

Les hommes politiques français :  
quelles visions et attitudes vis à vis  
du web et des réseaux sociaux ?

*Paul Fert, Sébastien Olharan, Juliette Villeroy*



2015

---

# Les hommes politiques français : quelles visions et attitudes vis à vis du web et des réseaux sociaux ?

*Paul Fert, Sébastien Olharan, Juliette Villeroy*

Mémoire de 4<sup>ème</sup> année

Sous la direction de Jean-Marc Dupouy,  
Anne Gaudin, Nelly Couderc, Aurélien Rousseau



Le web 2.0, marqué par la croissance fulgurante des réseaux sociaux et les évolutions digitales permanentes, ne cesse de bouleverser notre environnement personnel et professionnel.

Comment réagissent et tentent de s'adapter les entreprises, les organisations, les individus ? PO-ST restitue les travaux de réflexion sur ces questions des étudiants de Sciences-Po Bordeaux dans le cadre d'un partenariat avec l'agence STJOHN'S.



---

# Sommaire

SOMMAIRE .....	3
REMERCIEMENTS.....	4
RESUME – MOTS CLES .....	5
INTRODUCTION .....	6
I DES HOMMES POLITIQUES CONTRAINTS DE S'ADAPTER SE CONVERTISSENT AU WEB 2.0 ET AUX RESEAUX SOCIAUX.....	7
1.1. Le web et les réseaux sociaux sont au cœur de la vie politique et ne peuvent plus être écartés.....	7
1.2. Des hommes politiques toujours plus nombreux qui se convertissent au web et aux réseaux sociaux .....	9
1.3. Quand les hommes politiques abusent du Web 2.0 et des réseaux sociaux : des visions et attitudes qui manquent de prudence .....	12
II TOUTEFOIS, UNE ATTITUDE QUI RESTE PARFOIS DISTANTE ET MEFIANTE VIS A VIS DE CES NOUVEAUX MOYENS DE COMMUNICATION.....	15
1.1. Un certain retard des hommes politiques français en terme de considération du web et des réseaux sociaux.....	15
1.2. Chez la plupart des élus, une utilisation souvent occasionnelle ou opportuniste, sans excès de zèle.....	17
1.3. Une volonté politique d'encadrer le web et les réseaux sociaux.....	18
CONCLUSION .....	22
BIBLIOGRAPHIE.....	23
LEXIQUE.....	25

---

# Remerciements

**N**ous remercions tout d'abord Jean-Marc Dupouy pour avoir encadré ce mémoire tout en nous éclairant de ses recommandations.

Nous tenons également à remercier Anaïs Theviot, Doctorante au Centre Emile Durkheim de Sciences po Bordeaux, qui grâce à ses recherches en cours sur le militantisme sur le net a pu nous éclairer par de précieux conseils.

---

## Résumé - mots clés

**L**e web et les réseaux sociaux sont devenus avec le temps des outils incontournables pour la communication politique. Il est cependant intéressant de noter que les hommes politiques français n'entretiennent pas le même rapport vis à vis de ces innovations. En effet, certains les méconnaissent tandis que d'autres y sont extrêmement présents, allant même jusqu'à en abuser. Tous n'ont vraisemblablement pas pris conscience de leurs dangers, de même que certains les surestiment. Nous verrons notamment que les partis politiques n'appréhendent pas ces nouveaux outils de la même manière et avec la même rapidité.

Mots clés : communication politique, réseaux sociaux, web, site internet, blog, régulation, parti politique, campagne électorale, e-réputation, génération Y, bad-buzz.

---

# Introduction

**E**n France, comme dans la plupart des pays développés, le web et les réseaux sociaux sont devenus incontournables. Au-delà des fondamentaux que sont les sites internet, Facebook et Twitter, les outils du web gagnent en diversité et créent de nouvelles opportunités, ainsi que de nouveaux usages.

Actuellement, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel estime à plus de 75% la part de la population française en âge de voter ayant accès à internet. Selon l'institut de sondage IPSOS, les français étaient déjà 17 millions en 2012 à utiliser régulièrement internet pour leurs activités politiques (information, débats, militantisme...).

Nous nous intéresserons ici au rapport des hommes politiques avec le web et les réseaux sociaux. Par hommes politiques nous entendons à la fois les individus exerçant des fonctions et ceux briguant des postes, autrement dit, à la fois les responsables politiques élus ou nommés et ceux qui aspirent à exercer des mandats électifs. Il s'agit là d'une population qui n'est pas professionnelle de la communication digitale. Or communiquer sur les réseaux sociaux et le web ne s'improvise pas. Cette activité s'est même traduite par l'apparition de nouvelles professions : consultants en communication digitale, community manager, etc. Ceux-ci sont d'ailleurs toujours plus nombreux à entourer les hommes politiques.

Si les hommes politiques français ont de plus en plus recours à internet, ils adoptent cependant une approche et des opinions variées vis à vis du web. L'exemple de la réussite de Barak Obama durant sa campagne de 2008 a stimulé leur intérêt pour les communications digitales. Concrètement, cette stratégie érigée en modèle à suivre s'est caractérisée par un ciblage précis des électeurs, un appel au don efficace, la présence d'équipes web professionnelles, et l'utilisation d'outils de façon performante (Tumblr, fact-checking, application smartphone, etc.). Cette nouvelle forme de campagne s'est traduite par 2 millions de profils créés sur le réseau mybarackobama.com, 28 millions de likes sur Facebook et 200 millions de dollars collectés en ligne. Cette prise de conscience de l'intérêt de ces nouveaux outils pousse les élus français à se former ou tout au moins à s'entourer de conseillers, pour la plupart issus de la génération Y.

En France, les budgets consacrés à la web communication lors de la campagne présidentielle de 2012 ont atteint des niveaux jusqu'alors inégalés : 10% des budgets globaux au moins pour la grande majorité des partis, soit 2 millions d'euros pour le PS et UMP. Cependant, les comptes de campagnes sont plafonnés et soumis à des règles plus strictes qu'aux Etats-Unis.

Face à l'importance grandissante de ces nouveaux moyens de communication, quelles visions les hommes politiques ont-ils du web et des réseaux sociaux ? En quoi la vision qu'ils peuvent avoir du web et des réseaux sociaux induit une certaine attitude à leur égard ? Dans quelle mesure les attitudes et visions vis à vis du web et des réseaux sociaux divergent selon les hommes politiques ? Enfin, peut-on voir une cohérence entre leur vision et leur attitude ?

---

# Des hommes politiques contraints de s'adapter se convertissent au web 2.0 et aux réseaux sociaux

## 1.1. Le web et les réseaux sociaux sont au cœur de la vie politique et ne peuvent plus être écartés

De nos jours, les hommes politiques et les citoyens savent bien qu'internet est devenu, en quelques années, un des moyens de communication majeur. En effet, à la question « quels moyens comptez-vous utiliser pour suivre les élections présidentielles de 2012 », 65 % des sondés ont cité la télévision tandis que plus de la moitié de l'échantillon (52 %) a choisi Internet. Plus loin, nous retrouvons la presse écrite (38 %) puis la radio (27 %)¹. Les documents et professions de foi envoyés à domicile par les partis politiques ne sont évoqués que par 24 % des sondés. Le web 2.0 et plus particulièrement les réseaux sociaux deviennent le lieu privilégié pour débattre de sujets politiques, afficher ses préférences idéologiques, soutenir des candidats, défendre une cause, etc. Face au poids grandissant de ces nouveaux moyens de communication, les hommes politiques français ne peuvent plus écartier ce qui apparaît désormais comme la modernité. La moindre phrase maladroite prononcée par un homme politique dans une interview télévisée est immédiatement relayée très largement sur le web et les réseaux sociaux. Elle touche alors un nombre de citoyens bien supérieur au nombre de téléspectateurs qui étaient devant leurs écrans au moment précis où elle a été prononcée. Les hommes politiques ne peuvent plus se comporter comme si l'effet de leurs paroles et de leurs actes sur l'opinion publique n'était pas considérablement amplifié par le web et les réseaux sociaux. On peut évoquer le fameux message de Barack Obama publié sur son compte Twitter le soir de sa réélection : « Four more years » a été retweeté plus de 810 000 fois dans 200 pays, battant ainsi tous les records². Bon gré mal gré, les hommes politiques français actuels, comme les hommes politiques étrangers, vivent à l'heure d'internet et sont obligés de faire avec.

