

Bureau de dépôt : 7000 Mons.  
Graphisme : Romain Blitresse.  
Éditeur responsable : Didier Donfut,  
Rédacteur en chef : Daniel Sclavon.



P915730



PB-PP | B-  
BELGIE(N) - BELGIQUE

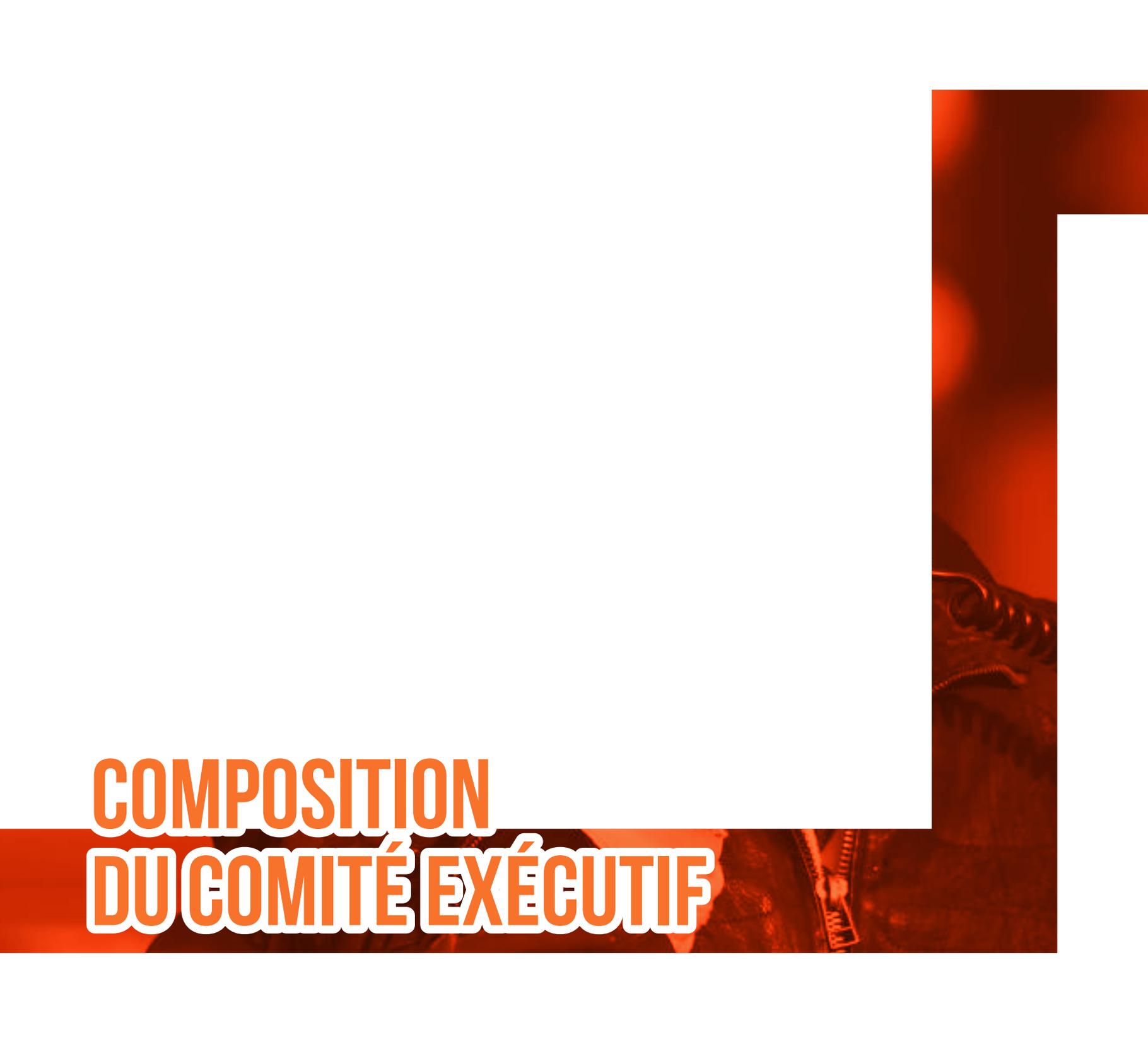


Maison de la Laité  
de Frameries

36

# LE LIEN

TRIMESTRIEL DE LA MAISON DE LA LAÏCITÉ DE FRAMERIES ASBL | SEPT - OCT - NOV - DÉC 2019



# COMPOSITION DU COMITÉ EXÉCUTIF



<b>PRÉSIDENT DU C.A.</b>	<b>DIDIER DONFUT</b>	<b>A D M I N I S T R A T E U R S</b>
<b>VICE-PRÉSIDENT</b>	<b>RAOUL PIÉRARD</b>	
<b>SECRÉTAIRE &amp; COORDINATRICE WEB</b>	<b>SOPHIE DIEU</b>	
<b>TRÉSORIÈRE ET COORDINATRICE CÉRÉMONIES LAÏQUES</b>	<b>DANIÈLE GOSSELET</b>	
<b>COORDINATEUR ACTIVITÉS</b>	<b>ANDRÉ CEUTERICK</b>	
<b>COORDINATRICE COMMUNICATION</b>	<b>FRANÇOISE BESANGER</b>	
<b>COORDINATRICE GESTION ADMINISTRATIVE</b>	<b>KATTY PIRMEZ</b>	
<b>COORDINATEUR BÂTIMENT</b>	<b>OLIVIER DEMOULIN</b>	
<b>MEMBRE</b>	<b>JACQUELINE LOISEAU</b>	
<b>INVITÉ PERMANENT</b>	<b>DANIEL SCLAVON</b>	

**PRÉSIDENT, ÉDITEUR RESPONSABLE DU PÉRIODIQUE « LE LIEN »** : Didier Donfut

**RÉDACTEUR EN CHEF DU PÉRIODIQUE « LE LIEN »** : Daniel Sclavon

**GRAPHISME** : Dropix Studio (dropixstudio@gmail.com)

**Les articles signés engagent la seule responsabilité de leurs auteurs.**

## LE CENTRE D'ACTION LAÏQUE FÊTE SES 50 ANS. OUI, MAIS OÙ EN SOMMES-NOUS ?

Que nous dit le CAL :

La laïcité est « *le principe de séparation de la société civile et de la société religieuse, l'État n'exerçant aucun pouvoir religieux et les Églises aucun pouvoir civil* ».

« *La laïcité est le principe humaniste qui fonde le régime des libertés et des droits humains sur l'impartialité du pouvoir civil démocratique dégagé de toute ingérence religieuse.*

*Il oblige l'État de droit à assurer l'égalité, la solidarité et l'émancipation des citoyens par la diffusion des savoirs et l'exercice du libre examen.* ».

« *La laïcité n'est pas une opinion, c'est la liberté d'en avoir une.* ».

« *Le défi consiste à passer du règne des communautarisations à celui de l'universalisme dans le respect de la diversité et du vivre ensemble* ».

Toutes ces convictions re-présentent sur le site du CAL démontrent le positionnement voulu aujourd'hui par le CAL : privilégier le respect et le vivre ensemble sur base des principes et des valeurs humanistes qui nous animent.

C'est sans aucun doute la meilleure réplique face au repli sur soi qui envahit notre société moderne et au communautarisme qui va de pair avec la mondialisation.

Cette volonté de liberté pour chacun d'adhérer aux idées, convictions ou croyances de son choix offre à l'athéisme et à l'agnosticisme la capacité d'affirmer leur expression et leur militan-

# LE MOT DU

tisme au sein d'un état de droit.

En dépassant le cap de ses 50 ans, le CAL a encore une longue feuille de route.

Intensifier son action et ses revendications au plan européen qui reste un terrain de luttes de tous les instants face au lobby catholique qui veut à nouveau affirmer le fait religieux dans l'espace de démocratie et de droit qu'est l'Europe.

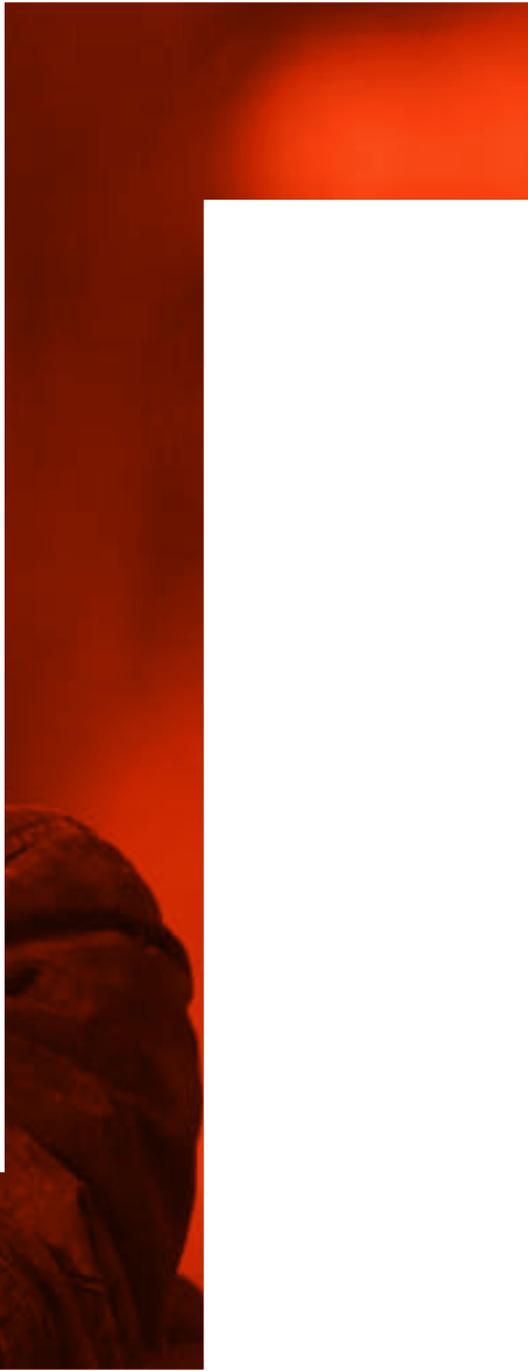
Le CAL doit aussi sortir du confort de ses associations laïques qui certes font un travail remarquable sur le plan des valeurs sociétales et humanistes, mais qui ont du mal à pénétrer la société dans sa globalité.

Dans ce cadre, il me semble essentiel pour le vivre ensemble que la laïcité puisse trouver toute sa place au sein de la cité, l'espace de vie où la proximité et le dialogue doivent construire le partage des valeurs, la liberté de chacun et la transmission du savoir.

C'est le chemin de l'éveil des consciences et du libre examen que nous souhaitons aux jeunes générations.

Bon anniversaire au Centre d'Action Laïque.

**DIDIER DONFUT  
PRÉSIDENT**



**PRÉSIDENT**

# SOMMAIRE

<b>ERRARE HUMANUM EST.</b> .....	<b>8</b>
<b>INDÉPENDANCE DES MÉDIAS, LIBERTÉ D'EXPRESSION ET FAKE NEWS</b> .....	<b>10</b>
<b>PRESSE, MÉDIAS, LIBERTÉ D'EXPRESSION ET INDÉPENDANCE JOURNALISTIQUE</b> .....	<b>10</b>
<b>TO BE OR NOT TO BE ON FACEBOOK</b> .....	<b>30</b>
↳ À PROPOS DE CE NOUVEAU SYMBOLE DE LA COMMUNICATION.	
<b>INDÉPENDANCE JOURNALISTIQUE, LIBERTÉ D'EXPRESSION ET DIEU</b> .....	<b>54</b>
<b>VOUS AVEZ DIT FAKE NEWS... QUELLES FAUSSES NOUVELLES ?</b> .....	<b>60</b>
<b>À LIRE</b> .....	<b>66</b>
<b>LE TRAITÉ DE VERSAILLES</b> .....	<b>66</b>
↳ À PROPOS D'UNE HISTOIRE VIEILLE DE 100 ANS, TOUJOURS BIEN D'ACTUALITÉ.	
<b>À MÉDITER</b> .....	<b>78</b>
<b>L'EXEMPLE DE L'EMPEREUR FRANÇOIS-JOSEPH</b> .....	<b>78</b>
<b>À VOS AGENDAS !</b> .....	<b>82</b>



**CHÈRES AMIES, CHERS AMIS,**

**SI VOUS PARTAGEZ NOS CONVICTIONS LAÏQUES ET SI VOUS SOUHAITEZ SOUTENIR NOTRE ACTION,  
N'OUBLIEZ PAS DE RENOUELER VOTRE COTISATION PERSONNELLE 2019 EN VERSANT  
LE MONTANT DE 10€ AU COMPTE BE23 0682 2267 9691 DE LA MAISON DE LA LAÏCITÉ DE FRAMERIES  
AVEC EN COMMUNICATION : COT 19 - NOM, PRÉNOM, ADRESSE.**

**MERCI !**

**ERRARE HUMANUM EST.**



# F~~X~~êtes d'ortog~~X~~rafe

Chère amie, cher ami, chers lecteurs,

J'ai constaté, horresco refrens, à la lecture de notre trimestriel « Le Lien n° 35 » d'avril, mai et juin 2019, que de trop nombreuses coquilles s'étaient insérées dans les différents articles, rendant parfois difficile la compréhension de certaines phrases.

Je voudrais m'excuser pour ce genre de désagrément et, à l'avenir, je m'efforcerai de vérifier plus attentivement encore la bonne retranscription des textes, sachant, à l'instar de Sénèque, philosophe latin de l'école stoïcienne à qui l'on attribue, peut-être à tort, cette

locution, que si « l'erreur est humaine, perseverare diabolicum ».

Je vous remercie déjà de votre bienveillante compréhension et vous présente, chère amie, cher ami, mes meilleures amitiés laïques.

**DANIEL SCLAVON,**  
rédacteur en chef du Lien.



BUSINESS

Economy of the European Union

**PRESSE, MÉDIAS,  
LIBERTÉ D'EXPRESSION  
ET INDÉPENDANCE  
JOURNALISTIQUE**

Nous sommes tous, à quelque titre que ce soit, des lecteurs, des auditeurs, des spectateurs ou, plus exactement, des consommateurs, hélas bien souvent passifs, d'informations, dont nous inondent, jusqu'à plus soif, à chaque minute du jour et de la nuit et à longueur d'année, la presse écrite, radio-phonique et télévisée, de même qu'internet et les réseaux dits sociaux.

Nous vivons, en effet, dans un monde hyperconnecté et saturé par un flux d'informations sous forme de textes, d'images et de

sons, un environnement dans lequel des chaînes émettent en continu, en radio et en télévision, diffusant les mêmes faits et les mêmes analyses, alors que la presse écrite œuvre nuit et jour, pour sortir des éditions collant au plus près à l'actualité.

Lorsqu'on sait que les réseaux sociaux, alimentés par des milliards d'internautes, viennent renforcer cette spirale de la communication de manière exponentielle, empilant les news les unes sur les autres sans aucune hiérarchie, aucun filtre, ni aucun contrôle, on

se rend vite compte que la situation atteint des dimensions dantesques.

Et de surcroît, face à cette abondance d'informations, la vitesse de circulation des actualités est telle qu'elle empêche pratiquement tout recul permettant d'exercer notre sens critique à tête reposée, un constat qui n'est pas sans nous interpeller et qui nous a semblé une raison suffisante pour nous pencher sur la qualité de ces informations et partant sur l'indépendance de ceux qui les diffusent.

EN JUIN 2017, FACEBOOK ANNONCE AVOIR DÉPASSÉ LE CAP DES 2 MILLIARDS D'UTILISATEURS !



Alors ce pouvoir, souvent qualifié de quatrième, par allusion aux trois pouvoirs constitutionnels, dans le processus de la formation de l'opinion publique et dans l'influence que la révélation des faits peut avoir dans les prises de position des citoyens, serait un garant de la démocratie et un indicateur des libertés fondamentales pour les uns, un chien de garde du pouvoir et un instrument de propagande pour les autres, une réputation singulièrement contrastée, convenons-en, quant au rôle qu'il occupe dans la société.

Subversifs ou serviles, les médias, telle est la question.

Caricaturalement posée, celle-ci échouerait à comprendre les conditions com-

**HUBERT BEUVE-MÉRY**  
(1902-1989)

plexes dans lesquelles s'exerce le journalisme et qui menacent son autonomie.

Rappelons tout d'abord que cette indépendance a été chèrement acquise au terme d'un long combat mené par des journalistes pionniers qui avaient une haute conception de leur métier, à l'instar du Français Hubert Beuve-Méry, un des fondateurs du journal « Le Monde », qui avait comme leitmotiv cette phrase : « Vous ne trouverez derrière moi ni banque, ni Eglise, ni parti ».

Reste qu'aujourd'hui, la situation a évolué et que le développement spectaculaire des médias de grande audience depuis le 19<sup>ème</sup> siècle s'est rapidement accompagné d'une attitude trouble à leur égard.

