de défendre le français mais également les autres langues qui doivent connaître les même difficultés face aux principales langues véhiculaires de l'Internet.

En poussant plus, il ne serait pas inimaginable que des conversations puissent se faire de façon directe et simultanée sur le Net, avec des langues différentes, mais traduites à chaque fois selon les affinités des différents interlocuteurs. Une telle modalité, même si elle semble encore utopique, rencontre la logique et la culture d'Internet.

Sur un autre plan, la traduction systématique des termes en usage sur Internet doit continuer à être menée. Une langue qui n'arrive plus à nommer les choses qui se passe autour d'elle finit par dépérir. Ce travail est donc essentiel.

Une réelle **stratégie numérique** doit absolument passer par la dimension culturelle. Si la promotion des termes en français à l'usage d'Internet ne se trouve nulle part dans la communication des responsables politiques mais aussi des médias, il n'existe aucune chance pour que le français puisse fondamentalement résister sur la Toile.

Cette stratégie doit également pouvoir s'appuyer sur des contenus et des sites de pointe. L'innovation est reine dans le domaine de l'Internet où le flux est continu. Il faut donc pouvoir s'appuyer sur des équipes de talent, en pointe dans leur domaine (graphisme, animation, stratégie, etc), afin de rendre le plus attractif possible la navigation sur les sites en français ou faisant la promotion de la langue française, des valeurs et des savoirs de la Francophonie. Le projet du moteur de recherche Qwant pourrait être étudié à ce titre.

Des politiques axées sur le numérique doivent se développer. A cet égard, l'École est naturellement un lieu où se forment les comportements, se construisent les apprentissages. L'École forme la matrice sur laquelle évolueront nos usages d'Internet. Lier l'apprentissage de la langue française à l'usage des outils informatiques ne pourra que renforcer les liens entre ceux-ci. Il faut donc passer par l'École et l'Enseignement pour introduire de nouvelles bases sur lesquels nous appuyer à l'avenir.

Mais cette visée à long terme ne doit pas faire oublier le court terme. Il faut ainsi encourager les initiatives en rapport avec Internet et les réseaux sociaux qui s'élaborent dans la Francophonie à demeurer dans le giron de celle-ci, par le biais de collaborations entre les pays francophones, voire entre leurs assemblées. Les jeunes sont particulièrement visés puisque nombre d'entre eux font valoir leurs savoirs et leurs compétences sous d'autres cieux. La qualité, voire l'excellence sur l'Internet doivent aussi se conjuguer en langue française.

Conclusion

La démocratie doit offrir la liberté de réaliser avec les personnes de son choix, des actions visant à permettre l'épanouissement de chacun, à commencer par l'assouvissement des besoins élémentaires individuels et collectifs, ainsi que de pouvoir donner un sens à l'existence.

Indépendamment de la fracture numérique entre les pays du Nord et du Sud, Internet et les réseaux sociaux peuvent être des outils permettant aux responsables politiques, pour autant que le citoyen soit en phase avec cette nouvelle technologie de communication, «d'augmenter » la démocratie.

De plus, il convient de se demander ce que recherchent les gens sur ces nouveaux espaces d'expression que sont les plateformes sociales par rapport au champ politique. De l'information supplémentaire ? De nouvelles formes d'interactions ? Des formes plus « directes » de démocratie ?

L'actualité récente nous a montré qu'il ne peut pas être induit un seul type d'usage politique unique des réseaux sociaux : tantôt supports de campagne, tantôt moyens de contestation des régimes en place, il sera dès lors intéressant de voir si un cadre global de réflexion peut être défini sur ce vaste sujet qu'est le Web social et son introduction dans le monde politique.

Nous sommes certainement encore à l'aube de changements profonds. Les nouvelles générations de citoyens (et de femmes et d'hommes politiques) sont certainement porteurs des comportements qui vont prévaloir dans les prochaines années. Pour combien de temps et sur quels supports, nul ne peut l'affirmer. Mais il est une certitude, les choses évolueront vite.

S'il ne devrait pas être compliqué d'appliquer des règles élémentaires de bonne conduite pour les politiques sur les réseaux sociaux, il me semble que l'attention de ceux-ci devraient surtout se concentrer sur la manière dont les contenus et les informations évoluent : le partage, la propagation "virale", l'anonymisation des correspondants, l'horizontalité des rapports produiront encore d'autres changements et révolutions dans les comportements. Les politiques qui les comprendront, maîtriseront certainement mieux les codes de la communication de demain. Cependant, je demeure persuadé d'une chose, c'est au coeur du réel que doit se construire l'action et la légitimité du politique. Et c'est à ce titre que sa communication pourra avoir un réel impact, depuis la poignée de main échangée, jusqu'au tweet lu au milieu de centaines d'autres.