A présent, dans n'importe quelle interview d'un homme politique, celui-ci est invité à commenter des déclarations, faites par d'autres hommes politiques, des journalistes, des personnalités du show-biz ou autres, sur les réseaux sociaux. Nous savons, par exemple, l'impact politique conséquent du simple message publié sur Twitter, au moment des élections législatives de 2012 par Valérie Trierweiler. Ce tweet disait : « Courage à Olivier Falorni qui n'a pas démérité, qui se bat au côté de Rochelais depuis tant d'années dans un engagement désintéressé ». Ce message publié sur le site de microblogging a été très largement relayé par l'ensemble des médias et a suscité des commentaires de la quasi-totalité des hommes politiques français, lorsque ceux-ci n'étaient pas invités à y réagir directement sur les médias. Même s'ils n'ont pas eux même de compte Twitter ou de page Facebook, s'ils n'utilisent jamais internet, ils ne peuvent pas y échapper et sont systématiquement invités à réagir et à juger des déclarations faites sur les réseaux sociaux.

Les hommes politiques sont très fréquemment invités par les journalistes à commenter les déclarations de leurs confrères publiées sur les réseaux sociaux, mais également les phénomènes relayés sur le web. Par exemple, en novembre 2013, un bijoutier niçois a été victime d'un vol à main armée. Disposant lui même d'une arme, il a ouvert le feu sur un braqueur et l'a tué. Le bijoutier a naturellement été arrêté et placé en garde à vue. Cet événement a immédiatement fait la une de la presse écrite et les gros titres des journaux télévisés. Bien que personne ne savait si le bijoutier avait agit,

---

1 Numerama, Internet s'impose en numero 2 pour l'information en France, 19/10/11

2 « Four more years » d'Obama en tête du palmarès Twitter 2012, La Tribune, 12/12/2012

---

## Des hommes politiques contraints de s'adapter se convertissent au web 2.0 et aux réseaux sociaux

ou non, en situation de légitime défense, une page Facebook soutien au bijoutier de Nice a été créée. En quelques jours, cette page a été aimée par plus d'un million et demi de personnes<sup>3</sup>. Les médias n'ont pu que signaler et souligner l'ampleur du phénomène. Par conséquent, n'importe quel homme politique qui était invité dans les médias était interrogé sur l'évènement en lui-même mais aussi sur l'ampleur du mouvement de soutien au bijoutier. La réaction d'un homme politique pouvait difficilement ne pas être influencée par le nombre de personnes qui soutiennent le bijoutier sur les réseaux sociaux. On voit donc que les hommes politiques français peuvent difficilement avoir une attitude très distante vis à vis des réseaux sociaux et du web puisque ce qui s'y passe a une forte influence sur les débats politiques. On pourrait multiplier ainsi les exemples de polémiques qui sont apparues ou qui ont été considérablement relayées sur le web. Les hommes politiques ne peuvent donc plus prendre à la légère ou balayer d'un revers de main le web et les réseaux sociaux. Ils ont même intérêt à regarder ce qui se passe sur le web et les réseaux sociaux et notamment à surveiller leur image qui peut être facilement abimée par une polémique démarrant sur le web. On peut aussi évoquer les conséquences politiques de la rumeur véhiculée sur le web en vertu de laquelle la théorie du genre serait enseignée à l'école maternelle, ou encore la rumeur selon laquelle Valérie Trierweiler, apprenant la liaison de François Hollande avec Julie Gayet, aurait détruit plusieurs œuvres de grande valeur ornant le palais de l'Élysée. Ces rumeurs qui sont apparues sur le web et les réseaux sociaux ont été au cœur du débat politique et les hommes politiques ne pouvaient raisonnablement en faire abstraction.

De plus, il faut souligner la multiplication des émissions politiques dans lesquelles les hommes politiques français sont invités à répondre à des questions qui leur sont adressés via Twitter. Par exemple, en 2012, la chaîne de télévision France2, dans l'émission « Mots croisés » présentée par Yves Calvi, a organisé un débat opposant les 10 candidats à l'élection présidentielle ou leurs représentants. Or, avant l'émission, les internautes qui le souhaitent pouvaient aller sur la page Facebook de l'émission pour poser des questions aux invités politiques. L'objectif de ce procédé était de donner aux téléspectateurs, ainsi qu'aux internautes le sentiment de participer réellement à l'organisation des débats politiques. Le fait de relayer des questions qui ont été posées par les spectateurs permet entre autre d'écarter une partie des soupçons de complaisance qui pèsent sur le(s) journaliste(s) en charge du débat. Autrement dit, ce type de procédé peut rendre les interviews plus difficiles pour les hommes politiques en particulier parce qu'en faisant part de leurs expériences personnelles ou en évoquant une situation concrète, les téléspectateurs testent la valeur de leurs propositions à l'échelle de l'individu et les obligent à sortir des grands schémas théoriques. Tout cela signifie que les hommes politiques sont obligés, qu'ils le veuillent ou non, de composer avec le web et les réseaux sociaux. Ils sont même obligés de faire preuve d'une forme de bienveillance à l'égard de ces nouveaux moyens de communication car refuser de répondre à des questions posées sur les réseaux sociaux serait perçu comme une forme de ringardise, voire de mépris par rapport à ceux qui les utilisent. Parmi les autres émissions dans lesquelles les hommes politiques sont amenés, à un moment précis, à répondre à des questions posées sur Twitter, on peut évoquer « Tirs croisés » sur Itélé, ou encore « On n'est pas couché » sur France2. On peut même trouver dans l'émission « C à vous » sur France5 un « tweetomaton », sorte de boîte à questions posées sur Twitter.

---

<sup>3</sup> <https://www.facebook.com/soutienaubijoutierdenice?fref=ts>



---

# Des hommes politiques contraints de s'adapter se convertissent au web 2.0 et aux réseaux sociaux

Il faut par ailleurs insister sur les émissions politiques toujours plus nombreuses qui diffusent à l'antenne des réactions aux propos du ou des invité(s) politique(s) publiés sur Twitter. Nous avons tous en tête cette fameuse phrase « vous pouvez commenter notre émission en direct sur Twitter en utilisant le hashtag de l'émission ». Parmi ces émissions, on peut évoquer « Mots croisés » sur France2 ou encore « Des paroles et des actes » sur cette même chaîne du service public. Or, les hommes politiques, du fait de ce nouveau procédé, doivent être plus prudents. Ils doivent notamment essayer d'éviter les lapsus, les gros contre sens, les mensonges ou les grossières erreurs qui feraient immédiatement l'objet de moqueries, de contradictions ou de corrections sur le web ou les réseaux sociaux. Or le fait, que ces réactions soient diffusées en direct à l'écran peut nuire à l'image et à la crédibilité de l'homme politique en question. Loin de pouvoir faire abstraction du web et des réseaux sociaux, les hommes politiques doivent en tenir compte et redoubler de prudence.

## 1.2. Des hommes politiques toujours plus nombreux qui se convertissent au web et aux réseaux sociaux

Comprenant la nécessité de s'adapter à ces nouveaux moyens de communication, les hommes politiques sont toujours plus nombreux à utiliser le web et les réseaux sociaux. En effet, il n'y a aujourd'hui que très peu d'hommes politiques qui n'ont pas un blog, un compte Facebook et Twitter. Par exemple, sur les trente-huit membres que compte le gouvernement de Jean-Marc Ayrault, seuls deux n'ont pas de compte Twitter : Marylise Lebranchu, ministre de la réforme de l'Etat, de la décentralisation et de la fonction publique, et Anne-Marie Escoffier ministre déléguée à la décentralisation, âgées respectivement de 66 et 71 ans<sup>4</sup>. Pour les hommes politiques, les moyens d'être présents sur le web ne manquent pas. Ils peuvent avoir une page Wikipédia, un site internet ou un blog, un compte ou une page Facebook, une compte Twitter, des comptes sur d'autres réseaux sociaux ou même une application sur smartphone. Parmi les hommes politiques d'un certain âge dont on pourrait penser qu'ils se tiendraient à l'écart de ces nouveaux moyens de communication, on peut évoquer Jean-Marie Le Pen qui dispose d'une page Facebook et qui vient d'ouvrir un compte Twitter ou encore Jean-Pierre Chevènement. Ce dernier, âgé de 75 ans, dispose d'un blog, d'une page Facebook et d'un compte Twitter. Il en fait d'ailleurs un usage intéressant dans la mesure où il a organisé à plusieurs reprises des « live-tweet »<sup>5</sup>. Il s'agit d'un moment pendant lequel il répond en direct par tweet à toutes les questions que les internautes souhaitent lui poser via Twitter. On a donc un exemple d'un homme politique relativement âgé qui fait de la politique depuis une cinquantaine d'année et qui fait un usage innovant et intelligent d'un réseau social, qui n'est pas le plus fréquenté par les français. Plus généralement, il convient de rappeler que le Front National était le premier grand parti de France à ouvrir un site web, fait qui se justifiait alors par le sentiment que les médias traditionnels ne faisaient pas suffisamment écho de ses idées et actions.