D'un côté, les menaces sur les libertés de la presse et les rétorsions, toujours fréquentes, à l'égard des journalistes semblent



accréditer l'idée qu'ils puissent perturber l'exercice du pouvoir en alertant l'opinion publique. Parfois durement acquises, les protections juridiques qui entourent le métier sont régulièrement menacées ou sapées par des initiatives politiques aux intentions troubles.

Des associations comme Re-

porters sans frontières ou en Belgique, l'Association des journalistes professionnels, alertent régulièrement l'opinion sur la fragilité d'une liberté de presse jamais totalement acquise et, pour beaucoup, essentielle à la bonne santé du débat public dans une démocratie.

La liberté de la presse apparaît régulièrement comme un bien qu'il faut protéger, comme l'illustre le scandale viral suscité par une séquence de la RTBF qui montre un attaché ministériel menacer des journalistes lors de la visite d'Erdogan, Président de la Turquie, en octobre 2015.

En France, les syndicats de journalistes ont rédigé à l'automne 2007 une pétition nationale pour consolider l'indépendance des rédactions et ce, dans le sillage du combat mené par les journalistes des quotidiens économiques « Les Échos » et « La Tribune ». Ils demandent que la ligne éditoriale respecte la Charte de Munich, adoptée par la Fédération européenne des journalistes et référence européenne concernant la déontologie du journalisme, un texte qui distingue dix devoirs et cinq droits, en reprenant les principes de la Charte des devoirs professionnels des journalistes français.

## REPORTERS SANS FRONTIÈRES

ÇA SERT À QUOI ?

REPORTERS  
SANS FRONTIÈRES

### Les 4 activités de RSF



Lobbying



Campagnes de  
mobilisation



Assistance et  
aide juridique



Cybersécurité



Dès lors, en cas de désaccord avec la ligne éditoriale, le journaliste peut en théorie demander l'application de la clause de conscience, supervisée par la commission arbitrale, l'une des cinq grandes commissions qui co-gèrent la profession, en vertu du paritarisme. En pratique cependant cette clause est très difficile à obtenir, la loi n'étant pas assez précise en la matière.

Mais quoi qu'il en soit, à côté de la longue et inachevée histoire de l'indépendance journalistique, de nombreuses critiques sont émises depuis longtemps à l'égard de la fonction des médias de masse. Pour Noam Chomsky et Edward S. Herman, cette prétention à l'indépendance est bien loin de recouvrir la réalité du fonctionnement des médias : « Il n'aura échappé à personne que le postulat démocratique affirme que les médias sont indépendants, déterminés à découvrir la vérité et à la faire connaître ; et non qu'ils passent

le plus clair de leur temps à donner l'image d'un monde tel que les puissants souhaitent que nous nous le représentions. »

En effet, pendant longtemps, le débat sur la liberté de la presse s'est essentiellement focalisé, dans l'opinion publique, sur l'idée selon laquelle la censure était avant tout le fait du monde politique, le journalisme incarnant dans l'imaginaire collectif la servilité à l'égard du pouvoir.

Reconnaissons, il est vrai, que, sans pour autant remonter aux années les plus sombres des régimes totalitaires en Europe, il fût un temps – pas si lointain d'ailleurs dans d'autres régions du monde – où le pouvoir avait la mainmise totale sur l'information, qui n'était alors que le haut-parleur des dirigeants politiques.

Reste qu'aujourd'hui, la situation a évolué et que la presse entretient des relations dangereuses non plus seulement avec le pouvoir politique mais aussi, et di-

rai-je surtout, avec les puissances d'argent.

Et, à y regarder de plus près, il semble bien que, dans nos sociétés occidentales et singulièrement chez nous et nos voisins français, la relation organique des médias avec les capitaux privés constitue le véritable danger qui menace l'indépendance journalistique.

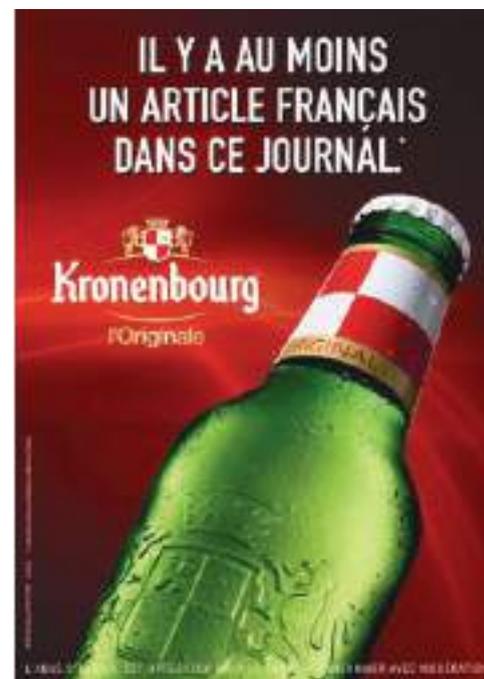
Avant d'y revenir, signalons simplement qu'en France, « Le Figaro » appartient au puissant Groupe industriel Marcel Dassault et que « Le Monde », est contrôlé à 64% par la société Le Monde libre détenue elle-même à 85 % par le duo Xavier Niel, gendre de Bernard Arnault, et Matthieu Pigasse, responsable mondial des fusions-acquisitions et du conseil aux gouvernements de la banque Lazard.

En Belgique, pour ne citer, pour l'instant, qu'un seul exemple, rappelons que les quotidiens flamands « De Standaard » et « Het Nieuwsblad » sont détenus par

VUM Media, dont les principaux actionnaires sont Ortelius, filiale à 100% de Gevaert aujourd'hui intégrée au pôle financier Almanij, qui fait lui-même partie depuis mars 2005 du groupe bancaire KBC, Synvest dont le capital appartient, quasiment à parts égales, aux sociétés à portefeuille Tradicor et Sofinim, et Ibel, détenue à 81% par la Cobepa, Compagnie Benelux Paribas.

De ce constat, on peut facilement déduire que, n'échappant pas aux lois d'un régime capitaliste, l'information est bel et bien passée sous la coupe des marchés financiers.

La concentration des médias, la fusion de la majeure partie des entreprises de presse, l'entrée dans l'actionnariat de grands capitaines d'industrie qui recherchent d'abord la rentabilité avant la qualité de l'information, la course effrénée à la publicité, sont aujourd'hui le lot du journalisme.



**PUBLICITÉ DU GROUPE BRASSICOLE ALSACIEN  
DANS L'HEBDOMADAIRE**

«  Courrier  
international »



Un phénomène qui a d'ailleurs été largement documenté par les analyses critiques de Serge Halimi en France et de Noam Chomsky aux Etats-Unis.

Pour les auteurs de « La fabrique du consentement », les médias de masse ont donc une fonction toxique pour le débat public essentiellement liée à la nature marchande de cette industrie qui situe ses intérêts dans la perpétuation du système, aussi inégalitaire soit-il.

Et il n'est pour preuve de cette évolution que la disparition, en un peu plus d'un demi-siècle, de près de la moitié des quotidiens belges, un mouvement accompagnant la mort de nombreux journaux d'opinion, appartenant généralement à la famille progressiste, de gauche - Le Peuple, Le Drapeau Rouge,... - comme de droite, La Cité, fleuron de la démocratie chrétienne et du M.O.C. Plus grave encore, cette dérive de l'information et de la communication est, aujourd'hui, initiée et soutenue par l'enseignement supérieur, lui-aussi, victime

de la marchandisation des études.

En effet, les universités et les hautes écoles doivent maintenant s'adapter aux besoins du tissu économique et social ou, plus prosaïquement, doivent se vendre aux décideurs économiques, en insistant sur l'utilité des études qu'elles dispensent et sur l'employabilité immédiate de leurs étudiants.

Car c'est précisément ce que les patrons leur reprochent, à savoir que les étudiants sont inutilisables et doivent être formés dans les entreprises, ce qui fait perdre à celles-ci du temps précieux et surtout de l'argent.

Une antienne aussi vieille que le capitalisme, à laquelle les études supérieures ne peuvent plus faire la sourde oreille mais, au contraire, montrer qu'elles sont directement opérationnelles sur le marché du travail.

UNE DU JOURNAL « LE PEUPLE »  
(1885-1998) DU 11 AVRIL 1919  
« LA CITÉ » (1950-1995) |



Professionnaliser l'enseignement supérieur devient alors une obligation, qui l'engage à une immense conversion aux valeurs managériales, dans laquelle la pensée experte issue de l'entreprise est en passe de se substituer à la pensée savante issue de l'université, au risque de remplacer une pensée critique par une pensée plus opératoire, oubliant que « rien n'est plus pratique, qu'une bonne théorie ».

Et, pour enfoncer le clou, nos décideurs européens, qui se sont fait bluffer comme des gosses saluant Mickey à Disneyland, ont, dès 1998 à travers le processus de Bologne, mis en place l'organisation d'un enseignement supérieur qui, à l'image des grandes universités privées et très, très coûteuses américaines, répond aux lois du marché.



Une évolution soutenue par maints universitaires, dont les errements scientifiques poussent à se demander comment des intellectuels, réputés de haute qualité, peuvent ainsi se fourvoyer.

Un constat accablant qui n'épargne évidemment pas la formation de ceux qui se spécialisent

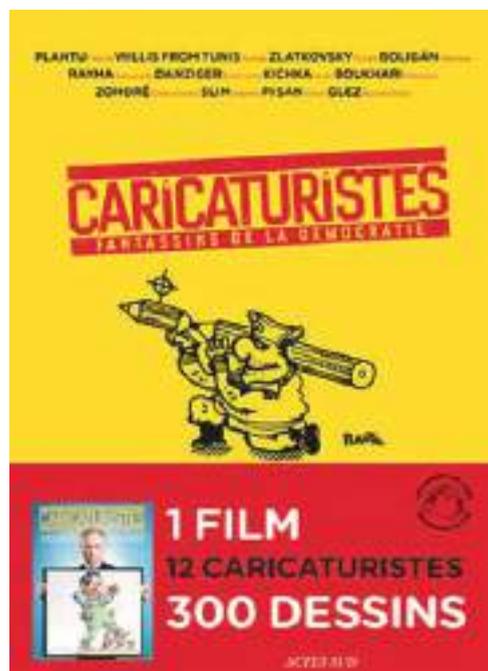
dans les SIC, les Sciences de l'Information et de la Communication, à savoir les journalistes de demain, qui subissent de plein fouet l'emprise de l'économisme dans une insidieuse dérive placée sous le contrôle des puissances d'argent.



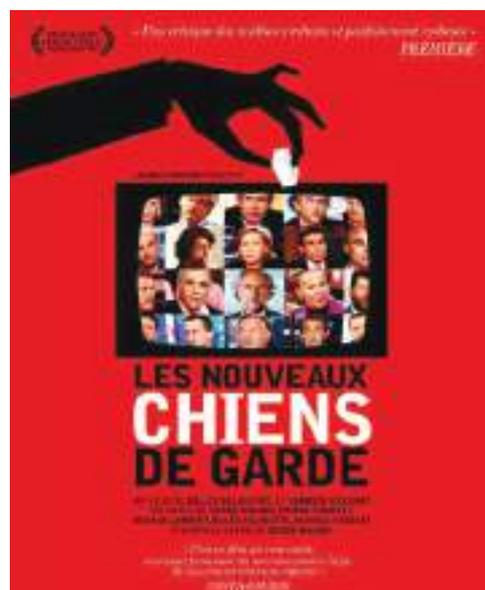
Toujours est-il, que les deux positions - favorable ou critique - formulées à l'égard des médias s'expriment régulièrement.

À l'occasion des attentats qui

ont ensanglanté Charlie Hebdo, l'éloge de la liberté médiatique a connu un regain de vigueur et un documentaire comme « Caricaturistes : fantassins de la démocratie », bien que réalisé avant les assassinats, a soudain trouvé un écho public.



Mais récemment, un autre film, « Les nouveaux chiens de garde » de Gilles Balbastre et Yannick Kergoat, consacrant la formule célèbre de Serge Halimi, dénonçait la complaisance politicienne des éditorialistes de la presse française et nourrissait franchement le reproche aux médias d'être des instruments.



On le voit, le jugement sur les médias balance souvent d'une approche à l'autre. Défenseurs de la démocratie ou porte-paroles des pouvoirs ?

De là à nous interroger sur le devenir d'une presse réellement indépendante et d'une information de qualité, il n'y a qu'un pas que je vous invite à faire en notre compagnie durant ce dernier quadrimestre 2019.

## 1. ENTRE LA VOCATION ET LES CONTRAINTES.

Bien souvent, c'est en fonction de l'information proprement dite que les opinions se forment. Telle caricature transgressive qui fait réagir un politicien, telle phrase non coupée au montage, telle mise en exergue de la chemise déchirée d'un PDG en pleine campagne de licenciements, telles images d'une

poubelle qui flambe à l'occasion d'une manifestation qui mobilise des dizaines de milliers de grévistes... autant de symptômes de l'une ou l'autre approche. Mais c'est de manière plus invisible que les forces qui pèsent sur l'indépendance journalistique s'opèrent car le métier de journaliste est écartelé entre plusieurs contraintes.

D'une part, la formation supérieure qui l'encadre et les associations qui le structurent posent en préalable des valeurs clés : indépendance, objectivité, rigueur,

etc. De nombreux prix prestigieux consacrent les enquêtes les plus audacieuses et les journalistes qui, précisément, contredisent les pouvoirs. De temps en temps, les médias sont crédités d'une couverture qui réussit à bouger les lignes de l'opinion et, subséquemment, du politique. En septembre 2015, l'image du cadavre du petit Aylan aura électrifié le regard posé à la fois sur le drame syrien et sur le sort de ceux qui se jettent à travers la Méditerranée sur les frontières européennes.



LE PETIT AYLAN KURDI, JEUNE GARÇON SYRIEN D'ORIGINE KURDE, MORT NOYÉ EN 2015, À L'ÂGE DE 3 ANS, SUR UNE PLAGE TURQUE.

Par ailleurs, l'image d'une camerawoman hongroise frappant des réfugiés qui fuient une intervention policière musclée aura largement suscité la désapprobation et conduit à son licenciement.



**PETRA LASZLO EN ACTION À LA FRONTIÈRE  
SERBO-HONGROISE EN SEPTEMBRE 2015.**

Le journaliste se doit, d'une certaine manière, à cette réputation contestataire, il doit appuyer là où ça peut faire mal. Il n'est pas

douteux que ceux qui s'engagent dans cette profession soient animés, peu ou prou, de l'intention d'œuvrer en ce sens.

Comment alors peut-on imaginer qu'une profession ainsi orientée puisse devenir le garant du pouvoir ? À défaut d'une pression politique directe et d'une menace explicite, certains mécanismes du rapport entre le pouvoir et la presse encadrent l'exercice de la profession et sa liberté. Prenons en trois dimensions : l'agenda setting, l'accès à l'information et les aides à la presse.

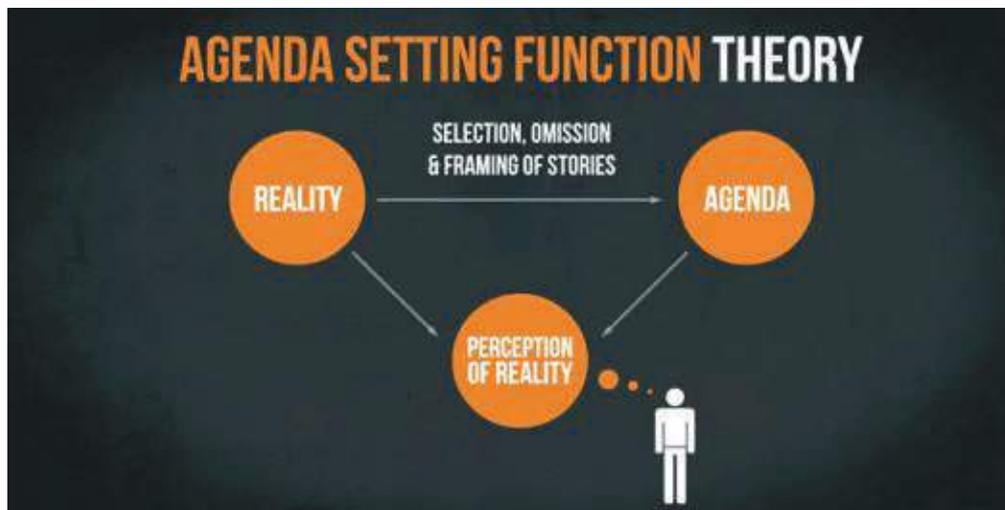
## **2. LES ENJEUX DE L'AGENDA SETTING.**

La notion d'agenda setting, qu'on pourrait traduire par « mise à l'agenda », désigne l'idée que l'influence des médias sur l'opinion ne dépend pas tant de l'orientation qu'ils donnent aux

informations que de la hiérarchie et de la fréquence des sujets qu'ils traitent.

