

Réseaux sociaux : de nouveaux acteurs géopolitiques

Tristan Mendès France *

* **Tristan Mendès France**

est blogueur et journaliste, spécialiste des nouvelles cultures numériques. Il enseigne au CELSA (École des hautes études en sciences de l'information et de la communication), à l'université Paris 7-Diderot et à l'École des métiers de l'information à Paris.

L'essor des réseaux sociaux entraîne une nouvelle forme de circulation de l'information entre individus, mais également entre institutions et individus et entre institutions elles-mêmes. Les États tirent notamment de plus en plus parti de leur usage, en particulier à travers les jeux d'influence qui s'y déploient.

Plusieurs conflits récents ont montré que la communication diplomatique ou la propagande étaient devenues des pratiques fort développées sur les réseaux sociaux. Quant aux plateformes qui sont à l'origine de ces réseaux, elles sont confrontées en retour à des pressions importantes qui les hissent au rang de nouveaux acteurs des relations internationales.

Les réseaux sociaux ont fait une apparition spectaculaire sur la scène mondiale au moment de ce que les médias ont appelé les « printemps arabes »¹. A soudainement fait surface l'expression de voix, nombreuses et décentralisées, de simples individus, qui restaient jusque-là étouffées par des régimes dictatoriaux ou autoritaires. Ces voix ont atteint une audience mondiale qui leur était auparavant inaccessible.

Si ces plateformes sont désormais bien installées dans les usages du monde contem-

porain, c'est d'abord du fait de leurs utilisateurs, militants ou non, qui en ont montré toute la puissance. Dans le même temps, les réseaux sociaux sont devenus un enjeu international, car les États ont commencé à s'en emparer pour leur communication, diplomatique notamment. Ayant réalisé tardivement l'importance du phénomène, ils tentent dorénavant de rattraper leur retard, avec plus ou moins de bonheur.

Contrairement aux logiques traditionnelles de communication, les réseaux sociaux brouillent les lignes classiques entre émetteur et récepteur et invitent les acteurs étatiques à s'y exprimer d'une façon qui ne leur est pas toujours familière. À ce premier niveau de difficulté s'ajoute le fait que les usages qui en découlent sont encore loin d'être définitivement

¹ Sur le sujet, voir le dossier spécial de *Questions internationales*, « Internet à la conquête du monde », n° 47, janvier-février 2011, et notamment l'article de Youssef El Chazli, « De quelques usages politiques d'Internet sur les bords du Nil », qui prédisait la chute du régime de Hosni Moubarak à partir d'une mobilisation des Égyptiens sur les réseaux sociaux.

établis. Reste que les États ne peuvent plus faire abstraction de l'audience que constituent les 1,8 milliard d'internautes qui sont aujourd'hui présents sur les réseaux sociaux².

Un nouveau mode de communication

Un réseau social est un espace en ligne sur lequel un internaute peut se connecter pour émettre ou recevoir un contenu multimédia en direction ou provenant d'une communauté qu'il a générée ou à laquelle il s'est agrégé. Certains réseaux sociaux regroupent des amis, d'autres ont pour objectif de se créer un cercle de relations, de chercher un emploi, des activités, des partenaires commerciaux, d'échanger des photos ou des informations.

Apparus autour de 2005, les réseaux sociaux s'apparentent à des plateformes de partage de contenus s'organisant en communautés. Les réseaux sociaux ont ceci de particulier qu'ils brouillent les repères de la communication classique entre émetteur et récepteur, puisque, à la différence des médias traditionnels comme la télévision ou la presse, chaque utilisateur peut en effet recevoir et émettre des données.