Si les hommes politiques très connus au niveau national sont très nombreux à utiliser internet et les réseaux sociaux, on constate également que les élus locaux (conseillers régionaux, conseillers généraux, maires) sont également de plus en plus nombreux à en faire usage. D'après une étude IFOP pour Orange et l'Association des Maires de France datant de 2011, 20% des maires des communes de plus de 20 000 habitants tiennent un blog en leur qualité d'élus. On sait aussi que 17% des élus municipaux possèdent une page Facebook (contre 45% sur l'ensemble de la population)<sup>6</sup>. Bien entendu, cet usage est souvent plus important en période pré-électorale.

<sup>4</sup> <http://www.gouvernement.fr/gouvernement/composition-du-gouvernement>

<sup>5</sup> [http://www.chevenement.fr/Live-Tweet-sur-Twitter\\_a1333.html](http://www.chevenement.fr/Live-Tweet-sur-Twitter_a1333.html)

<sup>6</sup> [maire-info.com](http://maire-info.com), Les élus locaux sont connectés à internet, mais considèrent majoritairement que l'usage des réseaux sociaux est moins important qu'une présence physique auprès de leurs administrés, 11 Avril 2011.

---

## Des hommes politiques contraints de s'adapter se convertissent au web 2.0 et aux réseaux sociaux

On peut souligner l'importance grandissante d'internet dans le cadre de la campagne pour les élections municipales. On remarque bien sûr, dans les grandes villes, une très grande présence des candidats sur le web et les réseaux sociaux. On peut prendre l'exemple de l'élection municipale à Bordeaux où les principaux candidats (Alain Juppé pour l'UMP, Vincent Feltesse pour le PS, ou Jacques Colombier pour le FN) ont chacun un site internet de campagne. Sur ces sites, les visiteurs peuvent recueillir les informations sur la campagne des différents candidats mais aussi y participer. Ils peuvent y prendre part en faisant des propositions pour la ville de Bordeaux et peuvent également se porter volontaire pour tracter, coller des affiches, faire du porte à porte ou militer de quelque manière que ce soit. Sur ces sites internet des candidats, on trouve des liens vers, des comptes Facebook et Twitter, vers d'autres réseaux sociaux, et vers un compte Youtube ou Dailymotion sur lesquels ils postent leurs vidéos. Mais ce phénomène est également présent dans des communes de tailles inférieures voire très inférieures. Ainsi on trouve un très grand nombre de communes de petites tailles, y compris des communes qui ont moins de 1000 habitants, des candidats qui utilisent Facebook ou un blog pour faire leur campagne en vue des élections municipales. Souvent entre les municipales de 2008 et 2014, un candidat qui avait un simple blog est passé à un site internet.

Cet usage du web et des réseaux sociaux par les hommes politiques dans le cadre de leurs campagnes pour leurs différentes élections est très encouragé par les partis politiques. Ainsi, par exemple, si on se rend sur le site de l'UMP, dans la rubrique « agir », on trouve une page intitulée « agir sur le web »<sup>7</sup>. Sur cette dernière, il est proposé aux militants ou aux candidats de l'UMP quelques tutoriels et quelques explications pour les aider à créer un blog en quelques minutes, à intégrer des bannières dynamiques sur leur site internet. L'UMP y invite aussi ses militants à suivre et partager l'actualité du parti sur les réseaux sociaux, à rejoindre la communauté sur Facebook et Twitter et à commenter les articles sur les sites d'information. Du côté du Parti Socialiste, on trouve une page intitulée « la plateforme de blog du PS »<sup>8</sup>. Cette plateforme permet à tous les candidats, élus, fédérations et sections socialistes qui le souhaitent de créer un blog personnalisé. On voit donc que les différents partis politiques incitent leurs adhérents à utiliser le web et les réseaux sociaux et en véhiculent ainsi une image extrêmement positive. Si on va sur le site d'Europe Ecologie-Les Verts, on trouve un lien vers une page intitulée « Réseau EELV »<sup>9</sup>. Il s'agit d'un réseau social animé et conçu par le parti et destiné à ses militants et sympathisants. En plus des réseaux sociaux existants, il y a donc des partis qui créent leurs propres réseaux sociaux. L'UMP avait fait de même il y a quelques années. On peut aussi évoquer le site du Front National sur lequel on trouve, dans le menu principal, une rubrique intitulée « réseaux sociaux ». Sur la page, on distingue des liens vers les comptes Facebook, Twitter, Youtube pour le FN, le FNJ, le RBM et de tous les cadres du parti<sup>10</sup>. On voit donc que si les hommes politiques sont de plus en plus nombreux à avoir une vision positive du web et des réseaux sociaux et à les utiliser, c'est en grande partie parce que les partis politiques les y incitent.

<sup>7</sup> <http://www.u-m-p.org/agir/jagis-sur-le-web>

<sup>8</sup> <http://www.parti-socialiste.fr/agissons-ensemble/creer-votre-blog-ps>

<sup>9</sup> <http://europe-ecologie.net/>

<sup>10</sup> <http://www.frontnational.com/retrouvez-marine-le-pen-et-le-front-national-sur-les-reseaux-sociaux/>

---

# Des hommes politiques contraints de s'adapter se convertissent au web 2.0 et aux réseaux sociaux

Le fait que les hommes politiques soient de plus en plus nombreux à utiliser le web et les réseaux sociaux prouve qu'ils prennent de plus en plus conscience des avantages que cela leur procure. Cela apporte bien sûr aux hommes politiques une plus grande visibilité. Les hommes politiques peuvent ainsi communiquer et faire parler d'eux sans avoir à attendre une invitation sur une chaîne de télévision, une radio ou une interview dans un journal. Or, s'il y a des hommes politiques qui sont très présents dans les médias, il y en a d'autres que l'on a peu l'occasion de voir. De plus, s'il y a des partis qui ont beaucoup de responsables qui sont invités par les médias, il y en a d'autres qui n'ont que leur leader qui ont une visibilité médiatique : Lutte Ouvrière, Debout la République... Ces partis ont tout intérêt à utiliser internet et les réseaux sociaux pour faire parler d'eux et promouvoir leurs idées. A cet égard, l'exemple de l'UPR est très intéressant. En effet, l'UPR est un petit parti politique français, créé en 2008 par François Asselineau. C'est un parti qui n'a jamais eu d'élus, qui est totalement inconnu pour une grande majorité des français et dont on ne parle jamais dans les médias. François Asselineau n'a pas réussi à être candidat à l'élection présidentielle de 2012 et a obtenu 0,6% des voix lors des élections législatives partielles de Villeneuve sur Lot, en 2013. Or, d'après un classement mondial réalisé par Alexa, parmi les sites des différents partis politiques français, le site de l'UPR est le quatrième le plus consulté, derrière le FN, l'UMP et le PS mais devant le Front de Gauche, le Modem, EELV, le NPA ou DLR. Selon ce classement du 7 janvier 2013, le site de l'UPR se classerait au 191 564<sup>ème</sup> rang mondial<sup>11</sup>. On voit donc que le web peut constituer une très bonne tribune politique pour ceux qui n'en ont pas d'autres. Il convient toutefois de préciser que le site de l'UPR est, depuis l'étude en question, retombé très bas dans le classement d'Alexa.

L'utilisation, par les hommes politiques, du web et des réseaux sociaux permet aux différents hommes politiques de se donner une image de modernité. Par exemple, Bruno Gollnisch, ancien numéro 2 du FN, ne rate jamais une occasion de rappeler qu'il n'est pas aussi ringard qu'on le dit car il dispose d'un site internet, de comptes Facebook et Twitter et même d'une application pour smartphone. Cela permet aussi aux hommes politiques de toucher un public plus jeune que s'ils utilisaient simplement les médias traditionnels.