En accordant une priorité à tel thème, les médias le mettent au cœur de l'attention et imposent au public d'y réfléchir et aux politiques de se positionner. L'enjeu de cet agenda consiste autant à identifier le sujet du moment qu'à marginaliser d'autres actualités.

La couverture de la noyade du petit Aylan l'illustre bien : une photo est publiée, elle suscite de l'émotion, dans la foulée le sujet s'impose à toutes les rédactions obligeant les hommes politiques à prendre position. Conçu dans les années 1970, l'importance de ce mécanisme a depuis été relativisée. Cependant, quelle que soit l'influence réelle de l'agenda sur l'opinion, le monde politique s'en inquiète et s'investit dans sa construction (ce qu'on appelle l'agenda building).



LE CONCEPT D'AGENDA-SETTING DÉVELOPPÉ PAR LES CHERCHEURS AMÉRICAINS  
MAXWELL MCCOMBS ET DONALD SHAW, EN 1972.

Le contexte contemporain et l'évolution du cadre démocratique imposent aux pouvoirs de ne plus faire appel aux vieilles recettes de la propagande d'État. Les médias ne peuvent être contraints de faire passer un discours bien précis, il faut donc trouver des méthodes moins directes pour toucher le public. Un État, un

parti, voire un homme politique, et plus largement tout qui cherche à promouvoir un sujet, se dote donc des moyens pour influencer les priorités des médias. Désormais, la communication politique est au cœur du quotidien et est d'ailleurs enseignée au même titre que le journalisme par les écoles de communication. Les conférences

de presse, les sorties médiatiques, jusqu'aux comptes twitter des politiciens constituent des outils récurrents pour imposer le sujet dont il faudra parler et en orienter les termes.

Dans les cabinets, le rôle de communicant est devenu indispensable et il est frappant d'y retrouver beaucoup de journalistes passés « de l'autre côté », souvent temporairement, appréciés qu'ils sont pour leurs compétences professionnelles, mais suscitant des doutes quant à leur objectivité s'ils reviennent aux médias.

### 3. PRÉCAIRE ET ACCROC À LA COMMUNICATION POLITIQUE.

Le rôle de la communication politique est notamment de fournir aux journalistes les sujets, les contenus, voire « les éléments

de langage » qui alimenteront leur travail. En théorie, les médias recourent les informations, les placent sous une perspective critique, offrent la parole aux opposants, bref, font un travail d'enquête. Toutefois, recouper et traduire l'information nécessite du temps et des moyens dont les médias sont de moins en moins dotés. Au fil des années, le métier s'est alourdi d'une série de tâches techniques et le volume des travailleurs d'une rédaction est à la baisse. Aujourd'hui, être salarié par un groupe de presse est un statut qui se raréfie. Un contributeur sur cinq est un travailleur indépendant, un pigiste payé à la ligne de texte, au signe ou à la photo. Peu importe finalement le temps passé à rédiger un article. Pour vivre décemment, il faut produire beaucoup et travailler vite. Selon les témoignages recueillis par l'AJP, un pigiste est parfois payé de 10 à 20 euros nets pour un seul article et plus de la moi-

tié d'entre eux ne parvient pas à gagner plus de 2300 euros bruts mensuels.

Les meilleures intentions d'objectivité du monde concurrencent difficilement la facilité qu'offre un dossier de presse complet, donnant une impression de sérieux, suggérant quelques chiffres qui frappent l'imagination et qui constitueront des amorces de titre. Une conférence de presse devient un événement en soi. Le récent « tax shift » du gouvernement fédéral qui promet « 100 euros nets » à la plupart des travailleurs l'illustre facilement. La formule dispensée de la bouche des décideurs est devenue le slogan de l'exercice budgétaire, vu, lu et entendu sur tous les médias du pays. Même si à l'examen, les choses sont moins évidentes, et prêtent le flanc aux critiques de l'opposition, nettement moins relayées, la séquence médiatique aura érigé la formule gouvernementale en étendard des mesures.



LE TAX-SHIFT À LA UNE DE RTL INFO.

Une pratique incarne à elle seule toute l'ambiguïté du rapport entre politiques et journalistes : le « off the record ». L'expression désigne toutes les informations dispensées par une source, généralement un responsable politique, qui exige que cette information ne soit pas communiquée en son nom ou telle quelle.

L'intérêt du « off » pour le journaliste est d'accéder à une parole débarrassée des contraintes du «



politiquement correct » ou à des informations discrètes qui éclaireraient une situation : « officiellement je vous dis que mais en off, tout laisse à penser que... ». Ainsi conforté, le journaliste peut se permettre d'orienter son compte-rendu dans une direction mieux étayée, évoquant « un membre du parti qui nous a dit que... » ou de faire sienne une analyse provenant en réalité de sa source. Le risque du « off » réside dans l'instrumentalisation du journaliste par une source qui cherche à orienter l'information. La vigueur de cette règle déontologique - respecter le secret du « off » - lorsqu'elle s'applique aux politiques incarne à elle seule le rapport de dépendance.

Le risque de ne pas respecter le off est tout simplement de se voir coupé d'une source et exclu des bénéficiaires de la communication politique. Si le principe du « off » est intrinsèque à la protection des sources, il s'est érigé au

fil du temps en pratique inhérente au journalisme politique et son usage est largement déploré par les défenseurs d'un journalisme plus incisif ou libéré du « suivisme ».

## 4. FINANCER ET POSSÉDER LES GROUPES DE PRESSE.

La précarité du métier de journaliste constitue un terrain fertile à son instrumentalisation par ceux qui disposent des moyens d'élaborer une stratégie de communication efficace. Mais à l'échelle des organes de presse, le contexte financier constitue aussi un levier sur l'indépendance.

Si on exclut les services publics, qu'incarnent les chaînes de la RTBF, qui dépendent totalement du politique quant à leur financement et à la définition de leurs missions, qui précisent cependant une indépendance éditoriale, les médias d'information

privés misent sur le financement public pour affronter la crise qui les frappe depuis longtemps. Ainsi, en région Wallonie-Bruxelles, plus de sept millions d'euros sont distribués en aides directes aux six titres de presse quotidienne reconnus. Si cette aide représente une petite portion du budget, moins de 3% dans le cas du Soir par exemple d'autres mesures publiques soulagent les budgets de la presse : une TVA à 0% qui réduit considérablement le prix à la vente et des tarifs postaux préférentiels.

Si c'est la publicité qui constitue l'essentiel des revenus, pour la moitié de ceux du journal Le Soir, et non la vente des journaux, l'ensemble de ces mesures constituent un soutien non négligeable que les pouvoirs publics justifient au nom de l'existence d'une presse indépendante et pluraliste. Cette aide publique constitue-t-elle un levier d'influence du politique sur les médias ? A titre direct,

sans doute que non. Régulé par les lois qui encadrent les aides, le soutien dépend de critères objectifs (nombre d'employés par exemple) qui rendent difficile une sanction idéologique. En revanche, il risque de fausser la concurrence entre de nouveaux prétendants non bénéficiaires et ceux qui sont déjà soutenus, défavorisant indirectement l'émergence d'alternatives.

Mais l'indépendance structurelle est surtout mise en péril par la nature capitaliste de la presse elle-même. En effet, c'est de la part des propriétaires des capitaux qu'on craint le plus d'ingérence. Quel intérêt aurait un industriel ou un financier de posséder des titres de presse qui tiendraient des propos qui questionneraient, par exemple, l'inégalité entre riches et pauvres ou, plus pragmatiquement, qui publieraient des enquêtes sur des pratiques dans lesquelles les actionnaires ont des intérêts ?

Alors, la presse à la botte du pouvoir économique, un fantasme ? Hélas, non, les quelques exemples que nous relevons ici de l'intrusion des puissances d'argent dans le journalisme, ne représentent, en fait, que quelques icebergs dans une mer de glace.

En France, en 2008, alors que les critiques pleuvent sur le train de vie « bling bling » du président Sarkozy et sur son entourage, « Le Figaro » modifie la photo de Rachida Dati, alors ministre de la Justice dans le gouvernement Fillon, en faisant disparaître une bague qu'elle porte au doigt, d'une valeur, excusez du peu, de 15.000 euros. Mentionnons simplement que le plus ancien journal français, de tendance libérale et conservatrice, appartient à Serge Dassault, industriel et ami personnel du président.

Autre exemple : en mars 2016, les journalistes du « Parisien »

publient un communiqué pour dénoncer la censure dont ils font l'objet dans leur rédaction, suite à la parution d'un article sur le film « Merci Patron » de François Ruffin, qui met à mal l'image de Bernard Arnault, propriétaire du puissant groupe LVMH, actif dans

l'industrie du grand luxe, un secteur dans lequel l'image est particulièrement importante. Faut-il préciser qu'Arnault est aussi propriétaire et du « Parisien » et des « Echos » ?

Et c'est sans compter sur Arnaud Lagardère, principal ac-



tionnaire de « Paris-Match », que Sarkozy considère comme son « frère », et qui est soupçonné par certains journalistes, sous couvert d'anonymat, d'avoir bloqué en 2007, la publication d'un article du « Journal du dimanche » indiquant que Cécilia Sarkozy, l'épouse du président de la République nouvellement élu, n'était pas allée voter au second tour de l'élection présidentielle.

En France toujours, le patron de Canal+, Vincent Bolloré, ce serait ainsi illustré par la censure d'un documentaire gênant pour le Crédit Mutuel avec lequel il aurait de bonnes relations.

Enfin, rappelons que de 2005 à 2008, Arnaud Lagardère est membre du conseil de surveillance du quotidien de référence, le plus lu dans l'hexagone, « Le Monde », dont les actionnaires principaux sont Xavier Niel, gendre de Bernard Arnault – comme le monde est petit – et Mathieu Pigasse, banquier chez

Lazare.

Quant à la Belgique, qu'il nous suffise de rappeler « l'Affaire Médor » pour illustrer cette intrusion du monde économique dans le monde des médias.

En 2015, ce nouveau « magazine trimestriel d'enquête et de récits » s'apprête à lancer son premier numéro, dont l'édito, rappelle de manière tout à fait prémonitoire que « La crainte des procès en diffamation, le coût des procédures et, en cas de condamnation, le montant des sommes exigées en réparation du dommage subi, constitue, bien plus que le pouvoir de l'Etat, une des principales formes de censure qui pèsent aujourd'hui sur la presse des pays démocratiques ».

Prémonitoire cet avertissement, car alors que, dans ce premier numéro, devait paraître une enquête de David Leloup, intitulée « Le goût amer des pilules de Mithra », du nom de ce fleuron de l'industrie pharmaceutique wallonne,



The logo for 'nethys' is written in a dark blue, lowercase, rounded sans-serif font. It is positioned on the left side of the page, flanked by two vertical orange bars.The logo for 'IPM GROUP' features the letters 'IPM' in a large, bold, blue font inside a blue rectangular frame. Below the frame, the word 'GROUP' is written in a smaller, blue, uppercase font. Underneath the entire logo, the phrase 'Media Today' is written in a small, blue, sans-serif font.The logo for 'GROUPE ROSSEL' consists of the word 'GROUPE' in a small, grey, uppercase font above the word 'ROSSEL'. The 'O' in 'ROSSEL' is highlighted in a bright green color, while the other letters are in grey.

par ailleurs largement bénéficiaire d'aides publiques, article qui dénonçait, notamment, des conflits d'intérêts au sein de l'entreprise et une pratique de délocalisation fiscale, Mithra tente d'interdire la publication du magazine.

Très largement dénoncée par l'Association des journalistes professionnels et la Ligue des droits de l'homme, la condamnation de Médor, prononcée par le tribunal, est annulée par la juridiction de première instance de Namur, qui s'appuie sur un arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme.

Cet arrêt stipule, en effet, que l'intervention d'un juge pour suspendre ou interdire préventivement une publication est en principe illégale en Belgique.

Il n'empêche que de tels risques ne sont pas virtuels et que le magazine avait eu chaud.

Devenu emblématique des enjeux de la concentration des groupes de presse aux mains des financiers, cet épisode souligne

une problématique qui ne se limite pas à la France. Les titres de presse quotidienne belges francophones sont intégrés par leur maison d'édition à seulement trois groupes industriels différents : Rossel (Le Soir, L'écho, Sud Presse), IMP (La Libre, la Dernière Heure) et Nethys (Vers l'Avenir), qui ont chacun leurs intérêts dans d'autres secteurs de l'économie.

Le cas de Nethys, le groupe derrière l'opérateur Voo, préoccupe d'ailleurs par la nature de son statut, celui d'être une intercommunale (anciennement Tecteo) où siègent des mandataires politiques.

Quelle garantie ont les lecteurs du Vers l'Avenir que ces propriétaires n'interviennent pas dans la ligne éditoriale sinon l'affirmation d'indépendance de la rédaction ?

Enfin, l'importance des revenus publicitaires constitue à elle seule un risque. Un annonceur privé aurait-il intérêt à promou-

voir ses produits dans un média qui, par ailleurs, enquêterait sur le bien-fondé de ses qualités ? En France, le groupe Volkswagen aurait ainsi menacé les titres de presse de retirer une campagne de publicité si le scandale lié aux fraudes à la pollution était l'objet d'une couverture.

Les organes de presse qui travaillent dans un environnement économique garanti par les pouvoirs publics, les groupes financiers et les entreprises privées se défendent d'une perte d'indépendance. Toutefois, cette situation est largement questionnée et sert précisément de point d'appui à ceux qui déplorent une connivence médiatique avec les pouvoirs politiques et économiques. C'est également ce constat qui sert d'argumentaire aux éditeurs qui se proclament « réellement indépendants » parce qu'ils ne sont pas détenus par des « grands industriels », ne contiennent pas de publicités ou ne profitent pas

d'aides publiques.

C'est par exemple le plaidoyer de Serge Halimi du Monde Diplomatique pour en appeler aux abonnements des lecteurs. C'est aussi l'esprit du magazine belge 24h01 : « De son côté, afin de se libérer de toute pression que les annonceurs pourraient faire pe-

ser sur la ligne éditoriale de notre revue, celle-ci n'y accueillera aucune forme de publicité que ce soit. »

C'est d'ailleurs l'approche de Médor, nouveau venu dans le paysage belge, qui proclame son indépendance et son sérieux en s'appuyant notamment sur la na-

ture coopérative de sa structure d'édition qui devrait l'affranchir de la pression d'un groupe financier : « Nos "Rupert Murdoch" sont des centaines de coopérateurs. »

## 5. LE JOURNALISME COMME LA SOCIÉTÉ CIVILE.

Aux côtés des rares incursions des pouvoirs dans la ligne éditoriale – et qui se retournent souvent contre ses initiateurs – la question de l'indépendance journalistique doit s'évaluer à la lumière des facteurs qui la défavorisent.

Les contraintes financières, les conditions de travail et le rapport avec les sources politiques ou expertes sont les chevaux de Troie de l'ingérence des intérêts particuliers ou partisans.

D'une certaine manière, si les médias garantissent la démocratie et soutiennent l'existence de la société civile, ils incarnent bien l'am-



bigüité qui peut exister entre le pouvoir et ceux qui se conçoivent comme son contrepoids.

Comment en effet, garantir l'indépendance et l'esprit critique lorsque par ailleurs, ils se nouent des relations de dépendances autour de certaines ressources, qu'elles soient sous forme d'argent, d'information ou juridique ?

Comment dénier à ceux qui dispensent ces ressources une forme de réciprocité ?

Au-delà des médias, c'est plus généralement la contrainte dans lesquelles se retrouve régulièrement le monde associatif subsidié lorsqu'il voit son agenda conditionné par les calendriers des subventions, les thèmes qui ont les faveurs financières du moment et les inspirations ponctuelles des ministres de tutelle. Alors, un combat encore à mener ?

EDWY PLENEL

# COMBAT POUR UNE PRESSE LIBRE

GALAARD  
— AUTEUR DE VUE

LE MANIFESTE DE MEDIAPART

LE PROJET « LA PRESSE LIBRE »,  
DE NEXT IMPACT ET D'ARRÊT SUR IMAGES,  
ET MEDIAPART.

Daniel Sclavon, en synthèse de l'article « Entre liberté et dépendance, les médias sur le fil » de Daniel Bonvoisin, professeur invité à l'Institut des Hautes Etudes des Communications Sociales IHECS, et des livres « La communication n'est pas une marchandise » d'Yves Winquin, professeur à l'Ecole Normale Supérieure de Lyon, « Là où commence la censure » de Pierre-Arnaud Perrouty, directeur de la Ligue des Droits de l'Homme et « L'information sous contrôle » de Geoffrey Geuens, doctorant en information et communication.



# TO BE OR NOT TO BE ON FACEBOOK:

À PROPOS DE CE NOUVEAU SYMBOLE DE LA COMMUNICATION.

## 1. A PROPOS DE FACEBOOK...

Je n'ai pas lu le dernier Harry Potter. Aucun, d'ailleurs. Je n'ai toujours pas vu « Bienvenue chez les Chtis ». « Le Seigneur des anneaux » autant que « Star Wars » sont des trilogies qui me laissent froid ! « Un brontosauve ? » direz-vous peut-être ! Mais non, car je suis sur Facebook ! Et ça, vous l'avouerez,

ça rattrape tout le reste, non ?