Il existe de nombreuses plateformes dites « sociales » parmi lesquelles les plus connues sont Google+ (le réseau social de Google), Instagram (proposant l'échange d'images), LinkedIn ou Viadeo (des réseaux sociaux professionnels) ou Weibo (le Twitter chinois). Face à la multiplicité des acteurs et des enjeux liés à chacun d'entre eux, l'analyse se limitera toutefois aux deux acteurs historiques que sont Facebook et, surtout, Twitter. De même, ne sera-t-il ici évoqué que le versant public de la communication qui s'y déploie et non les messages à caractère privé que ces réseaux véhiculent. Facebook et Twitter permettent de publier les mêmes contenus qu'ailleurs sur le web (textes, images ou vidéos), mais sur une seule plateforme qui s'adresse en priorité à une communauté – celle que l'internaute a constituée ou à laquelle il s'est agrégé.

Contrairement au mode classique de communication, les informations circulent sur les réseaux sociaux grâce à la recommandation personnelle produite par leur émetteur auprès de sa communauté. Une personne relaie – et donc recommande – une information sur sa plateforme, et les internautes qui suivent son compte décident, ou non, de la relayer à leur tour sur leur propre compte auprès de la communauté qui y est rattachée.

Cette communication spécifique, qualifiée de « communication sociale », est d'autant plus puissante qu'elle se joue essentiellement au niveau de communautés d'individus qui se font confiance ou s'apprécient. La force prescriptive du message en est alors significativement augmentée, car elle a tendance à susciter l'adhésion d'une audience en principe captive.

Les émetteurs peuvent indifféremment être des individus, des organisations, des institutions, des marques, etc. C'est ainsi que rares sont désormais les ministères qui ne disposent pas d'un compte Twitter. En France, le ministère des Affaires étrangères a le sien (<https://twitter.com/francediplo>), tout comme le chef de la diplomatie (<https://twitter.com/laurentfabius>). Cette activité en ligne implique la diffusion de contenus à caractère public, mais également la réception de messages adressés par ce biais. Elle offre aux institutions la possibilité d'échanger de manière ouverte et directe avec leurs ressortissants, avec les opinions publiques étrangères, ou même des représentants d'autres États.

L'absence de hiérarchie sur les réseaux sociaux entraîne la formation d'une sorte de marché ouvert des idées où les messages du président Obama sont aussi visibles que ceux du guide iranien Khamenei, du président Poutine ou de certaines factions terroristes. À chaque utilisateur de ces plateformes de choisir le compte qu'il souhaite suivre et/ou relayer.

La vitesse de circulation d'une information sur les réseaux sociaux est en principe liée à la démultiplication de décisions individuelles visant à la recommander ou à la relayer auprès de communautés données. Les réseaux sociaux représentent donc un espace décentralisé difficile à contrôler, où

² Simon Kemp, « Social, Digital & Mobile Worldwide in 2014 », blog We are Social, 9 janvier 2014 (<http://wearesocial.net/blog/2014/01/social-digital-mobile-worldwide-2014>).

le poids relatif des acteurs dépend de la capacité d'influence qu'ils parviennent à y déployer.

Des vecteurs de politiques d'influence nationale

Dans les relations internationales, les réseaux sociaux ont en effet pour l'essentiel un objectif d'influence. Ces plateformes s'intègrent de plus en plus souvent dans les stratégies de communication des acteurs étatiques, notamment d'un point de vue diplomatique. Les chancelleries de la majorité des États invitent dorénavant leurs ambassadeurs et leur personnel diplomatique à s'engager dans ce nouvel espace virtuel. L'objectif, parfois hasardeux, restant d'étendre l'influence du pays d'appartenance de ces personnels.

Cette pratique est souvent facile à identifier. Lorsque la communication d'un acteur public sur Twitter se fait dans une langue qui n'est pas celle d'origine de son auteur, il est évident qu'elle vise à influencer une audience extérieure. L'ambassadeur de Suède en France, Gunnar Lund, explique ainsi le rôle que joue son compte Twitter dans le cadre de ses fonctions diplomatiques : Twitter « fait partie d'une politique réfléchie d'une diplomatie publique ». L'ambassadeur cherche à y « susciter l'intérêt des Français » pour son pays. Il rappelle aussi que le ministre des Affaires étrangères suédois, Carl Bildt, encourage expressément tous ses diplomates à s'en emparer et s'en servir³.