Le fait pour un homme politique d'utiliser le web et les réseaux sociaux lui permet aussi de contrôler son image. En effet, en étant présent sur le web, on peut essayer de donner l'image la plus positive de soi et ainsi contrebalancer ce qui leur ferait une mauvaise publicité sur internet. Le fait d'avoir un compte Twitter, pour un homme politique, lui permet aussi d'éviter qu'un compte ne soit ouvert à son nom et se fasse passer pour lui. Par exemple, le député Noël Mamère qui est par principe opposé à Twitter a menacé de déposer plainte pour contrefaçon parce qu'un compte avait été ouvert et publiait des messages en son nom<sup>12</sup>. De la même manière, on peut évoquer Henri Guaino qui, n'ayant pas de compte Twitter, laisse son nom à la portée de plusieurs comptes parodiques qui publient des messages tels que « quelle est la différence entre @nadine\_morano et un miroir ? Le miroir réfléchit. ». Cela ne pourrait pas arriver ou aurait un impact plus limité si les hommes politiques en question avaient leurs propres comptes Twitter. On peut donc voir que les hommes politiques ont intérêt à avoir une attitude qui consiste à s'intéresser et à utiliser les réseaux sociaux.

<sup>11</sup> F. Asselineau, L'UPR à la 4ème place sur l'Internet mondial, 08/01/2013.

<sup>12</sup> <http://www.sudouest.fr/2013/10/16/noel-mamere-victime-d-un-faux-compte-twitter-1201264-2760.php>

---

# Des hommes politiques contraints de s'adapter se convertissent au web 2.0 et aux réseaux sociaux

## 1.3. Quand les hommes politiques abusent du Web 2.0 et des réseaux sociaux : des visions et attitudes qui manquent de prudence

Nous allons voir dans cette partie que les exemples en termes de manque de prudence de la part des hommes politiques sur le web ne sont pas rares. En effet, nombreux sont les hommes politiques qui connaissent des difficultés sur les réseaux sociaux principalement par effet d'emballlement ou par manque de connaissance quant au fonctionnement et aux codes du web, différents de ceux de la communication traditionnelle.

Comme l'a souligné le Journal du Dimanche dans un article du 27 décembre 2011, certains hommes politiques donnent libre cours à leurs moindres pensées sur le web. En 2010, Nadine Morano, alors Ministre chargée de l'Apprentissage, a partagé son réveillon en pas moins de 200 tweets, à tel point que de nombreux internautes ont douté de l'authenticité du compte ou ont cru à un piratage. Il n'en était rien puisque l'intéressée a par la suite assumé son activité intense sur le site de micro-blogging. Elle a depuis habitué les internautes de commentaires variés et ses photographies de type « selfie ». Selon Arnaud Mercier, politologue et spécialiste des nouveaux médias, « l'acceptation sociale de voir des hommes politiques user de cette ambiguïté entre leurs affaires privées et publiques n'est pas encore stabilisée »<sup>13</sup>.

Même certains politiques fervents utilisateurs de Twitter sont susceptibles de se retrouver dans une posture incommode. Le sénateur de l'Orne et ancien ministre du budget Alain Lambert avait été repéré twittant depuis une messe par l'œil avisé du Journal Ouest-France, ce qui lui a valu de figurer sur la première page du premier quotidien de l'hexagone. Cette mauvaise presse, qualifiée de « Bad buzz » par les spécialistes du web, l'a par la suite contraint à publier une vidéo d'explication et à limiter l'accès de ses tweets aux seules personnes préalablement autorisées. Autre exemple, le 19 octobre 2011, Eric Besson, alors ministre chargé de l'Industrie, de l'Énergie et de l'Économie numérique a commis une regrettable erreur en publiant sur Twitter un message privé qu'il s'appropriait à envoyer via sms<sup>14</sup>.

Visible à peine dix minutes -une éternité pour le site de microblogging-, ce tweet a suffi à agiter la tweetsphère, avant de se propager dans les médias. Ce genre d'erreur est regrettable pour un ministre en exercice, ce que n'ont pas manqué de lui faire remarquer les autres membres du gouvernement et le Président de la République lui-même.



On a également pu constater l'utilisation de Twitter afin d'interpeller directement d'autres hommes politiques, jusqu'à parfois créer de véritables « tweetclash », cette sorte de joute publique dont les répliques sont limitées à 140 caractères et dont les internautes et les journalistes sont friands. Cécile Duflot s'en était notamment pris à Eric Besson dans ces termes : « Qd vs aurez fait un audit sur la sécurité nucléaire, ss pb. Plus urgent pour un ministre que de faire le kéké sur twitter non ? ». Le ministre n'avait pas manqué de répliquer en pointant du doigt les divisions PS-Europe Ecologie Les Verts, dont Cécile Duflot était la secrétaire générale.

<sup>13</sup> JDD Ces politiques qui déballetent leur vie sur Twitter, 27 décembre 2011.

<sup>14</sup> tempsreel.nouvelobs.com, Politiques et Twitter : un mariage de convenance ? 19/12/2011

---

# Des hommes politiques contraints de s'adapter se convertissent au web 2.0 et aux réseaux sociaux

Progressivement, les réseaux sociaux se sont invités dans toute la sphère politique, y compris à l'intérieur même de l'Assemblée nationale. Il est désormais courant de voir les députés commenter en direct des séances et débats en commissions y compris lorsque celles-ci ne sont pas retransmises publiquement. Cette activité est vue comme une dissipation dérangeante pour certains députés qui ont ainsi proposé de modifier le règlement intérieur de l'Assemblée en conséquence, ce que nous détaillerons à la fin de la deuxième partie.

Nous pourrions multiplier ainsi les anecdotes consécutives à l'apparition des réseaux sociaux. Bien que ces faits relèvent d'expériences individuelles extérieures à toute tendance propre à un parti politique particulier, on peut ici voir une exposition au danger de certains hommes politiques qui ne se méfieraient pas suffisamment des conséquences des contenus qu'ils publient. Le web pouvant se montrer impitoyable, les négligences se payent généralement cher en termes d'e-réputation, et sont rarement sans conséquences pour ce qui est du soutien électoral. En novembre 2013, anticipant son exclusion du parti, une élue UMP a dû démissionner et se retirer de la vie politique pour avoir relayé via son compte Facebook une satire douteuse de la Garde des Sceaux Christiane Taubira : « Y'a pas bon Taubira »<sup>15</sup>. Ce même comportement n'aurait pas eu les mêmes conséquences pour un quidam, cependant les personnes exerçant des fonctions politiques ne peuvent se permettre de donner une aussi belle occasion à leurs détracteurs -y compris ceux au sein de leur parti- de demander leur retrait politique. La fonction de politique implique une extrême rigueur, tout est susceptible d'être exploité par les internautes. On se souvient notamment des fautes d'orthographe dans l'un des tweets de la ministre de l'éducation Aurélie Filippetti, qui avait alors jeté la faute sur ses collaborateurs.

Outre les éventuelles conséquences politiques, certains de ces excès ont quant à eux des conséquences judiciaires, à l'instar des plaintes déposées suite à des propos tenus sur internet. A titre d'exemple, la militante Front National et candidate à la mairie de Rethel (Ardennes) Anne-Sophie Leclere, est actuellement poursuivie pour provocation publique à la discrimination, à la violence et à la haine raciale suite à la plainte du Conseil Représentatif des Associations Noires (CRAN). En octobre 2013, elle avait publié sur sa page Facebook un montage photo associant Christiane Taubira et un singe<sup>16</sup>.

Ces désagréments peuvent être le fait d'une volonté consciente de provoquer le « buzz », autrement dit attirer l'attention et ainsi gagner en e-réputation, via l'augmentation du nombre de followers, likes, etc. Dans l'ouvrage collectif *Continuerlalutte.com, Les Partis Politiques sur le web*, Marc Abélès affirme que « le sentiment qu'il est possible de se faire entendre d'un grand nombre lorsqu'on délivre son message sur le réseau crée une véritable ivresse » de même qu'il inspire une « affirmation de liberté ». De plus, cette mise en spectacle de la part des politiques contribue à désacraliser leur image auprès des citoyens<sup>17</sup>. Si ces dérapages n'occupent l'actualité médiatique que quelques jours, d'une manière générale, ils n'en restent pas moins des anecdotes désagréables pour les élus et peuvent continuer à entacher leur réputation en étant rappelés à tout moment.

<sup>15</sup> FranceTVinfo, « Y'a pas bon Taubira » : l'élue UMP a démissionné, 18.11.13

<sup>16</sup> Le CRAN.fr, [http://www.le-cran.fr/communique-cran-associations-noires-de-france\\_lire\\_premiere-audience-du-proces-cran---anne-sophie-leclere--l-ex-candidate-fn\\_121\\_0\\_0.html](http://www.le-cran.fr/communique-cran-associations-noires-de-france_lire_premiere-audience-du-proces-cran---anne-sophie-leclere--l-ex-candidate-fn_121_0_0.html)

<sup>17</sup> Fabienne Greffet, *Continuerlalutte.com, Les partis politiques sur le web*, 2011.