Car, aujourd'hui, on ne parle plus que de ce réseau social qui est né à Harvard le 4 février 2004, à l'initiative de cet étudiant de 23 ans nommé Mark Zuckerberg. D'abord réservé aux seuls étudiants de l'université, puis étendu à quelques autres universités américaines et canadiennes, le site s'est ouvert à tous le 26 septembre 2006.

On dit même que, depuis son ouverture au grand public, ce ré-

seau social en ligne est le plus grand au monde et ne cesse de gagner constamment de nouveaux membres, avec une croissance exponentielle, qui atteint au 1er trimestre 2018, selon les chiffres publiés par le site, 2,2 milliards d'utilisateurs actifs mensuels, dont 241 millions en Amérique du Nord, 377 millions en Europe, 873 millions en Asie et 705 millions répartis dans le reste du monde.

Quant à ses résultats financiers,



**DANIEL SCLAVON, RÉDACTEUR DU LIEN**

ils sont affolants avec, en 2017, un chiffre d'affaires annuel de 40,6 milliards de dollars, un bénéfice annuel de 15,9 milliards et une valeur marchande estimée, à tort ou à raison, à plus de 487 milliards, alors qu'elle n'en valait que 104 lors de son introduction en bourse le 18 mai 2012.

Une passion mondiale, qui n'est pas le fruit du simple hasard.

On le sait, Facebook n'est en principe rien d'autre qu'une plate-forme gratuite en ligne qui connecte les utilisateurs du monde entier sous forme de réseau et c'est, sans doute, cette apparente simplicité qui lui permet de développer son audience, y compris hors de ses frontières originales, et notamment dans les continents asiatique et africain.

## 2. POURQUOI CET INTÉRÊT MASSIF ?

Pourquoi cette adhésion partagée ? Pourquoi, dans nos régions, ce réseau social plutôt qu'un autre ? Le point sur la question.

De nombreuses raisons amènent le citoyen à rejoindre un réseau social : le désir d'être en contact avec d'autres, de se sentir appartenir à une société, de se tenir au courant des derniers potins. Même si la plate-forme sert parfois à mettre en scène le réseau professionnel de son utilisateur, de manière générale, la consommation facebookienne reste relativement privée.

En effet, les réseaux sociaux en ligne, dont Facebook fait partie, auraient une caractéristique commune : ce qui rend les réseaux sociaux uniques n'est pas le fait qu'ils permettent aux individus de

rencontrer des inconnus, mais plutôt le fait qu'ils offrent aux utilisateurs une articulation et une visibilité de leurs réseaux sociaux. L'articulation « virtuelle » de réseaux en ligne suppose quelque part d'avoir un réseau social au préalable, car même si certaines exceptions existent, (...) la plupart des réseaux sociaux développent avant tout des relations sociales pré-existantes.

Facebook, lui, est un réseau social en ligne dont le principe de base repose sur l'invitation de personnes. Il s'agit donc d'inviter des membres existants de Facebook à intégrer son propre réseau. Cette démarche spontanée de l'utilisateur est également facilitée par le système lui-même,



tel qu'il est conçu. Facebook offre en effet les caractéristiques techniques pour rapprocher deux membres (que nous nommerons A et B) qui auraient des amis en commun. Facebook va suggérer à A de rajouter B comme ami puisqu'il a « x » amis en commun avec B. Ainsi, au plus un membre se verra avoir des amis en commun avec une personne « B », au plus fréquemment il recevra des suggestions à rajouter cette personne « B » dans son réseau parce que plus grande sera la probabilité qu'il connaisse cette personne.

De cette manière, le réseau a

social en ligne prend naissance du réseau social hors ligne (autrement dit du réseau « de la vraie vie »). A l'exemple de Facebook, le réseau social formé en ligne via la plate-forme constituerait ainsi une forme de représentation plus ou moins réaliste du réseau social préexistant « in real life ». Il serait plus ou moins autonome ou émancipé par rapport au réseau réel. Facebook serait en effet conçue comme une plate-forme « utilisée pour maintenir des relations hors ligne existantes ou pour renforcer des connexions hors ligne, plutôt que pour la rencontre de nouvelles personnes. Ces relations, même s'il peut s'agir de liens faibles, sont systématiquement basées sur un élément commun hors ligne entre des individus qui deviennent amis. Citons à cet effet la fréquentation, par exemple, d'une même classe ou d'une

même école.

La force de Facebook résiderait donc dans sa capacité à regrouper dans un même espace des outils numériques déjà existants, mais sous forme de réseau social. Facebook offre ainsi la possibilité de se présenter à travers une page de profil (ce qui, il y a 10 ans, était un ingrédient du succès des Skyblog auprès des adolescents), de partager des fichiers tels que des photos, vidéos, articles, musicales (à l'instar YouTube, Wikipédia ou MySpace). Facebook met en œuvre d'autres outils de socialisation : la création d'événements, de groupes de discussion, la messagerie instantanée (rappelons-nous de MSN Messenger), l'envoi de messages privés (sorte de boîte mail bien connue depuis l'arrivée d'Internet). Quelles que soient les causes de l'adhésion à Facebook, quels que soient sa diffusion et son usage, Facebook renvoie aujourd'hui à « réseau social » pour le com-



mun des mortels.

Il serait en effet le deuxième site le plus visité au monde après Google et le réseau social le plus fréquenté, suivi de Twitter et de LinkedIn, selon de bonnes sources.



Et surtout, selon une récente enquête, avec un taux de notoriété de 95 %, Facebook serait dans nos régions le réseau préféré, suivi de Youtube qui enregistre un taux de 92 %. Twitter, malgré une notoriété en forte croissance et une bonne couverture médiatique n'aurait accru sa fréquentation que d'un point en un an. L'enquête montre également une progression des réseaux sociaux professionnels. Viadeo, et LinkedIn

en tête, avec 25 % de notoriété. De son côté, MySpace voit sa cote tomber à 63 %.



### 3. MAIS, EN RÉALITÉ, C'EST QUOI UN RÉSEAU SOCIAL ?

Les échanges entre personnes, via le net, utilisent depuis la première heure, des outils de communication qui n'ont cessé d'évoluer vers plus de connectivité. Initialement, chaque usage était séparé. Chat, email, forum... réclamaient chacun un logiciel spécifique.

L'étape actuelle, celle des réseaux sociaux, consiste en l'utilisation régulière (pour certains,

#No

The Facebook logo is displayed in white lowercase letters on a dark red background.The Friendster logo features the word "friendster" in a white, rounded, lowercase font, set against a green, cloud-like shape.

c'est une fois par jour, mais pour d'autres, cela peut aller jusqu'à la connexion en temps réel...) d'une interface qui permet simultanément la présentation personnelle des abonnés via une page profil, l'usage d'une messagerie interne au réseau, la capacité de participer à des forums et de partager des ressources (photos, vidéos, fichiers) au sein d'une communauté d'utilisateurs, privée ou publique, et dédiée ou non à une thématique.

Ainsi, à côté des grands réseaux sociaux célèbres (Facebook donc, mais aussi Friendster, MySpace, ...), il en existe de très confidentiels, auxquels vous n'adhérez que si vous êtes invités par un membre, et où l'on ne débat que de problématique spécifique... ce qui fut longtemps le propre des « communautés virtuelles en ligne ».

Au sein des réseaux sociaux, Facebook décline un concept très original. Au départ, Mark Zucker-

berg s'est plu à proposer un outil d'agrégation entre les promus de son université. Au « book » que l'on publie classiquement avec les trombines de tous ceux qui appartiennent à la promotion d'une année d'étude, Mark Zuckerberg a substitué une version en ligne. Le concept a fait fureur au sein d'autres universités avant de se développer d'une manière beaucoup plus libre dans d'autres milieux.

Le phénomène n'est pas nouveau : MySpace, initialement créé dans le monde de la musique pour permettre à des groupes de se présenter et promouvoir leurs productions, s'est lui aussi, vu dé tourné au profit d'un large public d'individus, cette fois, désireux de faire leur propre promotion.

#### 4. FACEBOOK, FRIENDSTER, MYSPACE : MÊME COMBAT ?

Oui, en quelque sorte, tous ces réseaux sociaux sont des outils de relations publiques. Aujourd'hui, on s'expose de plus en plus... Tout le monde veut, d'une certaine façon « passer à la télé », devenir « Star d'un soir ». Internet revendique donc sa part de médiatisation, tout autant que le petit écran... Et c'est drôlement plus simple. Il suffit en effet de s'inscrire soi-même. C'est gratuit. Et on n'est jamais refusé au casting.

Qu'est-ce qui fait alors la différence entre tel ou tel réseau ? On ne peut nier la « tendance du moment » qui vous fera plutôt choisir celui-ci que celui-là. MySpace a été l'incontournable pendant tout un temps... mais l'interface était orientée musique et tout le monde n'est pas musicien ! Facebook autorise d'autres usages, pas néces-

sairement plus attractifs... mais voilà... le marketing aidant, et la forte médiatisation dont il a fait l'objet, ont rendu Facebook plus célèbre.

Il y a eu dès lors migration... Jusqu'à ce que se produise prochainement une nouvelle vague vers un nouveau support branché qui offrira d'autres potentialités auxquelles on ne songe pas encore aujourd'hui.

Car c'est là le défi des réseaux : parvenir à maintenir l'attrait des membres. Pressentir et développer les nouveaux usages. Incorporer chez soi, plutôt que de laisser se développer ailleurs, les nouvelles applications logicielles qui continueront d'accrocher l'internaute curieux. C'est d'ailleurs la force et la faiblesse de Facebook : les jeunes développeurs d'applications courent derrière la notoriété du réseau. Ils cherchent à s'y faire un nom et à pomper du système tout ce qu'ils peuvent pendant qu'il est porteur... Mais



ils sont contraints de réaliser leur développement selon la technologie spécifique de Facebook dont les spécialistes disent qu'elle n'est pas très ouverte. Viendra bien un moment où certains d'entre eux feront cavaliers seuls pour proposer un nouvel univers.

## 5. UN ARTEFACT CULTUREL.

Facebook est devenu un artefact culturel (entendu comme un objet créé par l'homme et qui fournit des informations sur la culture de ses inventeurs et utilisateurs) incontournable. La plate-forme est devenue un produit utilisé quotidiennement et est davantage même un sujet de conversation, prenant sa place parmi d'autres sujets ordinaires, surtout chez les

plus jeunes : Facebook est « culturel » parce que « monsieur-tout-le-monde en parle, y pense, l'imagine ». « As-tu vu sur Facebook la vidéo scandale de... ? », pourra-t-on entendre chez les passionnés de la vie intime des stars. « Facebook entre en Bourse », informeront les médias préoccupés par la montée en puissance économique des Réseaux. « Je n'aime pas que mon enfant passe son temps sur Facebook », s'inquièteront quelques parents. Quel que soit le degré d'implication, le niveau d'intérêt ou de consommation de Facebook, que l'on soit « pour » ou que l'on soit « contre » la plate-forme, une reconnaissance commune de son existence, une définition partagée de ses usages et effets culturels apparaît.

C'est ce qui en fait un « artefact culturel » : on peut utiliser le concept pour y penser ou utiliser le mot (image, dessin, sculpture...) comme signe ou symbole à propos duquel on peut s'exprimer à

d'autres gens, dans une variété de contextes différents, même si on n'en a jamais possédé ou manipulé un. Facebook est aussi « culturel » parce qu'il est associé à certains types de publics (...) à certains lieux puisque qu'on peut lui projeter un profil social ou une identité. Pour beaucoup, Facebook connotera « jeune », « à la mode », « innovateur »...

## 6. LE RÉSULTAT DE LA MONDIALISATION.

La « mondialisation » dont Facebook fait l'objet renvoie à deux dimensions.

La première est la dimension matérielle. Pour beaucoup d'entre nous, Facebook est devenu l'un des principaux outils utilisés quotidiennement pour communiquer et ce, dans le monde entier. Facebook, tout comme le courrier postal, le courrier électronique,

les téléphones, MSN, est un bien de consommation utile à la communication interpersonnelle qui a su s'exporter dans le monde entier. Facebook est un bien disponible sur Internet et c'est la banalisation de l'accès à Internet qui a, en grande partie, aidé le réseau social à se développer si rapidement.

Si les citoyens du monde entier peuvent se connecter à partir de chez eux, de leur travail, 50% de tous ces utilisateurs le feraient via leur smartphone, ce qui rend Facebook disponible en tout temps et en tout lieu, et même d'une certaine manière hors de contrôle, a fortiori parental. De plus, la plateforme est entièrement gratuite, ce qui en favorise davantage l'utilisation massive, notamment par les plus jeunes. Tout individu ayant accès à Internet a donc accès au réseau social, et ce, en 70 langues !



À l'exclusion de l'accessibilité, comme la plupart des sites collaboratifs représentatifs du web 2.0., aucune connaissance/compétence spécifique en informatique n'est requise pour utiliser la plate-forme. L'aisance technique de Facebook en favorise davantage encore son utilisation massive parmi les tranches les moins averties de nos populations.

Facebook s'intègre enfin dans un cadre technique immatériel dégagé des contraintes géographiques qui a autorisé dès sa création le développement de l'utopie de l'ouverture aux autres individus, aux autres cultures.

Dans une société globalisée, on ne parle pas de monde mais de village où le citoyen d'une nation devient le citoyen du monde. Comme nous l'avons vu en



chiffres, Facebook, d'origine américaine, ne compte que 25% de ses membres qui sont américains. Puisqu'il s'agit de membres actifs, on peut facilement imaginer comment Facebook s'est introduit dans leurs vies et comment un média à couverture locale a très vite obtenu une couverture internationale.

## 7. LA PRESSION SOCIALE DE L'UTILISATION.

Deux grandes raisons amèneraient les gens à rejoindre Facebook : la pression des pairs et l'envie d'être à la mode.

La pression des pairs serait le tout premier facteur d'adhésion. 85% des utilisateurs confient en effet que leur première motivation à rejoindre le réseau social provient du fait qu'un ami l'a suggéré.

Nous l'avons vu plus haut, Facebook, utile pour rapprocher

en ligne des connaissances rencontrées hors ligne, produirait un certain « effet boule de neige ». Une fois membre de Facebook, l'utilisateur serait fortement disposé à le suggérer à d'autres afin d'enrichir son réseau en ligne.

Un deuxième facteur, à connotation plus globale/mondiale cette fois-ci, serait à l'origine de l'adhésion Facebookienne. La deuxième motivation choisie fréquemment par 49% des répondants seraient « tous les gens que je connais sont sur Facebook ».

Nombreux sont les utilisateurs qui témoignent d'un sentiment d'angoisse à l'idée de se retrouver « exclus » de la société. Les utilisateurs déclarent en effet le besoin d'être au courant de tout « événement social ». Ne pas adopter Facebook signifierait être exclu de son réseau de relations amicales.

Davantage encore, selon une étude menée par l'université d'Edinburgh, une majorité écrasante des personnes interrogées

ont déclaré que la meilleure chose concernant Facebook est le fait de rester en contact. Mais un grand nombre a également déclaré craindre de rater d'importantes informations sociales s'ils quittaient le site. La nécessité de poster des informations divertissantes ou de jongler avec les différents types de contact est également citée comme étant un facteur de stress, tout comme le sentiment de paranoïa ou la jalousie que peut provoquer le mode de vie des autres.

Le stress lié à Facebook augmenterait en fonction du nombre d'amis en réseau. Les résultats de l'étude mettent en lumière quelques beaux paradoxes : s'il y a bel et bien une grande pression pour être sur Facebook, on observe une ambivalence considérable concernant les avantages pour l'utilisateur. 12% des interrogés éprouvent une certaine anxiété vis-à-vis de Facebook. Ces angoissés ont, en moyenne, 117 « amis ». Les 88% restant ne se montrent pas



anxieux, et ont en moyenne 75 « amis ». Dans un autre ordre d'idée, 32% avouent ressentir gêne et culpabilité lorsqu'ils refusent une demande d'amitié sur le réseau social, 63% retardent le moment de la validation et 10% expliquent ne pas aimer recevoir de nouvelles demandes.

Lorsqu'on veut rester à la page, il devient difficile, voire inconcevable, de se détacher entièrement du réseau. Ainsi, certains utilisateurs vont même jusqu'à rapporter une certaine dépendance : « Facebook offre la possibilité de s'assurer qu'on ne loupe rien ».