Cette incitation à s'exprimer sur les réseaux sociaux est un mouvement général, que l'on constate dans de nombreux pays démocratiques mais pas uniquement.

Ce sont les États-Unis qui ont les premiers ouvert la voie à travers la popularisation de la diplomatie dite « numérique ». « L'importance accordée par l'administration Obama à la diplomatie numérique trouve ses racines dans le concept de *smart power*, destiné initialement à reconquérir l'autorité morale, perdue par les

États-Unis au cours des années Bush », rappelle Thomas Gomart, chercheur à l'Institut français de relations internationales (IFRI)⁴.

La Russie a aussi considérablement investi les réseaux sociaux, notamment durant la récente révolution ukrainienne. Elle a développé sa présence sur les réseaux sociaux américains (Twitter, Facebook), où son ministère des Affaires étrangères et ses ambassades sont actifs, mais également sur ses propres réseaux sociaux nationaux comme VKontakte⁵ qui surclasse Facebook en Russie, ou même sur les réseaux sociaux chinois comme Weibo⁶, l'équivalent de Twitter dont l'accès depuis la Chine est bloqué par les autorités. Cette stratégie de communication, qui s'adapte aux interlocuteurs présents sur les différentes plateformes, permet ainsi à la Russie d'optimiser son jeu d'influence.

Également, aussi surprenant que cela puisse paraître, le régime de Bachar al-Assad en Syrie n'a pas hésité à s'emparer des réseaux sociaux pour y déployer sa propagande. Le compte officiel de l'agence nationale d'information syrienne, la Syrian Arab News Agency (SANA), est très actif sur Twitter (https://twitter.com/SANA_English). Cette agence y livre une information en anglais destinée à une audience internationale située hors des frontières du pays en proie à la guerre civile. Même la dictature nord-coréenne s'y essaye avec un profil officiel sur Twitter (<https://twitter.com/uriminzok>), Uriminzok (« notre nation »). Malgré une audience relativement faible, le régime le plus reclus de la planète a compris qu'il pouvait, à peu de frais, entrer dans cette agora virtuelle et y déverser sa propagande.

Les réseaux sociaux intègrent donc assez naturellement les stratégies globales d'influence des pays qui décident de les adopter. Mais c'est

⁴ Thomas Gomart, « De la diplomatie numérique », *Revue des Deux Mondes*, janvier 2013, p. 134-135.

⁵ Roland Gauron, « Ukraine : comment Poutine mène l'offensive sur les réseaux sociaux », *Le Figaro*, 6 mars 2014 (www.lefigaro.fr/international/2014/03/06/01003-20140306ARTFIG00145-ukraine-comment-poutine-mene-l-offensive-sur-les-reseaux-sociaux.php).

⁶ Eugène Zagrebnoy, « Ukraine : la Russie règle ses divergences avec les USA en Chine », *La Voix de la Russie*, 11 mars 2014 (http://french.ruvr.ru/2014_03_11/La-Russie-regle-ses-divergences-avec-les-Etats-Unis-sur-l-Ukraine-en-Chine-6628/).

³ Interview du Cercle des Européens, « D'autres ambassadeurs arriveront bientôt sur Twitter », 24 avril 2012 (www.lexpress.fr/actualite/monde/europe/interview-du-cercle-des-europeens-d-autres-ambassadeurs-arriveront-bientot-sur-twitter_1107882.html).

lors de conflits que leur rôle semble toutefois le plus novateur.

Un nouvel acteur dans les conflits internationaux

Au-delà du monologue mis en scène par certains comptes sociaux d'acteurs étatiques dès lors qu'ils s'adressent à une audience internationale, il arrive parfois que les réseaux sociaux génèrent des échanges d'une nature totalement inédite. On en donnera deux exemples récents.