---

## Des hommes politiques contraints de s'adapter se convertissent au web 2.0 et aux réseaux sociaux

La méconnaissance du fonctionnement d'un outil du web n'est pas une justification valable à l'heure où les hommes politiques peuvent se faire conseiller par des spécialistes. De fait, selon le journaliste du Nouvel Observateur Tristan Berteloot, si la quasi-totalité des hommes politiques influents disposent d'un compte sur les principaux réseaux sociaux, très peu les animent eux-mêmes. Plus généralement, de nombreux abus sur le net ont conduit des élus à demander davantage d'encadrement de l'usage du Web, ce que nous verrons à la fin de la deuxième partie.

---

# Toutefois, une attitude qui reste parfois distante et méfiante vis à vis de ces nouveaux moyens de communication.

## 1.1. Un certain retard des hommes politiques français en terme de considération du web et des réseaux sociaux

Le journal Le Monde propose une vision d'ensemble de l'activité des hommes politiques français en établissant une cartographie annuelle en ligne<sup>18</sup>. La carte du 1<sup>er</sup> janvier 2012 montre une croissance générale de la présence des hommes politiques sur la toile, avec une nette progression de l'extrême droite qui représente maintenant près de 15% de la totalité des hommes politiques présents sur la toile et constitue de fait la deuxième force politique française sur internet, devant la droite. Un deuxième enseignement de ce suivi cartographique depuis 2007 est la domination renforcée de la gauche au sein de cette « blogosphère politique ».

Le site internet elus20.fr vient compléter ce panorama de l'analyse du rapport des hommes politiques français au web et aux réseaux sociaux par un classement rigoureux des cent élus politiques les plus actifs sur les réseaux sociaux Facebook et Twitter<sup>19</sup>. Ainsi l'UMP compte 34 élus présents sur ces deux réseaux sociaux, le PS 33, Europe Ecologie-Les Verts 5, le MoDem 5, l'UDI 4, le FN 4, le PCF 3, le Parti Radical de Gauche 2 ; tandis que le Mouvement Républicain et Citoyen, le Parti de Gauche, le Mouvement Unitaire Progressiste, la République Solidaire, le Parti Radical, le NPA, Le Nouveau Centre, le CAP21, les Progressistes, et Debout la République ne comptent qu'un élu chacun présent sur ces deux réseaux sociaux. Le classement réalisé sur la base du nombre d'abonnés (fans) aux pages Facebook des 100 élus enregistrés sur le site Elus 2.0 (sans distinction de mandats) est mis à jour quotidiennement. Au 14 février 2014 il plaçait en tête Nicolas Sarkozy avec 906 806 fans sur Facebook, soit une progression de 276 fans depuis le 13 février 2014.

Ludovic Bajard, de l'agence de communication de Human to Human<sup>20</sup> dans un article de 2012 du Figaro fait ainsi le bilan de l'utilisation du web et des réseaux sociaux par les hommes politiques français : « Leur présence sur les outils sociaux est à la fois naturelle et contrainte : de plus en plus de citoyens sont actifs sur les réseaux sociaux et l'Élysée ne peut pas être en retard. De plus, l'exemple des États-Unis et de leur président très actif sur le web joue. (...) Pour autant, il y a souvent de la part des politiques un usage des médias sociaux qui tend au monologue, sauf pour quelques-uns, comme Nathalie Kosciusco-Morizet, Benoît Hamon ou Laurent Wauquiez, qui ont la volonté de pousser les échanges avec les internautes. Mais pour la majorité des politiques, le web est juste un canal supplémentaire. Pourtant, ce n'est pas un gadget si on se place dans le dialogue. »

D'après Ludovic Bajard, Nathalie Kosciusco-Morizet, « fait un usage intelligent de son compte Twitter. Elle rend compte des événements auxquels elle participe, elle se pose des questions sur sa fonction, elle partage beaucoup, même si elle ne donne évidemment pas de détails confidentiels ! »

Enfin, dans une analyse plus globale de la situation des hommes politiques français et du web, on se rend compte qu'ils sont en retard par rapport à leurs homologues américains. En effet, Barack Obama est un exemple probant de cette réactivité sur le web qui manque encore à nos hommes politiques nationaux. « Le site internet Klout, outil permettant à ses utilisateurs d'estimer leur taux d'influence sur la toile, donne un score de 99/100 à Barack Obama, ce qui le place dans les personnalités les plus importantes du web ». Le matin de sa première élection, Barack Obama comptait 32 425 737 fans sur Facebook, 22 364 640 followers sur Twitter, et plus de 1 656 000 abonnés sur Instagram<sup>21</sup>.

<sup>18</sup> <http://politicsphere.blog.lemonde.fr/2012/02/02/la-blogosphere-politique-en-3-cartes/>

<sup>19</sup> <http://www.elus20.fr/classement-politique-twitter-facebook/>

<sup>20</sup> Laurent Samuel, « L'Élysée ne peut pas être en retard » sur Twitter, lefigaro.fr, 12/10/2009.

<sup>21</sup> <http://www.jetdencre.ch/lutilisation-des-reseaux-sociaux-en-politique-lexemple-de-barack-obama-3108>

---

## Toutefois, une attitude qui reste parfois distante et méfiante vis à vis de ces nouveaux moyens de communication.

Cette cartographie des hommes politiques français présents sur internet et les réseaux sociaux s'explique par plusieurs facteurs. Alain Lambert ancien ministre du budget, confie à L'Express que « les politiques ne connaissent pas les réseaux sociaux et ils en ont d'ailleurs une idée plutôt fautive. Ils s'en méfient à l'extrême et lorsqu'ils en sont victimes, ce qui peut tous nous arriver, ils en attribuent la responsabilité au réseau lui-même »<sup>22</sup>. Ce retard des hommes politiques français quant à l'utilisation du web est le fait de plusieurs explications. Tout d'abord, l'âge moyen du représentant politique, -d'après le spécialiste de l'analyse des générations, le sociologue Louis Chauvel- ; est passé de 45 ans en 1982 à 59 ans en 2000 : « soit une hausse de quatorze ans en dix-huit ans alors que l'âge moyen de la population française augmentait de 1,5 an par décennie »<sup>23</sup>. Ainsi comme le souligne Ludovic Bajard, « Il y a aussi un problème de cadre générationnel. »<sup>24</sup>. Les hommes politiques doivent en effet sans cesse s'adapter aux innovations des internautes. Habités des médias classiques, ils doivent se tourner aujourd'hui vers les médias sociaux en constante évolution. Les hommes politiques français n'ont pas appris dans leur parcours universitaires l'utilisation nouvelle du web et subissent quelque peu les conséquences de ce gouffre générationnel. Comme montré précédemment, leur apprentissage précipité peut les rendre maladroits.

De plus, le retard des hommes politiques français sur la toile peut aussi s'expliquer par leur profession déjà très chronophage. C'est pourquoi, leur utilisation du web relève fréquemment du minimum minimum. Ainsi on observe classiquement une présence plus soutenue sur internet aux moments clés de l'agenda politique français, soit peu avant les élections, ou à l'occasion d'un grand fait marquant.

Enfin, une autre explication de ce retard français sur la toile est ce que Ludovic Bajard appelle « la crainte de la trace écrite ». En effet, l'effervescence et la spontanéité du web peuvent être un avantage, comme un inconvénient quand il est mal maîtrisé. D'autant plus que les hommes politiques français sont habitués à faire valider leurs communiqués de presse et au temps parfois long (des heures) que ce communiqué implique. Avec l'émergence d'internet les hommes politiques doivent s'adapter à la rapidité de réaction qu'elle engendre. Cependant, certains hommes politiques ont compris la liberté de parole que la spontanéité d'internet permet. Ludovic Bajard souligne la libération de la parole de Benoît Hamon, depuis qu'il a intégré qu'il pouvait dire sur Twitter des choses qu'il ne peut pas se permettre de dire dans les médias plus classiques.

Enfin, il existe en France des irréductibles qui se refusent complètement à utiliser le web et les réseaux sociaux. Un exemple probant est l'Aisne, où l'utilisation du web par les hommes politiques en place depuis longtemps est minimale<sup>25</sup>. On observe à travers cet exemple la fracture générationnelle entre les candidats aux élections les plus jeunes, qui sont actifs sur les réseaux sociaux et les candidats les plus anciens qui ont du mal à s'adapter à ce nouveau moyen de communication avec l'électorat.