## 8. UN EXEMPLE : « HAPPÉE COMME DANS UN « TROU NOIR ».

« Clic » qui fait de l'animation de jeunes autour de la problématique des blogs a elle-même dû subir les assauts de son entourage qui lui reprochait de ne pas s'être encore inscrite. Elle a donc entrepris une expérience de 40 jours (et de 40 nuits - normal !), se promettant bien de n'y pas souscrire plus longuement... Que voulez-vous, on ne parle bien que de ce qu'on connaît et qu'on pratique un peu, non ? Alors, pour suivre les conversations des jeunes et les guider dans cet univers impitoyable... fallait bien essayer. Mais voilà... après y avoir goûté, il semble que Clic n'en démorde pas. Bien qu'elle affirme ne pas trouver grande utilité ou amusement sur ce type de site, elle n'a pas quitté la place pour autant.

En fait, son explication est plus prosaïque : « Une fois qu'on a investi la place et que des connaissances ont commencé à vous pister et à tagguer (commenter) vos propos, vos photos... il y a une sorte de discours amorcé à votre sujet duquel vous ne pouvez plus vous désolidariser sauf à laisser les gens s'exprimer à votre propos sans plus aucun contrôle de votre part ».

Voilà qui rejoint ce que l'on dit aujourd'hui de plus en plus de l'identité numérique : la meilleure façon de ne pas la laisser se construire par d'autres, c'est de la produire vous-mêmes, sans négliger de vous assurer que les propos qui vous concernent et qui circulent ne vous mettent pas dans l'embarras !

Impossible aujourd'hui d'éviter cette préoccupation de la notoriété... nous sommes tous devenus, d'une façon ou d'une autre, des personnages publics.

## 9. FACEBOOK, VITRINE DE POTACHES ?

C'est ce que l'on pourrait croire à la lecture de quelques-unes des applications suivantes :

### 9.1. QUEL ALCOOLIQUE ÊTES-VOUS ?

Grâce (ou à cause) de ce questionnaire, tu sauras désormais si tu finiras dans un hôpital perfusé de partout (oui, oui partout) pour tes abus liquides ou bien simplement dans la rue, au chômage ainsi qu'aux alcooliques anonymes (repas gratuits faut en profiter).

Tu recevras en effet la réponse... et tous tes « amis » aussi. Ainsi la personne qui m'envoie ce test à la c...itronnade s'affiche désormais sur sa page : « Alcoolique casanier ». Chapeau !

### 9.2. QUEL SOUS-VÊTEMENT ÊTES-VOUS ?

Au test suivant (hautement introspectif, avouez-le !), la réponse affichée est : « Une guêpière rouge et noire ». Et que dira par exemple l'employeur qui serait à deux doigts d'engager cette personne qui postulera peut-être dans quelques mois pour un emploi ? Certes, tout n'est pas irréversible dans l'affichage de ce genre d'info sur sa page. Mais les conséquences de leur effacement peuvent parfois être inattendues autant que désagréables.

### 9.3. QUEL EST VOTRE ÉTAT CIVIL ?

Elle circule sur Internet cette anecdote d'un abonné de Facebook qui commence par révéler

#No

dans son profil qu'il est engagé avec « une telle » dans une relation affective. Mais voilà que l'internaute se ravise en se disant que ce genre de renseignement n'intéresse finalement que sa sphère privée. Il supprime donc ce renseignement de son profil et valide son nouveau statut. Mais que revient et affiche le système : « X n'est plus avec une telle »... message transmis à tout son réseau d'amis !!! Bonjour la séance d'explications avec la dulcinée malmenée.

Alors vitrine de potaches Facebook ? Ce n'est pas si sûr !

En effet, c'est l'usage qu'on fait de Facebook qui est déterminant et, certains utilisateurs, de fait, s'approprient le réseau pour des raisons purement professionnelles. Et certaines entreprises l'ont bien compris.

## 10. FACEBOOK, AU TRAVAIL : UN INVESTISSEMENT.

Ce qui fait peur, a tendance à faire fuir, c'est un réflexe naturel... Ainsi en est-il encore des nouvelles technologies de réseau dans pas mal entreprises. Puis, quand on commence à pratiquer cette technologie émergente, on en apprend toutes les astuces et on s'aperçoit aussi des bons côtés d'un usage réfléchi. Sûr qu'alors on est amené à revoir son jugement !

Toute embauche en entreprise qui se respecte s'accompagne de la réception des attributs de sa fonction : un espace de travail (un bureau, la plupart du temps... un ordinateur souvent aussi) mais encore une ligne téléphonique directe, des cartes de visite et une adresse mail personnalisées. En effet, sauf à exercer une fonction

qui ne serait tournée que vers de la production en interne, l'entreprise aura soin de doter ses agents des outils de communication susceptibles de favoriser les interactions avec les partenaires et la clientèle. C'est une pratique de bon aloi qui investit sur la capacité relationnelle de son personnel. Celle-ci a d'ailleurs vraisemblablement été un des critères décisifs au moment de la sélection du candidat : se présenter correctement, nouer contact aisément, savoir répondre diligemment au téléphone, avoir la présence d'esprit d'échanger ses cartes de visite... des attitudes marketing par lesquelles on laisse des traces derrière soi et qui créent progressivement pour soi-même, mais aussi pour l'entreprise au sein de laquelle on travaille, une réputation, une image de marque. Les anglophones parlent, eux, de « branding marketing ». C'est donc un atout sur son CV.

Si l'accès à ces outils de visibilité et de communication est source

de valorisation professionnelle, leur mise à disposition n'en provoque pas moins pour autant une démarche de confiance dans le chef de l'employeur et de responsabilisation du côté de l'employé. Il faut y voir une sorte de délégation de l'autorité centrale à l'ensemble de son personnel pour représenter l'entreprise vis-à-vis de l'extérieur. Mission de confiance donc qui fait, dans l'instant, que chacun devient la tête de pont de contacts avec la clientèle au nom de « la maison » qui vous emploie.

Une fois accordée, cette confiance ne s'embarrasse pas d'une surveillance de tout instant. Il est inconcevable que la ligne téléphonique d'un employé soit mise sous écoute pour apprécier sa capacité à gérer les entretiens qui passeraient par ce canal. De même, quand il contacte ses prospects via l'usage du courrier électronique, on transpose online la confiance qui lui a été accor-

dée dès l'instant où il a été en mesure de noircir une feuille à entête de l'entreprise. C'est à l'usage que l'on mesurera -peut-être- la nécessité d'attirer son attention sur des manquements, voire des ajustements pour que sa pratique soit plus performante encore.

Il se pourrait même qu'on l'invite à plus investir dans cette dimension relationnelle qui est susceptible de déclencher de nouveaux contrats. Car se positionner et mettre en valeur l'entreprise est un vrai savoir-faire professionnel. Certains employeurs proposent même parfois, quand la nécessité s'en fait sentir, des formations pour asseoir plus ces compétences relationnelles bien appréciées.



## 10.1. ACCOMPAGNEMENT OU CENSURE ?

Depuis l'émergence des nouveaux outils de communication en ligne, il est devenu nécessaire de transposer les savoir-faire traditionnels de la communication dans leur truchement numérique. La marque de confiance, doublée de la responsabilisation des membres du personnel, trouve aussi sa transposition : le courriel professionnel est bien un acte « de travail » et le surf documentaire en ligne, une extension de la recherche documentaire traditionnelle ou de la prospection clientèle d'antan. Pourtant, le caractère nouveau de ces médias et la tendance d'un certain public à n'y voir que des usages ludiques ont-ils pu alimenter la suspicion, à tout le moins l'hésitation, aux débuts de l'émergence en entreprise. Allait-on laisser les employés inves-

#Notizen

tiguer l'usage professionnel du mail ? du surf ? des moteurs de recherche ? Dans les écoles aussi, la méfiance s'est très tôt installée, sur des outils jugés sensibles : le chat, wikipédia...

Pourtant, personne n'aurait imaginé qu'un employé détourne la confiance qu'on lui avait faite d'utiliser le téléphone pour jouer aux courses ou faire des blagues de mauvais goût. Personne n'avait craint que l'usage du papier à lettre de l'entreprise n'ouvre la porte à des canulars de mauvais aloi. Alors... Comment expliquer cette crainte, voire la censure technique mise en place dans certaines entreprises ? Si ce n'est par l'hésitation à laisser se mettre en place une pratique équilibrée au terme d'un temps d'adaptation bien normal ? Quelle capacité en effet, chez les employés, de s'autoréguler en la matière... ? Eux qui n'ont pas été sélectionnés sur base de l'observation de ce critère à l'embauche puisqu'il n'existait

pas encore. Eux qui devraient découvrir des usages professionnels intéressants au-delà des pratiques ludiques de Monsieur Tout-le-monde. En seraient-ils capables ?

Les entreprises qui ont sans doute le mieux assumé cette situation sont celles qui ont investi dans ce défi par de l'accompagnement, de la formation, plutôt que de miser prioritairement sur la censure et les techniques de blocage système. Ouvrir les pratiques professionnelles aux usages

performants du net a donné à comprendre aux utilisateurs le truchement nouveau auquel ils étaient invités.



## 10.2. UN « BON EXEMPLE » : DU BON SENS PRÈS DE CHEZ... AXA.

Le dernier né des outils qui provoque en ce moment la réflexion entrepreneuriale, c'est l'accès aux réseaux sociaux. Est-il imaginable de laisser les employés avoir accès durant leurs heures de bureau aux réseaux sociaux, Facebook, Twitter, LinkedIn ? Mieux : y a-t-il des intérêts professionnels notoires à investiguer l'usage intelligent de ces opportunités en ligne ? Il y a là un défi que plusieurs ont commencé de relever.

A titre d'exemple, ce « Guide du bon sens numérique » publié par Axa, et dans lequel on donne « 20 conseils indispensables pour faire preuve de bon sens numérique sur les médias et les réseaux sociaux ». La société d'assurance a bien perçu le nécessaire truche-

ment induit par l'évolution médiatique ambiante et a enclenché une démarche de clarification de l'investissement de confiance qu'elle consent quand elle délègue sa visibilité aux membres de son personnel.

Loin de diaboliser le net, le guide énonce une série de comportements réfléchis. Protéger sa vie privée est le cadre général de cette réflexion. Avant même le souci de l'entreprise, c'est à son employé qu'Axa pense. Si sa vigilance est en éveil, elle le sera aussi pour son activité professionnelle.

Dès lors, insistance sur le fait de garder à tout moment conscience que chacun est porte-parole de l'entreprise, avec le devoir de réserve que cela comporte sur certains sujets, identifier et anticiper les situations pouvant déboucher sur un dérapage, alimenter une





veille sur son image et celle de son entreprise pour neutraliser toute tentative d'usurpation d'identité de soi ou de son entreprise... faire preuve de bon sens numérique en activant le principe de précaution quant à la pérennité des écrits sur le net. Des principes de la vie courante qui se retrouvent déclinés numériquement une fois que l'on bascule dans la virtualité du net... un autre pan bien réel de la vie économique et entrepreneuriale.

### 10.3. INVESTISSEMENT : LE RETOUR...

---

Se comporter en bonne intelligence dans les réseaux sociaux, mieux, y investir de façon performante est source d'une nouvelle opportunité communicationnelle pour l'entreprise. On pourrait dire que la chose est comparable à l'installation d'une succursale dans un zoning d'activités éco-

nomiques. On le sait, aujourd'hui de plus en plus de Parcs d'activités industriels ont l'énorme avantage de pouvoir rassembler sur un même site, des entreprises susceptibles de partenariats. Certains offrent même des infrastructures (cafétéria, parking...) ou des services en commun (navettes, ...) qui sont autant d'opportunités d'identification, de contacts, voire d'échanges très lucratifs. N'en a-t-il pas toujours été de même à une autre échelle : certains temps informels très ouverts au relationnel sont perçus comme autant d'occasions de représentations en clientèle : déjeuners ou dîners d'affaires, participation à des cercles ou clubs services professionnels, quand ce n'est pas des invitations à un golf ou dans les loges d'une infrastructure sportive.

La présence professionnelle sur les réseaux sociaux s'apparente donc de plus en plus à ces investissements relationnels consentis dans le cadre du travail, avec vo-

lonté... ne nous y trompons pas, d'un retour sur investissement. La chose qui est sans doute nouvelle, et qui impose cet effort de rigueur de la part de tous et parfois aussi réclame une véritable formation, c'est le mélange entre vie professionnelle et vie personnelle, entre les aspects privés et publics de chacune des deux. Car, de plus en plus, la distinction « privé et public » s'atténue... et les composantes professionnelle et personnelle de la vie publique se mélangent ! Fadhila Brahimi parcourt la France entière et inonde le web également de ses propos éclairés, pour éveiller à cette conscience du « personal branding » et de la « réputation numérique des entreprises ». Selon elle, si cette réalité métissée, personnelle/professionnelle, privée et publique, crée de nouveaux défis en matière de gestion responsable, elle offre aussi de nouvelles opportunités de démultiplication et d'empowerment favorables aux affaires.



## 10.4. CULTIVER LES INTÉRÊTS CONVERGENTS.

---

En fait, exploiter les réseaux sociaux avec des visées professionnelles, c'est occuper la place, une place virtuelle certes, mais qui n'en demeure pas moins lieu d'interactions bien réelles. Et ce n'est pas plus incongru que l'investissement, certes plus décalé, qu'ont consenti il y a déjà quelques temps, des entreprises qui ont investigué les retombées d'une présence active dans les espaces de type « Second live », par avatar interposé. Si la piste s'est avérée bonne à creuser, même si le retour sur investissement n'est pas encore massivement au rendez-vous, on peut comprendre et admettre que le positionnement dans les réseaux sociaux où tout le monde se retrouve en masse, offrira plus d'opportunités d'interactions encore. La seule re-

cette, c'est d'y cultiver les intérêts convergents... au niveau professionnel, s'entend !

Mais c'est en tentant l'aventure, et non en y renonçant par excès de prudence, que chacun des employés d'une entreprise pourra faire la preuve de sa conscience professionnelle. Car c'est au pied du mur que l'on attend que le maçon fasse ses preuves... un mur qui, aujourd'hui, se construit de plus en plus telle une « réalité augmentée ».

On comprend dès lors que, dans ce monde professionnel qui est tout chamboulé par l'émergence du numérique, les critères à l'embauche ne s'orientent plus vers la crainte qu'un candidat à l'embauche soit présent sur Facebook ou Twitter mais, bien au contraire, qu'il n'en soit pas et qu'il faille tout lui apprendre de ce terrain ludique et professionnel à la fois !

## 11. GÉNIAUX, LES GROUPES ?

Facebook est réputé pour sa capacité à mettre les gens en connexion. Si tout le monde peut en être, tout le monde doit pouvoir s'y rencontrer... et parmi la masse informe des internautes lambda, il doit être possible de retrouver des visages perdus de longue date, ou de rassembler des partenaires qui collaborent par ailleurs dans la real live. Anciens élèves ? C'est la fonction initiale qui avait justifié la création du réseau. Et ça marche ! Combien de membres compte le groupe d'anciens de votre école ? Vous ne le savez pas ! Mais alors, vous n'êtes pas encore inscrit !?

Et dans votre localité, combien de groupes ou d'associations déjà présentes sur Facebook... utilisent la fonction « Créez votre événement et informez-en vos connaissances » ? Certes, d'autres ou-

tils spécifiques (agenda, mailing list, forum) étaient déjà utilisés pour interagir sur le net... mais développer cette pratique désormais à l'intérieur de l'univers Facebook, c'est démultiplier la dynamique. Anciennement, en effet, vous deviez inviter les candidats à se faire membres de vos communautés en ligne ou à s'inscrire dans vos mailing-listes. Aujourd'hui, il suffit de créer celles-ci dans l'espace virtuel dont tous sont déjà membres.

Certains choisissent Facebook. D'autres optent pour Second life. De là à ce que les deux univers convergent... il n'y a peut-être que quelques mois à attendre.



## 12. RÉGLAGE DE VOS PARAMÈTRES DE « CONFIDENTIALITÉ ».

Si Facebook pose problème, c'est notamment concernant le respect des données personnelles. En effet, si l'usage d'un réseau social peut aisément se concevoir entre proches (famille, amis), la mise en ligne publique de données privées telle que la pratique Facebook est autrement plus insidieuse. Rappelons-nous

que l'interface Facebook, est, comme beaucoup d'autres sites de type web 2.0, une coquille vide. Sa plus-value éditoriale est en fait la masse des contributions de ses utilisateurs.

Ce qui fait le caractère vivant et attractif d'une page d'abonné, ce sont les applications qui permettent les interactions entre les membres du réseau. Le système de base en prévoit un certain nombre, installées « de série » : bénéficier d'une messagerie, partager des photos, afficher sa liste d'amis. Pour les « options », vous devez télécharger des plugs-in selon votre envie...