L'un des premiers qui vient à l'esprit remonte au 14 novembre 2012. Sur son profil Twitter, le ministère israélien de la Défense (@DFSSpokesperson) annonçait avoir lancé une campagne armée contre la bande de Gaza et interpellait directement les membres du Hamas en leur conseillant de rester terrés s'ils voulaient rester en vie. La brigade Alqassam, la branche armée du Hamas, présente également sur Twitter à l'époque, décida de lui répondre publiquement en promettant aux Israéliens de leur ouvrir les portes de l'enfer⁷.

Au-delà du contexte particulier et de la virulence des propos échangés, les belligérants peuvent dorénavant engager ouvertement – du moment qu'ils sont sur la même plateforme sociale – un échange direct à la vue de tous, dans une logique de lobbying ou d'activisme en ligne. Ce canal singulier de communication devrait connaître un essor certain dans les années à venir, et d'autres crises internationales pourraient trouver des modes de traduction similaires sur les réseaux sociaux.

Tout récemment, la révolution ukrainienne et ses conséquences géopolitiques ont donné un autre exemple de ces nouvelles pratiques diplomatiques par réseau social interposé. Durant les événements de Kiev, en février 2014, la diplomatie russe a été très active sur le réseau Twitter tandis que, Jeux olympiques de Sotchi obligent, le président Poutine restait relativement discret sur la situation jusqu'à l'annexion de la Crimée par les forces russes en mars 2014. Moscou

s'est engagé dans une campagne d'explications tous azimuts comme l'on montré les échanges piquants entre l'ambassade du Royaume-Uni en Russie et celle de Russie au Royaume-Uni quelques jours avant l'annexion⁸.

Au-delà des arguments de fond, c'est la forme de cette discussion publique entre diplomates qui surprend. L'impression est celle de lire un échange entre deux individus ordinaires s'invectivant sur les affaires du monde. Or il s'agit bien de deux comptes d'ambassades. Le nouveau mode de communication qu'induisent certaines plateformes comme Twitter, en laissant peu d'espace pour s'exprimer (140 caractères maximum) et en reposant sur l'instantanéité des échanges, impose, il est vrai, de nouvelles contraintes auxquelles les diplomates doivent s'adapter sous peine de perdre toute crédibilité auprès de la communauté des réseaux sociaux.

Le plus souvent, ce canal d'échanges en temps réel ne suit pas les circuits classiques de validation de propos publics tenus par les diplomates – il faut répondre vite pour ne pas donner l'impression de la langue de bois – et bouleverse la chronologie classique de diffusion de l'information. Les chancelleries doivent s'y adapter tout en se gardant des risques de dérapages : l'économie de mots et l'instantanéité des échanges sont en effet propices tant aux incompréhensions qu'aux quiproquos.

Les plateformes de réseaux sociaux impliquées dans les controverses internationales

Vu l'importance des enjeux liés à l'usage des réseaux sociaux, il arrive que certaines plateformes en tant que structure de diffusion fassent l'objet de pressions – amicales ou inamicales – de la part des États.

En 2009, en Iran, après la réélection contestée de Mahmoud Ahmadinejad lors de ce qu'on a appelé la « révolution verte », violemment réprimée par le régime, Twitter fut largement

⁷ Eline Gordts Israel, « Hamas Fight Twitter War », *The World Post*, 15 novembre 2012 (www.huffingtonpost.com/2012/11/15/israel-hamas-twitter_n_2138841.html).

⁸ Source : <https://twitter.com/ukinrussia/status/446201991925334016>.

utilisé par les manifestants et les responsables politiques opposés au régime pour communiquer entre eux et avec le reste du monde. À tel point que, lorsque la plateforme annonça qu'elle allait s'arrêter de fonctionner pour des raisons de maintenance, Hillary Clinton fit pression auprès de l'entreprise américaine afin qu'elle reporte la coupure. La secrétaire d'État américaine expliqua à l'occasion « que garder cette ligne de communication ouverte et permettre aux gens de partager des informations, à un moment où il n'y a pas beaucoup d'autres sources d'information, est un aspect important du droit de s'exprimer et de la capacité à s'organiser »⁹. Téhéran a ensuite bloqué Twitter et Facebook sur le territoire iranien.