---

<sup>22</sup> <http://www.erwanngaucher.com/article/12/08/2011/-les-politiques-ne-connaissent-pas-les-reseaux-sociaux--et-cest-un-vrai-probleme/691#sthash.aChj5uxY.dpuf>

<sup>23</sup> <http://www.slate.fr/story/31669/elections-france-age-jeunes>

<sup>24</sup> Laurent Samuel, « L'Elysée ne peut pas être en retard » sur Twitter, lefigaro.fr, 12/10/2009.

<sup>25</sup> <http://www.aisnenouvelle.fr/region/politique-20-l-aisne-gazouille-timidement-ia11b0n4605>



---

# Toutefois, une attitude qui reste parfois distante et méfiante vis à vis de ces nouveaux moyens de communication.

## 1.2. Chez la plupart des élus, une utilisation souvent occasionnelle ou opportuniste, sans excès de zèle

On observe en effet de nombreuses créations de site temporaires en période électorale chez les hommes politiques français. Une étude réalisée par l'IFOP en novembre 2010 sur Les usages politiques du web 2.0<sup>26</sup>, avec un échantillon représentatif de l'ensemble des villes de France composé de 401 maires, premiers adjoints et adjoints en charge des nouvelles technologies, montre bien cette réticence de certains élus à utiliser le web 2.0 comme outil de communication politique : « les élus municipaux apparaissent encore timides dans leur utilisation professionnelle d'Internet (ainsi, 40% seulement déclarent avoir une adresse électronique en tant qu' élu), mais surtout dans leur exploitation du web 2.0 en termes de communication politique. Ainsi, en tant qu'élus, seuls 2% d'entre eux tiennent un blog (ce taux atteignant tout de même 20% dans les communes de plus de 20 000 habitants), 2% ont un compte Twitter, et 1% possède une page Facebook. ».

Une autre tendance des hommes politiques français élus est l'ouverture d'un compte Twitter pour marquer un changement dans un mandat. François Hollande, pendant la campagne présidentielle a ouvert un compte Twitter qui a été fermé suite à son élection et ouvert à nouveau lors de l'annonce d'une décision politique à laquelle il souhaitait donner du poids, son « pacte de responsabilité », qu'il annonçait comme un tournant dans sa politique. Jean-Marc Ayrault a suivi le même modèle en réactivant son compte peu de temps après.

Ce rapport occasionnel que l'on peut qualifier d'opportuniste de l'homme politique élu au web et aux réseaux sociaux peut s'expliquer de différentes façons. Un argument clé donné par l' élu pour justifier sa présence irrégulière sur internet est celui de sa concentration sur son mandat. Ainsi l' élu ne souhaite pas prendre de temps au détriment de l'exercice des fonctions. D'après l'étude de l'IFOP, « 94% [des élus] estiment qu'il est plus important d'être présent physiquement auprès de ses administrés, 77% considèrent que ces modes de communication font perdre en finesse par rapport aux moyens traditionnels, 75% pensent que dans leur commune cela ne serait pas utile, ne leur permettant pas de toucher beaucoup de monde et 69% enfin que cela consommerait trop d'énergie ».

Une autre explication est liée à l'appréhension que les hommes publics peuvent avoir de la réactivité et la spontanéité d'internet. Une stratégie est de ne pas donner trop d'informations qui risqueraient de rebuter les gens. Il s'agit ici de promouvoir la rareté comme facteur de prix, notamment pour limiter les risques liés à l'utilisation du web et des réseaux sociaux. Ils affichent ici leur volonté d'être prudent pour éviter de faire l'objet de trop d'attaques sur le web, comme certains hommes politiques qui ont subi un retour négatif de leur trop grande exposition.

Cependant, la stratégie minimaliste de l' élu, -et de l'homme politique en général-, quant à sa présence sur la toile comporte un risque. En effet, l'homme politique court le danger de ne pas être suffisamment remarqué. Internet étant un moyen reconnu et avéré de mobiliser les militants, un utilisateur ponctuel ne peut être véritablement suivi, compris, entendu. En plus du manque de reconnaissance, l'homme politique utilisateur occasionnel du web et des réseaux sociaux prend le risque de s'attirer les foudres des citoyens qui passent beaucoup de temps sur le web.

<sup>26</sup> [http://www.ifop.com/media/poll/1470-1-study\\_file.pdf](http://www.ifop.com/media/poll/1470-1-study_file.pdf)

---

## Toutefois, une attitude qui reste parfois distante et méfiante vis à vis de ces nouveaux moyens de communication.

L'étude réalisée par l'IFOP en novembre 2010 sur Les usages politiques du web 2.0, Regards croisés des élus municipaux et du grand public, souligne qu'il « est d'abord frappant de noter que les élus mettent fortement l'accent sur les risques en termes d'image liés à l'utilisation du web 2.0 pour communiquer : 84% pensent qu'il est difficile de maîtriser totalement ce qui se dit sur Internet (47% sont même « tout à fait d'accord » avec cette idée). Ils accordent par ailleurs plus d'importance que le grand public à la dimension humaine : 64% des élus adhèrent à l'opinion selon laquelle l'utilisation de ces nouveaux modes de communication la néglige (29% se disant même « tout à fait d'accord »). »

De plus, ces élus municipaux se méfient de ces nouveaux outils de communication qui « induisent à la fois des risques politiques et des risques de frustration » d'après 60% des élus municipaux interrogés. Enfin, l'étude conclue que les élus municipaux sont « majoritairement dubitatifs sur les bénéfices en termes d'image : moins d'un sur deux pensent que ces nouveaux modes de communication permettent de renforcer la proximité avec les administrés (47%) et d'améliorer l'image de l'élu (46%). »

Enfin, l'e-réputation est totalement ignorée de 85% des élus interrogés, « 3% seulement ayant mis en œuvre une stratégie de veille de leur réputation sur Internet et 12% se contentant de se renseigner sur ce que l'on dit d'eux sur Internet, sans chercher à agir ou rectifier des éléments touchant à leur image ». Le détail des réponses fait apparaître une préoccupation plus grande en fonction croissante de la taille de la commune et de l'âge de l'élu.

### 1.3. Une volonté politique d'encadrer le web et les réseaux sociaux

Les rapports variés des hommes politiques vis à vis des instances d'encadrement du web et des réseaux sociaux

Le web et les réseaux sociaux, bien que constituant un secteur difficile à encadrer complètement, font l'objet de mesures de réglementation, dont certaines se sont déjà traduites par des textes de loi spécifiques. Les hommes politiques français, lorsqu'ils s'y intéressent ou sont interrogés à ce propos, font part d'une opinion contrastée vis à vis des instances chargées de les encadrer et de la législation en vigueur.

On aurait tort de croire que parce qu'une société est domiciliée dans un pays plus tolérant à l'égard de la liberté d'expression qu'elle peut se soustraire au droit français. Ceci a été rappelé à Twitter alors que des associations antiracisme (*J'accuse* et l'Union des Etudiants Juifs de France) sommaient la société américaine de livrer les informations dont elle disposait sur les utilisateurs de comptes auteurs de propos discriminants. La justice française se base en effet sur le fait que « les utilisateurs dont l'identification est recherchée sont justiciables de la loi pénale française (...), l'infraction étant réputée commise sur le territoire de la République dès lors qu'un de ses faits constitutifs a eu lieu sur ce territoire »<sup>27</sup>. La jurisprudence a également démontré que le partage d'un contenu peut être vu comme une approbation formelle. « Celui qui rediffuse l'information contribue au préjudice de celui qui, par exemple, a été diffamé et son tweet pourrait être considéré comme un nouvel acte de diffusion », rappelle

<sup>27</sup> lemonde.fr, Twitter sommé de respecter le droit français, 25.01.13.

---

## Toutefois, une attitude qui reste parfois distante et méfiante vis à vis de ces nouveaux moyens de communication.

Me Christiane Féral-Schuhl, bâtonnier de l'ordre des avocats de Paris<sup>28</sup>. Twitter n'a pas l'obligation de vérifier a priori ce qui transite sur son site compte tenu de son statut d'hébergeur, il peut cependant voir sa responsabilité engagée dans l'hypothèse où il ne retirerait pas les propos illicites qui lui seraient signalés. En 2013, l'Etat français a ainsi demandé la suppression de 306 contenus sur Twitter, soit 87% des demandes mondiales<sup>29</sup>. Ce point, s'il est décrit comme une véritable censure et entrave à la liberté d'expression par le vice-président du Front National Florian Philippot, est au contraire parfaitement assumé par le ministre de l'intérieur Manuel Valls.