Ces multiples applications associées sont, elles, développées par des informaticiens indépendants. Leur catalogue thématique est vaste. Il est prudent toutefois de vous montrer critiques face à cette masse de gadgets mangeurs de temps tout autant que d'intimité. Sans doute faut-il y voir le point le plus sensible de l'arma-



da Facebook. C'est à vous que revient la responsabilité de souscrire ou non à ces propositions. Et les conditions d'adhésion sont bien libellées (mais qui y prête attention et les comprend). Opter pour l'installation d'une application en lien avec votre profil passe premièrement par le partage de vos coordonnées personnelles réseau avec le concepteur de l'application. Première occasion de dérive ! Et puis, une fois l'application installée, il vous est régulièrement proposé d'en ouvrir l'usage à vos amis (c'est comme ça que vous-mêmes en avez été souvent informé) par un simple clic (souvent activé par distraction) avant de valider par exemple, l'ouverture du message qui clôture la démarche d'installation ! En toute bonne logique, la délivrance de données personnelles vers les membres du réseau ne devrait se faire que si l'utilisateur en fait la demande explicite (opt-in : si je ne le demande pas explicitement, c'est non !). Or,

tous les réglages par défaut sont, à l'inverse, ouverts à la publication (opt-out : par défaut, c'est oui !), Sauf si l'utilisateur pense à en modifier les paramètres. Certes donc, tous les usages créés par l'interface peuvent être canalisés... Encore faut-il le savoir et opérer les changements (onglet « Confidentialité », en haut à droite de l'écran).

Pas étonnant alors, de s'apercevoir, (comme l'a fait à ses dépens quelqu'un qui n'a visiblement pas compris ce qui se passait, qu'une application que vous téléchargez dans votre profil peut, l'instant d'après, être proposée à tout votre carnet d'adresse Outlook, Hotmail ou Yahoo.... parce que vous avez précédemment accepté imprudemment d'inviter de nouveaux amis en connectant Facebook à vos listes de contacts personnels et que le système a mémorisé le code d'accès à ces serveurs mail ! Par la magie - noire - de l'opt-out, sans lecture attentive de ce que

vous validez d'un clic, des tas de renseignements privés se mettent alors à circuler sur le net, sans plus de capacité de contrôle de votre part.

## 12.1. DES EXEMPLES.

---

Voici des messages d'avertissement auxquels on n'accorde généralement pas l'attention suffisante.

Exemple pour Funwall (mais valable pour toute application associée de Facebook)

Facebook n'a pas approuvé, accepté ou validé les Applications de la Plate-forme de quelque manière que ce soit ; nous ne sommes pas responsables de votre utilisation ou de votre incapacité à utiliser des Applications de la Plate-forme, ni du contenu, de la fiabilité ou de l'exactitude d'une telle Application et des pratiques relatives à la vie privée ou d'autres

pratiques mises en œuvre par les Développeurs. VOUS ÊTES SEUL RESPONSABLE DE L'UTILISATION DE CES APPLICATIONS DE LA PLATE-FORME.

FunWall n'a pas été créée par Facebook. En cliquant sur Ajouter, vous acceptez également les Conditions d'utilisation des applications de la plate-forme.

En utilisant FunWall, vous acceptez les Conditions d'utilisations de FunWall.

Il est de votre responsabilité de visiter régulièrement le Site afin de prendre connaissance des éventuelles modifications apportées aux Conditions d'utilisation.

### 13. FACEBOOK : UN SIMPLE EFFET DE MODE ?

Facebook n'a jamais mobilisé de réelle publicité pour se faire connaître. Le concept lui-même a toujours constitué sa propre publicité : « Facebook est perçu comme ayant un haut degré de popularité parmi les pairs ; son adoption résulte alors d'un besoin d'être à la mode. ». La popularité parle d'elle-même. C'est comme si les membres étaient eux-mêmes les « ambassadeurs » de la marque.

Facebook est une Succes Story contemporaine, c'est une évidence. Mais pour combien de temps encore ? De nombreuses approches, telles que les études de marché, sont réalisées pour évaluer la durée de vie d'un produit/service. Toutefois, quel que soit le niveau d'expertise de la marque pour en évaluer sa popularité et par là, la favoriser, rien ne prédit jamais sa durée de vie. En



effet, aucune marque, quelle que soit sa popularité, n'est jamais à l'abri de son déclin, et particulièrement dans l'univers médiatique : on ne peut présumer de rien en termes de pérennité. La faillite récente de Kodak et les difficultés de RIM en témoignent.

En ce qui concerne Facebook, tous les scénarios sont donc possibles mais sa future entrée en Bourse pourrait dissuader de l'idée d'un quelconque futur chaotique.



Personne n'aurait par exemple pu prédire le déclin de MySpace (au top en 2005) suite à l'apparition d'autres réseaux sociaux (Facebook, Twitter) : le peu de nouveautés présentes sur le site et son éloignement peu à peu de ce qui avait fait son succès, à savoir la découverte de talents musicaux à travers des profils, finirent de l'achever.

Première tentative de Google dans les réseaux sociaux, Orkut ferme ses portes le 30 septembre 2014.

Après Quickoffice, nouvel avis de fermeture pour Google mais dans un domaine bien différent. Il concerne cette fois-ci Orkut. Un nom qui ressurgit d'un passé lointain pour certains et ne dit probablement pas grand-chose aux internautes d'aujourd'hui. Orkut était en quelque sorte la première tentative de Google dans les réseaux sociaux, avant même l'échec de Google Buzz.

Orkut a vu le jour quasiment en

même temps que Facebook. Il a surtout connu la popularité dans des pays comme le Brésil. Dorénavant, Google estime cependant que l'existence de Orkut n'a plus de sens et l'heure est à la rationalisation.

En cause, une croissance qui ne tient pas la comparaison par rapport à la croissance des communautés réunies autour de "YouTube, Blogger et Google+ ". On notera que Google ne parle pas seulement de Google+ mais l'associe à d'autres produits. " Nous allons concentrer notre énergie et nos ressources pour rendre ces autres plateformes sociales aussi extraordinaires que possible pour tous ceux qui les utilisent. "

Orkut fermé, ceux qui le désiraient, ont pu exporter leurs données et publications via l'outil Google Takeout et ce jusqu'en septembre 2016 et à partir du 30 septembre 2014, les communautés publiques de Orkut ont été sauvegardées dans une archive



publique consultable. Toutefois, avant la fermeture, un utilisateur a pu supprimer ses contributions qu'il ne souhaitait pas voir archiver ou les supprimer toutes en retirant Orkut de son compte Google.

Alors après MySpace, Orkut, ... à quand le tour de Facebook ? Certains, en tout cas sont catégoriques quant à une éventuelle disparition dans le futur : tant que Facebook ne donnera pas de raison à ses utilisateurs de se détourner d'elle, avec un abus ou une gaffe majeure par exemple, elle est pratiquement intouchable dans son créneau.

## 14. LES DÉBOIRES DE FACEBOOK.

Facebook est dans la tourmente depuis plusieurs mois. Des tas de choses sont reprochées au réseau social comme le manque de modération face à la proli-

fération de fake news et autres ingérences politiques. Mais ce n'est pas tout puisque beaucoup accusent Facebook de ne pas faire preuve de transparence vis-à-vis de sa politique et d'exploiter les données privées des utilisateurs.

Le scandale Cambridge Analytica aura notamment mis l'accent sur la gestion de ces informations sensibles avec des millions d'inscrits pillés pour influencer les élections américaines et le Brexit.



## Cambridge Analytica

De quoi s'agit-il ?  
Dès mars 2014, la société Cambridge Analytica, entre-

prise britannique de publication stratégique, spécialisée en politique américaine, commence à recueillir les données personnelles de 87 millions d'utilisateurs de Facebook, des informations qui servent à influencer les intentions de votes en faveur d'hommes politiques qui ont retenu ses services.

En juillet 2015, l'implication de CA dans les primaires présidentielles du Parti républicain américain de 2016 est dévoilée et, en décembre de la même année, le journal The Guardian rapporte que l'homme politique américain Ted Cruz a utilisé lors de sa campagne les données de CA, les personnes visées ignorant que des sociétés exploitaient ces informations.

De plus, après l'échec de la campagne de Cruz, CA travaille pour la campagne de Donald Trump, qui sera élu 45ème président des Etats-Unis le 8 novembre 2016.

En mars 2018, The New York



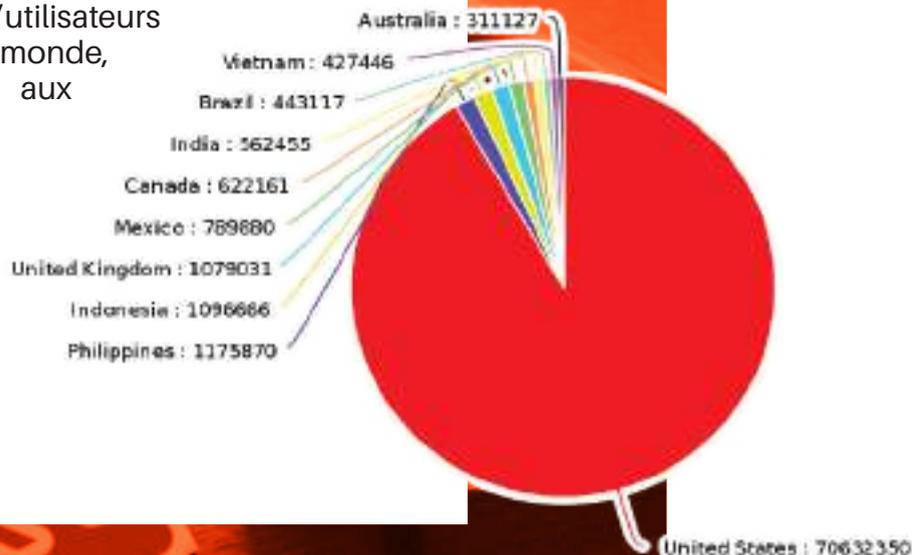
Times, The Guardian et Channel 4 News rapportent plus de détails sur la fuite de données grâce aux révélations d'un ancien salarié de Cambridge Analytica, Christopher Wylie, qui fournit des éclaircissements sur la taille de la fuite, la nature des données personnelles et les échanges entre Facebook, Cambridge Analytica et des personnalités politiques.

Ces révélations tombent d'autant plus mal que Facebook - mais aussi Twitter ou Google - sont accusés depuis des mois d'avoir servi de plates-formes de manipulation de l'opinion publique, en particulier lors du référendum sur le Brexit en 2016, Wylér n'hésitant pas à déclarer que « Sans Cambridge Analytica, il n'y aurait pas eu de Brexit... »

A ce propos, Jennifer Grygiel, spécialiste des réseaux sociaux à l'Université de Syracuse, déclare que ce scandale est le fruit de réglemmentations trop « légères », qui ont permis à Facebook et à ses

partenaires d'exploiter ces données en dehors de tout contrôle. Et Daniel Kreiss, enseignant en médias et communications à l'Université de Caroline du Nord, d'ajouter: « Que Facebook semble ne pas faire la différence entre vendre des baskets et vendre un programme présidentiel est un gros problème ».

Selon le cabinet Edison Research, une situation qui a fait perdre à Facebook, dont le PDG Mark Zuckerberg a dû s'expliquer au Congrès américain, 15 millions d'utilisateurs ces deux dernières années aux USA, un chiffre qui se révèle certes faible face au nombre d'utilisateurs dans le monde, mais pas aux Etats-Unis.



**SELON FACEBOOK, NOMBRE DE PERSONNES TOUCHÉES PAR LA FUITE DES DONNÉES : AUSTRALIE : 0,3 MILLIONS, CANADA : 0,6 M, ROYAUME-UNI : 1 M, ÉTATS-UNIS : 70 M.**





Ceci étant, Mark Zuckerberg reste néanmoins temporairement gagnant, car les utilisateurs qui quittent son réseau social, se tournent vers une autre plateforme au succès grandissant, Instagram qui lui appartient aussi. Une sorte de retour chez Facebook - malgré une expérience totalement différente.

Quoi qu'il en soit, 2018 a donc été une année très sombre pour le pionnier des réseaux sociaux, qui cherche à entretenir une image familiale et sympathique.

Mais, alors qu'après les nombreux scandales, Facebook avait promis de faire d'un peu plus de transparence, la situation se répète en 2019. Cette fois, selon l'entreprise de sécurité informatique Upguard, qui a récemment repéré le problème lié à un stockage de données sur les serveurs d'Amazon, quelque 540 millions d'utilisateurs sont visés

A l'origine de la fuite, on trouve

notamment une entreprise mexicaine du nom de Cultura Colectiva, qui a développé une application à laquelle les utilisateurs se connectaient grâce à leur compte Facebook.



Toutefois, au lieu d'être conservées de manière cryptée, leurs données ont été stockées sur des serveurs non sécurisés appartenant à Amazon, avec comme résultat que 146 Go de données personnelles d'utilisateurs de Facebook se sont retrouvées vi-

sibles de tous.

Cet incident confirme bien que, lorsque Facebook partage ses données avec des tiers, il n'a aucun contrôle sur ce que ces données deviennent ou si elles sont stockées de manière sécurisée.

Mais ce n'est pas tout car, toujours selon Upguard, une autre application du nom de « At the Pool » est, elle aussi, concernée. Dans ce cas, la fuite n'est pas aussi vaste que celle causée par Cultura Colectiva, mais elle contient les mots de passe non protégés de 22.000 utilisateurs...

Alors Facebook, en survie ?

# INDÉPENDANCE JOURNALISTIQUE, LIBERTÉ D'EXPRESSION ET DIEU



C'EST QUOI  
LA LIBERTÉ D'EXPRESSION  
???

DANIEL SCLAVON, RÉDACTEUR DU LIEN

On ne plaisante pas avec Dieu, ou plutôt, avec les dieux, car là où il est grand, il est intouchable.

Donc critiquer la religion dominante dans les nombreux régimes théocratiques, c'est strictement interdit sous peine de s'exposer à des peines de prison, des châtements corporels ou à la mort.

Le blasphème, qui fait référence au fait de parler de manière irrévérencieuse de Dieu ou de quelque chose de sacré, est ainsi considéré comme un crime passible de la peine de mort dans plusieurs pays musulmans du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord ainsi que dans certains pays d'Asie du Sud-Est. C'est le cas en Afghanistan, en Iran, au Nigeria, au Pakistan, en Arabie saoudite ou encore en Somalie.

En Europe, dans nos sociétés de plus en plus sécularisées, le délit de blasphème tend à disparaître des codes pénaux, même s'il reste puni dans certains pays de l'Union Européenne, de même que dans la Russie très orthodoxe de Vladi-

mir Poutine ou la Turquie du dictateur Recep Tayyip Erdoğan.

Ainsi, alors que la législation sur le blasphème est longtemps restée en sommeil en Allemagne, en 2006, un certain Manfred van H. a été poursuivi pour avoir distribué des rouleaux de papier hygiénique portant l'inscription «le Coran sacré» et, dix ans plus tard, c'est Albert Voss, ancien professeur de physique et athée revendiqué, qui a été reconnu coupable de blasphème après avoir barbouillé la vitre arrière de sa voiture de slogans antichrétiens et a écopé d'une amende de 500 euros.

En Grèce, en 2012, un jeune homme de 28 ans, le blogueur Filippos Loizos, qui avait créé une page Facebook pour se moquer d'un moine grec orthodoxe a été reconnu coupable de blasphème et condamné à 10 mois de prison et malgré la protestation contre cette condamnation de milliers de Grecs sur les réseaux sociaux, la peine de Loizos fut confirmée en appel.

En Italie, où la loi en vigueur interdit les déclarations diffamatoires à propos d'une religion reconnue par l'État italien, en 2006, l'auteure Oriana Fallaci a été accusée de diffamer l'islam dans son livre «La Force de la raison», l'un des volets de sa trilogie sur les conséquences des attentats du 11 septembre, les poursuites ayant été abandonnées suite au décès de la florentine, atteinte d'un cancer du poumon.



« LA FORCE DE LA RAISON », ORIANA FALLACI.  
EDITIONS DU ROCHER, 2004.



S'il n'existe pas, dans la très catholique Pologne, de loi spécifique condamnant le blasphème, il existe une disposition légale interdisant d'offenser publiquement les sentiments religieux d'une personne, la peine encourue pouvant aller jusqu'à deux ans de prison. En 2002, l'artiste Dorota Nieznalska a été poursuivie pour une sculpture représentant des organes génitaux masculins attachés à un crucifix et a été condamnée à six mois de travaux d'intérêt gé-

ral, une peine dont l'appel, suite au tollé international, a été interjeté avec succès.

Le Code pénal turc, quant à lui, érige en infraction pénale le blasphème et les insultes religieuses, ainsi que les discours de haine et, en 2012, le pianiste Fazil Say a été poursuivi pour avoir exprimé son athéisme sur Twitter et retweeté un message se moquant de la perception islamique du paradis. Il a été condamné à une peine de 10 mois avec sursis, une peine infirmée en appel par la Cour suprême turque, qui a déclaré que les publications de Say sur Twitter devaient être considérées comme une liberté de pensée et d'expression et ne devaient donc pas être punies.

Et malgré la recommandation du Conseil de l'Europe, qui, depuis 2007, invite ses états membres à dépénaliser le blasphème et l'insulte à la religion, des groupes extrémistes religieux, généralement catholiques ou musulmans,

tendent encore très régulièrement d'exercer la censure.