La censure est une réponse assez fréquente de la part de nombreux régimes autoritaires ou dictatoriaux, qu'elle soit temporaire, comme récemment en Turquie avec Twitter, ou à plus long terme, comme dans le cas de la Chine ou de la Corée du Nord¹⁰.

D'autres conséquences inattendues peuvent concerner les entreprises qui gèrent les réseaux sociaux, notamment lorsqu'il existe des conflits d'ordre territorial. En effet, la majeure partie des plateformes sociales imposent à leurs utilisateurs de choisir leur pays d'appartenance. Si cette exigence ne pose pas de problème pour les États bénéficiant d'une reconnaissance internationale, certaines situations s'avèrent plus complexes.

Un conflit territorial, l'absence de reconnaissance d'un territoire par un ou plusieurs États, des zones revendiquées par plusieurs États, l'apparition ou la disparition d'un pays, tous ces cas de figure mettent les administrateurs des réseaux sociaux dans des situations délicates. Doivent-ils les ajouter dans la liste des pays qu'ils reconnaissent et, si oui, sur quels critères ? Il n'existe pour l'heure aucune règle précise si ce n'est que les plateformes sociales essayent de prendre le moins possible parti.

⁹ « Quand Hillary Clinton défend Twitter pour les Iraniens », *Le Nouvel Observateur*, Spécial Iran, 18 juin 2009 (<http://tempsreel.nouvelobs.com/special-iran/20090618.OBS1067/quand-hillary-clinton-defend-twitter-pour-les-iraniens.html>).

¹⁰ Dana Liebelson, « MAP: Here Are the Countries That Block Facebook, Twitter, and YouTube », *Mother Jones*, 28 mars 2014 (www.motherjones.com/politics/2014/03/turkey-facebook-youtube-twitter-blocked).

Lors de l'indépendance du Kosovo en 2008, Facebook a rapidement proposé que ses utilisateurs puissent préciser qu'ils étaient de nationalité kosovare, reconnaissant par là implicitement la souveraineté du nouvel État – à l'instar du gouvernement américain. Une polémique s'est alors développée à propos du rôle de la plateforme dans cette reconnaissance. À la question des motivations qui avaient orienté son choix, Facebook, mal à l'aise, a répondu en des termes particulièrement vagues : « Les compagnies n'ont clairement aucun rôle à jouer dans la reconnaissance formelle des États dans la mesure où c'est à la communauté internationale de se prononcer. Nous essayons de faire en sorte que notre service réponde aux besoins de nos utilisateurs [...] en reflétant les dénominations géographiques qui sont d'usage courant¹¹. »

Les soucis de la plateforme sont loin d'être terminés. À l'heure de la rédaction de cet article, lorsqu'on s'inscrit sur Facebook en indiquant la capitale de la Crimée, Simféropol, comme ville d'origine, le formulaire indique automatiquement l'Ukraine comme pays de localisation. Et ceci malgré son rattachement *de facto* à la Russie depuis mars 2014, un rattachement auquel Washington est opposé. Quant à Tskhinvali, l'actuelle capitale de l'Ossétie du Sud déclarée indépendante en 2009, elle est toujours considérée par Facebook comme étant située en Géorgie.



Les réseaux sociaux sont désormais porteurs de nouveaux enjeux qui dépassent largement leur fonction initiale de simples outils de communication entre individus. Leur rôle croissant dans l'arène internationale remet en cause la manière dont les diplomates envisagent leur rôle. Loin d'être établies, les pratiques qu'induisent ces plateformes sont en constante évolution du fait des avancées technologiques de l'Internet, du Web et des applications qui les enrichissent sans cesse. L'usage des réseaux sociaux devrait donc contribuer à bouleverser encore un peu plus les affaires internationales dans les prochaines années. ■

¹¹ www.numerama.com/magazine/27625-facebook-reconnait-le-kosovo.html