A ce jour, la loi française interdit tout contenu présentant un appel à la violence, une menace, montrant directement ou faisant l'apologie de crimes ou de délits. Le caractère illicite de certains contenus est prévu par la loi et peut être reconnu par une décision de justice.

La Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) est une agence indépendante de l'Etat qui a été mise en place dans l'optique d'assurer la protection des données personnelles. Elle fait suite à la loi n°78-17 du 6 janvier 1978. On l'a récemment vu condamner la société Google Inc. à 150 000 euros d'amende pour manquement à la loi « informations et liberté », sanctionnant ainsi des mesures de confidentialité des données personnelles jugées trop opaques pour les utilisateurs.

Les programmes d'encadrement du web que sont la CNIL, Hadopi et le Conseil National du Numérique ont reçu le soutien des gouvernements successifs<sup>30</sup>. Le contexte actuel de terrorisme, cyber-terrorisme ou simplement haine raciale et religieuse, et leur récurrence dans les médias conforte les décideurs politiques ou les aspirants aux fonctions politiques à montrer leur fermeté, qui s'avère généralement payante en terme de popularité -la prise de parole d'hommes politiques lors de l'affaire Dieudonné l'a vraisemblablement démontré.

### Les projets d'encadrement du web et des réseaux sociaux, signe d'une réticence des politiques ?

Les projets de lois et débats ne manquent effectivement pas. Le jeune Parti Pirate, arrivé en France en 2006, est à ce jour le seul parti défendant une ligne explicite et moderne face au web et aux réseaux sociaux. Il prône notamment un internet plus libre et dénonce les abus auxquels mène une stricte application des droits d'auteurs, tout en voulant protéger les données personnelles des usagers.

Concernant la protection des données, le ministre du redressement productif Arnaud Montebourg a déclaré le 31 janvier 2014 ne pas vouloir « disparaître dans l'univers numérique » : il ne veut pas que les opérateurs français soient « des sous-traitants des décisions des géants du web, ni être en situation de dépendance ». Il marque ainsi son souhait d'affirmer la souveraineté numérique de la France : « nous défendons nos libertés y compris sur les données personnelles »<sup>31</sup>. Il s'agit là de prévenir que les données françaises soient exploitées à l'étranger sans droit de regard, tout en défendant les entreprises françaises du numérique.

---

<sup>28</sup> lepoint.fr, 07.01.13 [http://www.lepoint.fr/chroniqueurs-du-point/laurence-neuer/denigrement-et-insultes-sur-twitter-et-facebook-que-dit-le-droit-07-01-2013-1609294\\_56.php](http://www.lepoint.fr/chroniqueurs-du-point/laurence-neuer/denigrement-et-insultes-sur-twitter-et-facebook-que-dit-le-droit-07-01-2013-1609294_56.php)

<sup>29</sup> lemonde.fr, La France, numéro un mondial des demandes de suppression de tweets, 06.02.14

<sup>30</sup> <http://www.cnil.fr/institution/missions/sanctionner/Google/>

<sup>31</sup> <http://www.larevuedudigital.com/2014/02/alaune/arnaud-montebourg-senflamme-beaucoup-pour-les-operateurs-historiques-et-un-peu-pour-nos-donnees/>

---

## Toutefois, une attitude qui reste parfois distante et méfiante vis à vis de ces nouveaux moyens de communication.

Certaines voix ont évoqué la possibilité de mettre les diffuseurs de contenus Youtube et Dailymotion sous le contrôle du CSA, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

Un des défenseurs de la régulation du web par le CSA, Frédéric Lefebvre déclarait lors des débats sur la loi sur l'Audiovisuel : « La mafia s'est toujours développée là où l'État était absent ; de même, les trafiquants d'armes, de médicaments ou d'objets volés et les proxénètes ont trouvé refuge sur Internet, et les psychopathes, les violeurs, les racistes et les voleurs y ont fait leur nid. »<sup>32</sup>

Manuel Valls, au nom de la sécurité intérieure, a annoncé à l'occasion du Forum International de la Cybersécurité (FIC) le 21 janvier, étudier un programme de collaboration entre les services de police et les réseaux sociaux afin notamment que « Twitter s'engage à procéder au gel des données d'enquête sur simple courriel, sans aviser les utilisateurs si les enquêteurs demandent expressément à ce que ces mesures restent confidentielles », ce que le réseau de micro-blogging a jusqu'à présent réussi à refuser à la police américaine<sup>33</sup>. Le ministre de l'intérieur a également fait savoir à la fin de l'année 2013 son intention d'instaurer des programmes de sensibilisation aux réseaux sociaux pour les élèves en fin de primaire.

Les hommes politiques français ont été nombreux à faire remarquer le retard en termes de modération de la part des grands réseaux sociaux quant aux contenus choquants. Bien souvent, ce sont les ministres interpellés par les journalistes qui en font la demande publique. Si les

ministres de l'intérieur sont ceux qui recourent le plus à cette pratique, le 3 février 2014, c'est Marie-Arlette Carlotti, ministre chargée des personnes handicapées, qui publie un tweet à l'intention du directeur général de Facebook France dans le cadre d'une vidéo mettant en scène la maltraitance d'une jeune handicapée<sup>34</sup>.



On peut noter à travers cette démarche la volonté d'interpeller publiquement et immédiatement l'intéressé.

La deuxième semaine de février 2013, marquée par les débats sur le mariage pour tous, a vu des commentaires sur les réseaux sociaux provoquer une suspension de séance et le rappel du règlement par deux reprises. Les auteurs de tweets en cours de séances revendiquent le droit de faire passer des informations dont le citoyen n'a pas accès sur les médias traditionnels de manière aussi rapide. Ils éprouvent alors la sensation de devenir eux-mêmes des médias. Un groupe de députés UMP, mené par Gérald Darmanin est allé jusqu'à proposer une modification du règlement intérieur de l'Assemblée afin de couper<sup>35</sup>. En revanche, la réponse apportée par le Président de l'Assemblée Claude Bartolone est qu'il « n'y aura pas d'interdiction du wi-fi parce qu'aujourd'hui les méthodes de communications électroniques font partie de la vie, mais je veux qu'il y ait une règle du jeu », avant d'annoncer que le fonctionnement de l'Assemblée et « l'utilisation des réseaux sociaux » seraient étudiés par un groupe de travail<sup>36</sup>.

<sup>32</sup> <http://www.pcinpact.com/archive/49725-racisme-antisemitisme-ligne-francois-fillon.htm>

<sup>33</sup> <http://pastresnet.blog.lemonde.fr/2014/01/21/valls-encadre-twitter/>

<sup>34</sup> Soullier Lucie, Qui décide de supprimer les vidéos violentes sur le Web ? [lemonde.fr](http://lemonde.fr), 05/02/14

<sup>35</sup> <http://tempsreel.nouvelobs.com/video/20130206.OBS7885/twitter-a-l-assemblee-il-faudra-des-regles.html>

<sup>36</sup> [liberation.fr](http://liberation.fr), Faut-il empêcher les députés de tweeter ? 06.02.13

---

## **Toutefois, une attitude qui reste parfois distante et méfiante vis à vis de ces nouveaux moyens de communication.**

Globalement, les hommes politiques français expriment une certaine frilosité quant à la liberté sur internet. La fermeté face à un internet trop libre, insaisissable est à l'évidence la communication la plus payante. Ils aimeraient plus d'encadrement, sans doute également parce qu'un nouvel outil aussi vaste les effraye. On s'aperçoit en les étudiant de près que leurs connaissances techniques sont encore limitées en la matière. Le plus souvent, ils se limitent à des effets d'annonce et préfèrent déléguer la tâche à des experts ou des autorités relativement indépendantes comme le CSA, la CNIL, ou le Conseil National du Numérique.

---

# Conclusion

« La fracture semble de plus en plus importante. D'un côté, plus de 20 millions de Français qui utilisent chaque jour les réseaux sociaux, un monde numérique qui ne cesse de se développer et d'interférer dans tous les domaines de la «vraie vie» (la chute de l'action de la Société Générale l'a encore prouvé). De l'autre, des hommes et des femmes politiques français qui semblent complètement déconnectés de ces nouveaux outils, de ces nouveaux usages, les balayant parfois d'une phrase maladroite et lapidaire. » . Nous l'aurons compris, le blogueur Erwan Gaucher juge que les hommes politiques français ne sont pas à la hauteur en matière de web et de réseaux sociaux.