Si les exemples sont très nombreux, le symbole absolu est incarné par l'hebdomadaire satirique français, Charlie Hebdo.

En février 2006, Charlie reprend les caricatures danoises publiées, pour illustrer un article sur la liberté de la presse et l'autocensure, par le quotidien conservateur Jyllands-Posten, et en publie d'autres, dont le célèbre dessin de Cabu qui fait dire à Mahomet : « C'est dur d'être aimé par des cons ». D'abord poursuivi pour injure envers une religion, l'hebdomadaire est relaxé en juin 2007.





Lorsqu'en septembre 2012, Charlie publie à nouveau des caricatures du prophète en pleine crise mondiale provoquée par la parution du film *L'Innocence des Musulmans*, un brûlot anti-islam produit dans des conditions troubles, il doit faire face à de très nombreuses critiques.

Une atmosphère délétère qui aboutira au carnage du 7 janvier 2015, jour de sortie du 1.177ème numéro de l'hebdomadaire, lorsqu'une attaque terroriste fait 11 morts dont 8 membres de la rédaction.

Bien sûr, cet acte a été (presque) unanimement condamné par la société civile et les instances politiques, tant en France qu'un peu partout dans le monde libre, toutefois, conséquence non négligeable, le monde du journalisme, traumatisé, s'est imposé, peu ou prou, une espèce d'autocensure, donnant en quelque sorte ainsi raison aux religieux.

Que retenir dès lors de cette triste affaire et des très nombreuses autres, certes moins dramatiques mais non moins symboliques, que nous n'avons pu évoquer ici ?

D'abord, que les tentatives de censurer l'expression journalistique au nom de la morale religieuse sont encore monnaie courante, non seulement, c'est l'évidence même, dans les régimes théocratiques, mais aussi, de manière plus surprenante, dans nos sociétés démocratiques et pluralistes.

Ensuite, que la Cour des Droits de l'homme se montre désormais plus protectrice des formes d'expression pouvant heurter les sensibilités religieuses, hormis les cas où il y aurait incitation à la haine, à la discrimination ou à la violence.

C'est d'ailleurs sur base de ces principes qu'en 2007, le tribunal correctionnel de Paris a statué dans le procès contre Charlie Hebdo par des associations musulmanes après la publication des caricatures de Mahomet.

Après avoir rappelé « qu'en France, société laïque et pluraliste, le respect de toutes les croyances va de pair avec la liberté de critiquer les religions » et « que nul n'est obligé d'acheter ou de lire » ce journal satirique, le tribunal a prononcé la relaxe, estimant que les caricatures, malgré leur caractère choquant, ne comportaient « aucune volonté délibérée d'offenser directement et gratuitement l'ensemble des musulmans ».



Une position qui confirme le principe intangible selon lequel, en démocratie, la liberté d'expression et, subséquemment, la liberté de presse doit prévaloir sur les interdits religieux, qui, de fait, ne concernent que les adeptes de ces religions et non les autres citoyens, ce qui, pour le dire plus simplement, signifie que, dans une société démocratique, hormis



les discours de haine, nul n'a le droit de se sentir offensé.

Cependant, certains affirment haut et fort qu'il faut raison garder et, sans verser dans l'autocensure, se soucier des conséquences d'une posture par trop legaliste de la défense de la liberté d'expression, sauf à se montrer insensible à une société qui se déchire, ce qui peut se résumer ainsi : « Ce n'est pas parce qu'on a droit de faire quelque chose, que c'est une bonne idée ».

Lorsque Charlie Hebdo en remet une couche avec les caricatures de Mahomet, il a tout à fait le droit de le faire en tant que journal satirique, sachant qu'il est peut-être regrettable qu'il le fasse d'un point de vue éthique.

Deux positions entre lesquelles la voie de la raison est, reconnaissons-le, particulièrement étroites et sur laquelle je vous invite toutes et tous à réfléchir.



# VOUS AVEZ DIT FAKE NEWS... QUELLES FAUSSES NOUVELLES ?



Les fake news sont un outil de propagande particulièrement efficace, qui s'appuient sur les émotions et la peur et qui, se nourrissant de l'incrédulité des gens, participent à des tentatives de désinformation dans le but de décrédibiliser une future victime, Etat, gouvernement, administration, personnel politique, personnages médiatiques ou simple citoyen...

Ces fausses nouvelles, diffusées à l'origine via les médias traditionnels, ne datent évidemment pas d'hier.

Souvenons-nous de 1989 et du « vrai-faux charnier » de Timișoara, affaire dans laquelle la presse écrite et les chaînes de télévision se sont particulièrement illustrées.



Sous le régime communiste, la ville de Timișoara est la plaque tournante des passeurs qui, contre rémunération, aident les candidats roumains à l'exil à échapper à la dictature de Nicolae Ceaușescu, à travers la frontière yougoslave.

Cette ville de 350.000 âmes, surnommée « Fugidava », la « cité d'où l'on fuit », est donc particulièrement surveillée par la police politique, la redoutable « Securitatea », et par les garde-frontières, créant une ambiance de terreur et de paranoïa, sciemment entretenue pour dissuader toute fuite à l'étranger.

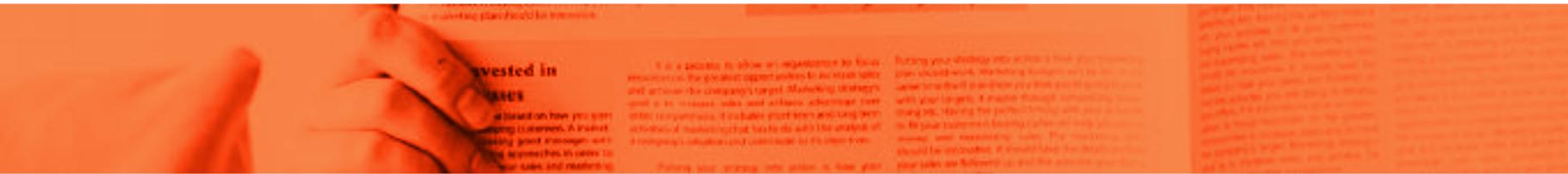
Tandis que le rideau de fer a commencé à s'écrouler un peu partout à l'Est, notamment dès mai 1989 à la frontière hongroise, et que le régime communiste vacille, la révolution roumaine, conduite par des cadres du parti favorables au changement et regroupés au sein d'un Front de salut national constitué autour d'Ion Iliescu, éclate à Timișoara le 16 décembre

avant de se propager à Bucarest et dans tout le pays.

Alors que les époux Ceaușescu en fuite sont capturés, jugés, condamnés et exécutés, le 25 décembre, selon une procédure expéditive que le régime réservait à ses opposants, de violents combats ont lieu dans tout le pays, faisant plus de 1.000 morts et près de 2.000 blessés.

A Timișoara, où l'on compte 65 morts et 268 blessés pour la seule journée de manifestation du 17 décembre, 43 cadavres sont évacués de l'hôpital départemental et incinérés dans la banlieue de Bucarest pour en effacer la trace, le pouvoir voulant faire passer ces disparus pour des « traitres à la patrie socialiste » ayant passé la frontière yougoslave.

C'est dans cette ambiance désespérée et paranoïaque que les habitants de la ville, traumatisés par ces événements et des rumeurs contradictoires, se mettent à fouiller les jardins publics, les canaux, les terrains vagues et les



principaux cimetières, pour finalement exhumer les corps du charnier de la morgue de la rue de Lipova.

Les rédactions occidentales, friandes de « scoops », vont alors

publier, sans concertation avec les reporters sur place, les photographies des corps exhumés à la morgue en y accolant des informations fantaisistes publiées par des médias roumains d'opposi-

tion et relayées par l'agence de presse yougoslave Tanjug.

C'est ainsi que TF1 explique que Ceaușescu, atteint de leucémie, aurait eu besoin de changer son sang tous les mois et que des jeunes gens vidés de leur sang auraient été découverts dans la forêt des Carpates, alors que le quotidien Libération titre « Boucherie » et que, sous la plume de Serge July, on lit que « Timișoara libéré découvre un charnier. Des milliers de corps nus tout juste exhumés, terreux et mutilés, prix insupportable de son insurrection ».

À l'étranger, le renommé journal espagnol El País avance qu'à Timișoara, l'armée a découvert des chambres de torture où, systématiquement, on défigurait à l'acide les visages des dissidents et des leaders ouvriers pour éviter que leurs cadavres ne soient identifiés et le New York Times, tout en soulignant que ces chiffres n'ont pas été confirmés par des sources indépendantes, avance que 4.500





personnes auraient été massacrées en trois jours.

Et ce n'est que le 30 janvier 1990 que Le Figaro annonce qu'il s'agissait de fausses informations, les morts montrés à la télévision ayant été déterrés du « cimetière des indigents » de la ville.

Un scandale journalistique qui est essentiellement le résultat d'une compétition des médias entre eux, chacun reprenant l'information du concurrent en l'amplifiant.

Voilà pour le passé. Si le siècle dernier, on devait acheter un journal ou regarder la télévision pour s'informer, il suffit maintenant de se rendre sur Twitter ou Facebook, des sites où tout le monde peut s'improviser créateur de fake news. Pas besoin de matériel particulier ni de connaissances spécifiques pour manipuler l'information, semer le doute et influencer l'opinion publique.

Les fausses nouvelles ont donc pris une importance singulière à

l'ère d'internet et de l'éclosion, dans les années 2004-2006, des réseaux sociaux, de sorte qu'aujourd'hui, n'importe qui peut publier n'importe quoi.

Rappelons-nous la nouvelle du samedi 5 janvier dernier, partagée par une femme se filmant en selfie pour raconter la scène et relayée en masse sur les réseaux sociaux, annonçant la mort de Coralie, une Belge, mère de deux enfants, tuée à Paris lors d'une manifestation des gilets jaunes, par un tir de Flash-ball en pleine tête.

Une information qui a fait le buzz alors qu'elle est fausse, Coralie n'ayant sans doute jamais existé.



# LES DÉCODEURS

VENONS-EN AUX FAITS



té et les recherches des autorités belges auprès des autorités françaises confirmant n'avoir aucune information sur le prétendu décès d'une Belge à Paris dans le cadre des manifestations des gilets jaunes, notre ambassade n'ayant d'ailleurs été sollicitée par aucune famille endeuillée et aucun décès de femme n'étant à déplorer lors de la manifestation du 5 janvier.

Une fausse information, qui, par sa nature, choquante, avait pour objectif de décrédibiliser les forces de l'ordre comme le gouvernement et de réveiller la colère des manifestants.

Si écrire des fake news permet à des citoyens sans scrupule d'arrondir grassement les fins de mois, c'est grâce à la publicité qu'elles génèrent et au coup de pouce de Google AdSense, la plateforme du géant d'Internet qui utilise les algorithmes pour placer des publicités sans vérifier la nature des sites.

D'ailleurs conscients d'avoir

participé à la prolifération de milliers de fausses nouvelles, Google et Facebook, désireux de se dédouaner, financent aujourd'hui des sites spécialisés dans le débuisquage de fake news, qui, à l'instar de Décodeurs du Monde ou de l'outil Checknews de Libération, se sont donné la lourde mission de démêler le vrai du faux.

Une initiative d'autant plus nécessaire que, phénomène inquiétant, les fake news influencent le processus politique, plus une élection ne se déroulant sans être accompagnée de son lot d'informations déformées, lesquelles font souvent le bonheur des partis extrémistes ou populistes.

Une expérience menée par 4

universitaires français est d'ailleurs éloquent sur la portée de l'impact d'une fausse nouvelle sur l'électorat.

Quand, lors des dernières présidentielles de 2017, Marine Le Pen affirme faussement que 99% des réfugiés arrivant à nos frontières sont des hommes, qu'ils viennent tous en France pour profiter du système social sans travailler ou qu'ils auraient dû rester se battre dans leurs pays comme l'ont fait massivement les Français pendant la Seconde Guerre mondiale, quel impact ont ces « informations » sur l'électorat visé ?

Oscar Barrera et Ekaterina Zhuravskaya de la Paris School of Economics et Sergei Guriev et Emeric



Henry de Sciences Po Paris ont soumis, lors cette campagne, environ 2.500 électeurs à des fausses informations sur les migrants venus de la mer Méditerranée, avec comme objectif d'examiner comment elles affectent les intentions de vote des Français, lorsque ces fake news sont démenties.

Les conclusions de cette enquête sont pour le moins étonnantes. En effet, si la communication des faits réels corrige bien les connaissances réelles des électeurs et décrédibilise les déclarations d'un politique populiste, les électeurs ne se souviennent que du message principal de ses déclarations, et fondent leurs conclusions sur l'impression laissée par ce message davantage que sur les chiffres.

En d'autres termes, le fact-checking passe à travers le prisme des présupposés de chacun et ne change pas le vote des électeurs. Pour le dire plus simplement, si ceux-ci acceptent la vérité, ils n'en

tiennent pas compte dans l'isoloir.

Une conclusion cohérente avec celle d'une récente étude menée par des chercheurs américains, dont les travaux sur l'impact des mensonges politiques, montraient que les électeurs de Donald Trump et Hillary Clinton, confrontés aux bonnes statistiques sur la criminalité, changeaient d'avis mais pas forcément d'opinion sur le candidat.



**DANS SON ÉDITION DU 23 JUN 2017,  
LE NEW YORK TIMES DÉNONCE  
LES MENSONGES DE TRUMP.**

Enfin, des voix s'élèvent pour mettre en exergue l'effet pervers du fact-checking.

En effet, encore faut-il que les explications basées sur des faits réels soient relayées au public susceptible de croire les mensonges, et pas seulement à celui qui, étant déjà opposé au menteur, est ravi de lire un article confirmant son opinion. Et encore faut-il, surtout, que les lecteurs y croient.

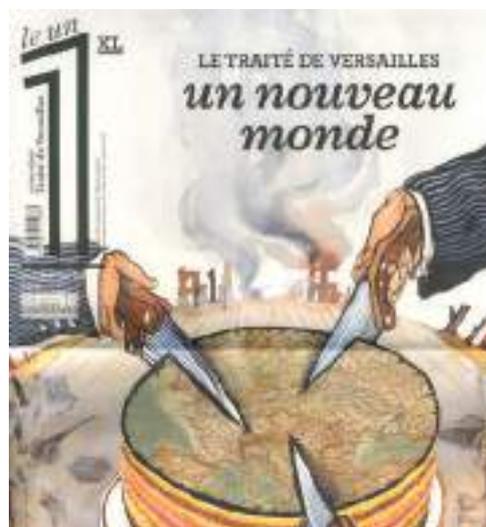
Et à l'appui de ces interrogations, les quatre chercheurs affirment que l'impact des messages de campagne électorale n'est pas limité à des faits et des chiffres mais qu'il relève d'abord et avant tout du récit et que, si Marine Le Pen a finalement dévissé dans les derniers jours de la présidentielle, ce n'est sans doute pas à cause de ses mensonges et erreurs factuelles durant son débat avec Emmanuel Macron, mais parce qu'elle a présenté à 16,5 millions de spectateurs le visage d'une dirigeante mal informée et agressive qui a transformé l'ultime face à face en ring de boxe...

Dont acte.

# À LIRE

**LE TRAITÉ DE VERSAILLES : À PROPOS D'UNE HISTOIRE VIEILLE DE 100 ANS ET POURTANT TOUJOURS BIEN D'ACTUALITÉ.**





« L'absence de merveilleux dans mon histoire pourra, je le crains, lui enlever quelque peu de son agrément ; il me suffit qu'elle soit jugée utile par ceux qui recherchent une exacte connaissance du passé afin de mieux interpréter l'avenir. », - **Thucydide**.

« En effet, plus nos regards s'étendent loin en arrière, plus loin aussi ils porteront en avant. », - **Winston Churchill**.

Lorsqu'on visite le château de Versailles - et, je ne doute pas que parmi vous beaucoup ont eu cette chance -, les visiteurs émerveillés imaginent la vie fastueuse des rois de France, le roi Soleil, Louis XIV, au bras de Madame de Maintenon et entouré de la Cour, déambulant dans la Galerie des Glaces, se promenant dans les magnifiques Jardins à la française ou donnant des fêtes somptueuses dans le Grand Trianon.

Au lendemain de vacances, sans doute bien méritées, peu ont à l'esprit le drame qui s'est joué en juin 1919, à l'issue de la 1<sup>ère</sup> Guerre Mondiale, lorsque, sous la pression des dirigeants politiques français, les pays vaincus et, plus particulièrement l'Allemagne, ont été humiliés à l'issue d'un traité qui, pour beaucoup d'historiens contemporains, aurait constitué les germes de la Seconde Guerre Mondiale.