Internet est devenu un outil incontournable dans l'activité politique, sauf à vouloir rester à un niveau micro-local où les relations interpersonnelles sont plus importantes. Cette popularisation s'est effectuée par un effet de mimétisme : la plupart des responsables politiques s'affichent sur le net et les réseaux sociaux, mais les différences résident dans l'utilisation qu'ils en font, utilisation qui varie du tout au simple. Il existe une grande variété de rapports des hommes politiques au web, de la même manière que chaque individu entretient un rapport différent avec internet.

Une tendance partisane tenue apparaît avec l'échec de la plateforme maintenant fermée de Créateurs de Possible (2009-2011), alors que CooPol (PS) réussit un peu mieux. Une explication pourrait être la dimension plus hiérarchique de l'UMP, alors que le PS s'est toujours reposé sur sa base militante, ce qui lui donne une dimension plus coopérative.

Au niveau individuel cette fois, on peut distinguer les hommes politiques qui s'expriment à la première personne, comme Anne Hidalgo ; ou qui répondent eux-mêmes aux interpellations des internautes (NKM) pour se donner une légitimité sur la toile et créer une proximité avec les internautes. Au contraire, certains comme Bertrand Delanoë on choisit de s'exprimer à la 3e personne et n'échangent pas avec les internautes. Cela peut créer un effet de distance et d'inaccessibilité de l'homme politique. Enfin, les hommes politiques qui ont compris l'importance de leur présence sur la toile, sont prêts à falsifier leur notoriété sur le web, notamment en créant de faux comptes pour donner du poids à leurs commentaires, sites et pages sur la toile .

Le web a suscité la fascination de certains politiques qui y voyaient un outil capable de renverser le cours d'une campagne politique. Or les discrédits sont plus faciles à évaluer que les bénéfices que le web est susceptible d'apporter aux politiques. Cela s'explique en partie par la nécessité de maîtriser les codes du web (mêmes, références, culture du détournement, montages, buzz...). De plus, au-delà de la gratuité d'inscription et d'utilisation, les réseaux sociaux et le web sont onéreux en temps. Payer des personnes pour s'en occuper a un coût, alors que l'on peut noter un meilleur effet lorsque le politique anime lui-même ses pages et profils. Libre alors au politique d'arbitrer entre le temps qu'il désire y passer et le reste de son activité. Cela demande une réactivité importante, et parfois même d'être présent la nuit, les weekends, vacances... notamment en temps de crise ou de buzz.

---

37 Gaucher Erwan, Les politiques ne connaissent pas les réseaux sociaux, et c'est un vrai problème, erwan-gaucher.com, 12/08/2012.

---

# Bibliographie et webographie

## OUVRAGES :

- Greffet Fabienne, Continuerlalutte.com Les partis politiques sur le web, 2011.

## ARTICLES JOURNALISTIQUES :

- Brunet Elena, Twitter à l'Assemblée : «Il faudra des règles», Le Nouvel Observateur, 07/02/2013.
- Fouetillou Guilhem, La blogosphère politique en 3 cartes, Le Monde, 02/02/2012.
- Gaucher Erwan, Les politiques ne connaissent pas les réseaux sociaux, et c'est un vrai problème, erwangaucher.com, 12/08/2012.
- Soullier Lucie, Qui décide de supprimer les vidéos violentes sur le Web ? lemonde.fr, 05/02/14.
- Platania Juliette, l'utilisation des réseaux sociaux en politique : l'exemple de barack obama, jetdencre.ch, 20/05/2013.
- Pottier Jean-Marie, Les élus français sont trop vieux, Slate, 21/12/2010.
- s.n., «Four more years» d'Obama en tête du palmarès Twitter 2012, La Tribune, 12/12/2012.
- s.n., Le PS accuse l'UMP d'avoir créé un faux compte Twitter pour le déstabiliser, Libération, 30/10/2010.
- Sireyjol Hélène, Noël Mamère victime d'un faux compte Twitter, Sud Ouest, 16/10/2013.

## SOURCE AUDIOVISUELLE :

- Agora 2.0 : la politique vue du Net, émission de Katia Gilder sur LCP.

## SOURCE WEB :

- Site du CRAN <http://www.le-cran.fr>, février 2014.
- Site Elus 2.0 <http://www.elus20.fr/>, février 2014.
- Site d'EELV <http://europe-ecologie.net/>, février 2014.
- Site du PS <http://www.parti-socialiste.fr/agissons-ensemble/creer-votre-blog-ps> février 2014.
- Site de JP Chevènement : [http://www.chevenement.fr/Live-Tweet-sur-Twitter\\_a1333.html](http://www.chevenement.fr/Live-Tweet-sur-Twitter_a1333.html)
- Site de l'UMP : <http://www.u-m-p.org/agir/jagis-sur-le-web>
- Page de soutien au bijoutier de Nice : <https://www.facebook.com/soutienaubijoutierdenice?fref=ts>
- Site du FN : <http://www.frontnational.com/retrouvez-marine-le-pen-et-le-front-national-sur-les-reseaux-sociaux/>
- Site de F Asselineau : <http://www.francoisasselineau.fr/2013/01/UPR-se-hisse-a-la-4-eme-place-des-partis-politiques-consultes-sur-internet.html>
- Site du gouvernement : <http://www.gouvernement.fr/gouvernement/composition-du-gouvernement>

---

SLIDESHARE :

- Bellaïche Léa, la communication politique, le digital et la generation Y, Octobre 2012.
- Favreau Stephane, Comment les réseaux sociaux et le désir de transparence qui les accompagne bouscule-t-il les fondements de la communication politique ? Juin 2011.
- Guillou Pierre, regards sur la web campagne 2012, Juin 2012
- Lemaire Vincent, militant 2.0, Coolpol et créateurs de possible les partis traditionnels, Juin 2010.
- Martin Alexandre, la communication politique et internet, Septembre 2013.



---

# Lexique

- **Community manager** : métier qui consiste à animer et à fédérer des communautés sur Internet pour le compte d'une société ou d'une marque. Profondément lié au web 2.0 et au développement des réseaux sociaux, le métier est aujourd'hui encore en évolution. Le cœur de la profession réside dans l'interaction et l'échange avec les internautes (animation, modération) ; mais le community manager peut occuper des activités diverses selon les contextes.
- **Fact-checking** : désigne une démarche visant à valider l'exactitude des chiffres rapportés, d'affirmations, d'informations, ou de faits allégués dans un texte ou discours.
- **Génération Y** : Groupe d'individus nés approximativement entre 1979 et 1994. Inventée en 1993 par le magazine Advertising Age, l'expression « Génération Y » désigne la génération qui suit la « Génération X » (née approximativement entre 1965 et 1977). Le « Y » fait aussi référence pour certains au « y » que les écouteurs tracent sur le torse de celui qui les utilise. Cette génération est aussi appelée « Digital Natives », ou « Net Generation » pour souligner le fait que ces enfants ont grandi dans un monde où l'ordinateur, le jeu vidéo et internet sont devenus de plus en plus importants et accessibles.
- **Tweet Clash** : Combat entre deux membres, qui se sentent obligés de faire chier toute la communauté avec leur dispute.
- **Klout** : un site web couplé avec une application pour smartphones, qui prend en compte l'activité sur les médias sociaux pour classer ses utilisateurs en fonction de leur influence sociale en ligne. Le site attribue à chaque utilisateur un score qui est une note entre 1 et 100. Pour déterminer cette note, Klout mesure l'importance du réseau social de l'utilisateur en quantifiant le niveau de l'activité des internautes (l'activité mesurée porte notamment sur les actions suivantes : « retweet », « mention », « like » et dépôt d'un commentaire) autour du contenu produit par l'utilisateur évalué.
- **IFOP** : l'Institut Français d'Opinion Publique, organisme d'étude spécialisé dans les sondages politiques et sociaux réalisés pour le compte des médias.
- **microblog** : est un dérivé concis du blog, qui permet de publier un court article, plus court que dans les blogs classiques, les articles pouvant être de type texte court, mais peuvent également contenir une image ou même une vidéo embarquée. Les flux d'agrégation sont plus légers que dans les blogs traditionnels et peuvent contenir tout le message. La diffusion peut également être restreinte par l'éditeur à un cercle de personnes désirées.