A l'issue d'une guerre à laquelle met fin un armistice signé dans la

**DANIEL SCLAVON, RÉDACTEUR DU LIEN**

clairière de Rethondes, en forêt de Compiègne, le 11 novembre 1918, succède, en janvier 1919, une conférence internationale de Paix organisée, à Paris, au château de Versailles, par les vainqueurs, sans la participation des représentants des nations vaincues, qui a comme objectif premier de réfléchir à la reconstruction de l'Europe et de mettre en place les bases de relations internationales garantissant la paix.

Un objectif qui deviendra rapidement secondaire, l'important

des discussions tournant essentiellement autour de la question des frontières et du montant des réparations.

Il est vrai que les 1.000 experts, provenant de 27 nations différentes, qui travaillent dans pas moins de 52 commissions techniques, sont confrontés à une tâche écrasante.

Ils doivent, tout en tenant compte du nouveau destin de la Russie soviétique et du déséquilibre économique et financier entre l'Europe ruinée, dont les

Etats-Unis sont devenus le principal créancier :

■ imposer à l'Allemagne, en application du droit des nationalités, de nouvelles frontières et tracer celles de 10 nouveaux états qui, de la Baltique à l'Adriatique, viennent de se former aux confins de l'Empire russe et sur les débris de l'Empire austro-hongrois ;

■ prendre des mesures d'urgence pour assurer le ravitaillement de l'Europe en denrées alimentaires et procéder à la res-



tauration de la vie économique - depuis 1913, la production industrielle a diminué de 18% en Europe alors qu'elle a augmenté de 41% aux Etats-Unis - dans la majeure partie du continent ;

■ fournir aux états, qui ont été ravagés par les opérations de guerre, les moyens de réparer ces dommages, aux frais des vaincus ;  
■ régler, hors de l'Europe, le sort des territoires et des intérêts allemands en Afrique, en Chine et en Océanie.

De plus, la liberté de négociation des vainqueurs est limitée car, lors de la conclusion de l'armistice, le gouvernement allemand a reçu, par la volonté expresse du président des Etats-Unis, Thomas W. Wilson, la garantie selon laquelle le traité de paix prendrait pour base les Quatorze Points énumérés dans son allocution du 8 janvier 1918 devant le Congrès américain.

C'est que, parmi tous les invi-

tés à la Conférence, certains vont avoir une influence déterminante et les travaux vont, en fait, être dominés par un directoire de quatre membres, à savoir les dirigeants des quatre principales puissances victorieuses : Lloyd George, Premier ministre britannique, Vittorio Orlando, président du Conseil italien, Georges Clemenceau, chef du gouvernement français et ministre de la Guerre, et surtout Thomas Woodrow Wilson.



**LE CONSEIL DES QUATRE :  
LLOYD GEORGE, VITTORIO ORLANDO,  
GEORGES CLEMENCEAU ET WOODROW WILSON.**

**Wilson**, fils d'un pasteur presbytérien, qui, selon l'expression ironique de Clemenceau, « se prend pour un second Messie », sait pertinemment que sans l'intervention de l'Amérique, l'issue de la guerre aurait pu être bien différente et, face à une Europe saignée à blanc, il peut se permettre d'énoncer de grands principes, de bons sentiments et de belles idées généreuses.

Porté par un idéal chrétien de paix universelle, laquelle doit être fondée sur une morale internationale, il souhaite mettre sur pied une Société Des Nations, dont le fonctionnement repose sur la collaboration entre États.

Jouissant d'un grand prestige et surtout d'une puissance économique sans égal, il veut mettre en place une nouvelle politique internationale, basée sur le « droit des peuples à disposer d'eux-mêmes », une position qui va, notamment, entraîner le dépeçage de l'Empire austro-hongrois et la création de



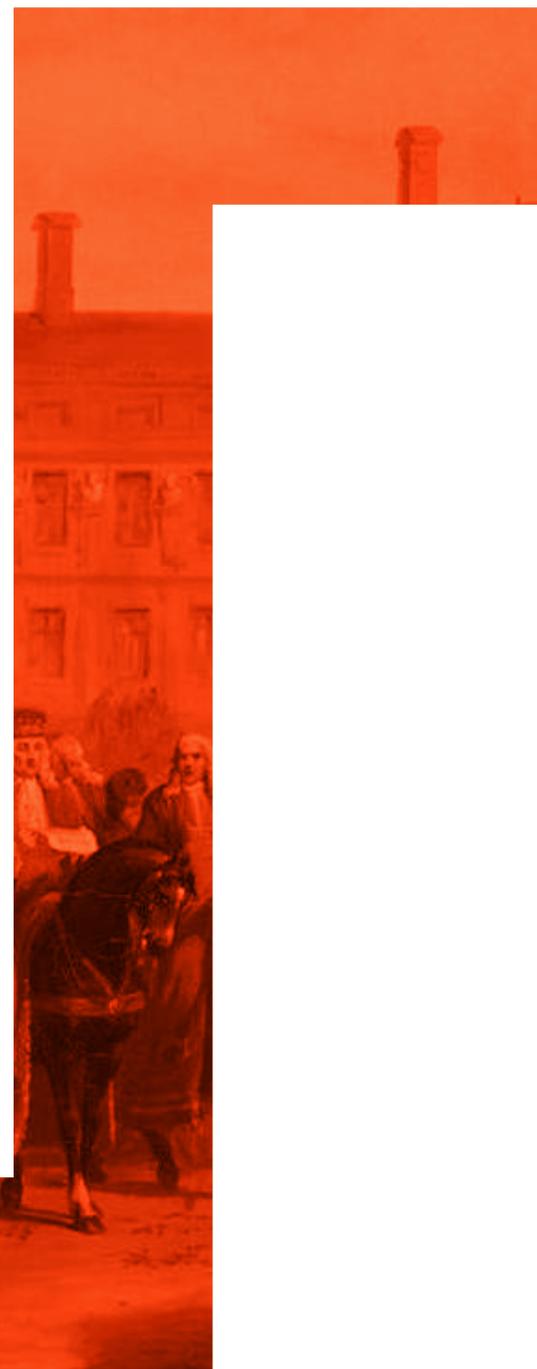
10 nouveaux états qui, s'étendent de la Baltique à l'Adriatique.

Enfin, Wilson veut aussi ménager l'Allemagne, à la fois pour éviter tout revanchisme, pour y retrouver un partenaire économique prospère et pour faire obstacle au « péril rouge », qui a triomphé lors de la Révolution russe de 1917.

A ses côtés, **Lloyd George**, premier ministre britannique, tient, dans un premier temps, à « presser le citron allemand jusqu'à ce que les pépins craquent », mais à partir de mars 1919, considérant que les Allemands ne représentent plus un rival sérieux sur les plans industriel, commercial et naval, il rétablit la politique extérieure britannique dite « d'équilibre des puissances », afin d'empêcher l'émergence d'une puissance continentale, en l'occurrence la France, capable de s'imposer aux autres sur le continent européen et de contester la suprématie anglaise.

**Clemenceau**, au contraire, considère comme juste de faire payer au vaincu le prix de la guerre et des dévastations, sous forme de "réparations", le paiement de ces lourdes indemnités ayant pour but de réduire la puissance économique de l'Allemagne et de financer la reconstruction de la France.

En effet, l'Hexagone, rappelle-t-il, a subi trois invasions allemandes (1814-1815, 1870-1871 et 1914-1918), et, tout comme la Belgique, a payé, un lourd tribut à ce dernier conflit : 1 300 000 tués, 734 000 mutilés, dont les « gueules cassées » sont le symbole, 3 000 000 de blessés et 490 000 prisonniers, bilan humain désastreux auquel s'ajoutent la destruction de 280.000 maisons et de 4.000 entreprises industrielles, la réparation de 54.000 km de routes et de 1.100 km de voies navigables, ainsi que la remise en valeur 3.337.000 hectares de terres de culture, un effort de

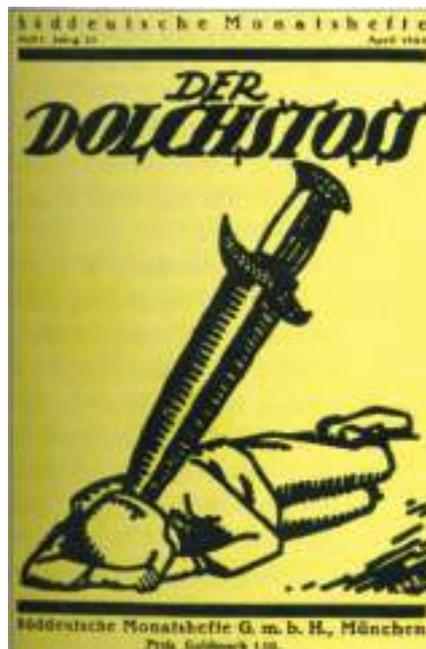


reconstruction qu'il estime à 170 milliards de marks-or !

En Allemagne, dont le territoire n'a pas connu les combats, le pays est, depuis la signature de l'Armistice par les sociaux-démocrates, profondément troublé par des affrontements violents entre les Spartakistes et les communistes du KPD naissant et les Corps francs, milices paramilitaires d'extrême-droite, et des crises révolutionnaires mettent en péril son unité et même son existence nationale.

Le tout jeune pouvoir politique est donc encore très instable, lorsque le 28 juin 1919, les dirigeants allemands se voient imposer, sous la menace d'invasion du Reich par les armées alliées, les conditions de paix du Traité de Versailles et les signataires du Traité sont traités de « criminels de novembre » par l'extrême-gauche, alors que l'extrême droite nationaliste, dont fait partie le jeune parti

d'Hitler, le NSDAP, ne leur pardonnera jamais « ce coup de poignard dans le dos de l'armée invaincue ».



AFFICHE DE PROPAGANDE DE 1921.

Quoiqu'il en soit, les clauses du Traité sont assez rudes :

■ L'Allemagne est amputée de 15 % de son territoire et de 10 % de sa population au profit de la France, de la Belgique, du Danemark, et surtout de la Pologne, recréée. Il s'agit essentiellement de régions que l'Allemagne avait naguère conquises par la force, notamment de l'Alsace et du riche bassin industriel de la Lorraine qui retourne à la France, de la région minière de la Haute-Silésie qui revient à la Pologne ainsi que des territoires situés à l'est de la ligne Oder-Neisse, la Prusse occidentale et la Posnanie, régions à l'agriculture excédentaire, ce qui, économiquement, représente une immense perte.

■ Le montant des réparations des dommages causés par l'Allemagne aux Gouvernements alliés et associés et à leurs nationaux est fixé par la Commission des réparations à la conférence de Londres de mai 1921, à 132 milliards de



marks-or, ce qui, au taux actuel représente 1961 milliards d'euros, une somme certes très élevée mais qui ne tient pourtant compte que des dommages civils, et qui, en plus, est calculée non pas sur la base de ce que l'Allemagne devrait payer, mais pourrait payer.

Notons qu'en 1932, les alliés renoncent à toute indemnité de guerre (moratoire Hoover), l'Allemagne étant durement touchée par la crise financière et économique de 1929, et qu'elle n'aura versé au total que 22,8 milliards de marks-or au titre des réparations !

■ Le traité concerne aussi les nombreuses clauses militaires, qui sont prises pour limiter le pouvoir militaire de l'Allemagne, protéger les États voisins et, comme l'exprime Clemenceau, pour « enlever à l'Allemagne l'envie de recommencer ».

■ Enfin, et c'est sans doute la

clause qui provoque le plus grand mécontentement, auprès des dirigeants politiques et de l'opinion publique en Allemagne, celle-ci est reconnue seule coupable du déclenchement de la guerre, mise au ban de la politique internationale et, humiliation suprême, exclue, temporairement, de la Société des Nations, qui voit le jour à Genève le 10 janvier 1920.

Alors que penser de ce Traité ?

Dès sa signature, il est accablé de nombreuses critiques et certains historiens y voient même une des causes de l'accession au pouvoir des nazis, une affirmation qui, jusqu'à aujourd'hui, fait l'objet d'un débat historiographique controversé.

En fait, la première critique porte sur le fait que les nations vaincues ont été exclues de toutes les négociations de paix et qu'on n'a pas saisi l'opportunité de faire ce qu'avaient fait les Alliés en



1814-1815 au Congrès de Vienne. A l'époque, la France napoléonienne, vaincue, avait été très vite réintégrée dans le concert européen, avec des droits égaux.

De même en 1871, contrairement à l'article 231 du Traité de Versailles qui faisait peser la seule responsabilité de la guerre sur les épaules de l'Allemagne, on n'avait pas attribué à la France qui, ne l'oublions pas avait déclaré la guerre à l'Allemagne, la seule responsabilité du conflit, transformant la dette en châtiment. Bismarck avait alors été plus cyniquement traditionnel : le vaincu devait payer simplement (5 milliards de francs or en 3 ans tout de même), parce qu'il était vaincu. Aucun jugement moral n'intervenait en l'occurrence.

Mais, c'est un économiste britannique réputé, John Maynard Keynes, représentant du Trésor britannique à la Conférence de la Paix, qu'il va d'ailleurs quitter en pleines négociations, qui va

jouer un rôle prépondérant dans une critique virulente du Traité, notamment avec son livre devenu un classique « Les conséquences économiques de la paix ».



Ce véhément réquisitoire, qui présente les hommes d'Etat européens de la Conférence comme étant uniquement inspirés par « l'avidité, les faux sentiments, les préjugés et la fourberie » et le président Wilson comme « un Don Quichotte aveugle et sourd » terrorisé par Clemenceau ou hypnotisé par Mr. Lloyd George, va recevoir un accueil phénoménal en Allemagne bien évidemment, mais aussi aux Etats-Unis.

Keynes se dresse violemment

contre cette « Paix Carthaginoise », démontrant le caractère monstrueux des clauses économiques et financières qu'on impose solennellement à l'Allemagne et autres nations vaincues.

Alors qu'en Grande-Bretagne, les jugements de Keynes ne sont pas unanimement appréciés, aux Etats-Unis, si le texte essuie bien la protestation de plusieurs délégués américains à la Conférence, dont John Foster Dulles qui deviendra secrétaire d'État américain sous la présidence de Dwight Eisenhower, selon lesquels l'économiste dénature les choses et qui récuse ses conclusions d'ensemble, le mal est fait et le sénat américain finira par ne pas ratifier le Traité, le vidant, dès le départ, de tout sens.

Et pourtant, des études scientifiques récentes démontrent que, non seulement la république de Weimar a fait preuve d'un manque de volonté manifeste dans le paiement des dommages de guerre,

mais surtout que, contrairement aux assertions de Keynes, le montant annuel des réparations payées par l'Allemagne entre 1920 et 1932 n'a jamais dépassé 8,3 % du PIB et est resté la plupart du temps en dessous de 3 %, alors que l'économiste britannique avançait des chiffres de 25 à 50 %.

Toutefois, outre les réparations imposées à l'Allemagne et les transformations territoriales subies par les Empires déchus, le Traité de Versailles et les traités annexes ont cependant eu une série d'autres conséquences, des plus importantes.

■ La première est de vouloir traduire dans les faits le droit des nations à disposer d'elles-mêmes, sans en tirer toutes les conséquences. Ainsi, il est vite apparu impossible de créer autant d'États qu'il y avait de nationalités, en particulier dans les Balkans, parce qu'il était estimé que des États trop petits ne seraient pas viables



et, dans ces conditions, il a fallu réunir des nationalités qui n'avaient pas toujours de sympathie les unes pour les autres. Ce fut le cas de la Tchécoslovaquie et de la Yougoslavie.

■ La deuxième conséquence est, qu'en dépit de la vague d'isolationnisme des années 1920, on assiste à l'entrée des États-Unis dans la politique européenne et le fait qu'une guerre européenne, ne peut que déboucher sur un changement géopolitique de caractère mondial.

■ Une troisième conséquence est que les États acceptent de perdre une part de leur autonomie, en constituant une « Société des Nations », prémisse à la fondation 25 ans plus tard de l'ONU.

■ Enfin, la quatrième conséquence est que les traités ont voulu rendre l'Allemagne responsable de toutes les destructions dues à la guerre et que, si cet article avait uniquement pour but de simplement déterminer les bases juridiques des « Réparations » que les Allemands devaient payer, il sera considéré comme

une condamnation morale et ne sera jamais admis par l'opinion allemande, fragilisant dès le début la jeune démocratie de la République de Weimar.

Dès lors, si nous devons retenir du traité de Versailles, qu'il a été loin d'être une réussite, il n'en est pas moins vrai que l'historiographie des traités, qui mettent fin à la Grande Guerre, a considérablement évolué et que nul ne songe plus aujourd'hui à soutenir, du moins de façon lapidaire, que Versailles a conduit tout droit à la Seconde Guerre mondiale.



Il est, en effet, trop facile d'avancer une cause monocausale à l'accession au pouvoir d'Hitler et du Parti national socialiste des travailleurs allemands, le NSDAP, et les recherches récentes mettent en lumière toute une série d'explications, parmi lesquelles :

■ La crise économique mondiale des années 30 et la hausse exponentielle du chômage qui, en 1932, plonge 20 millions d'Allemandes et d'Allemands dans la précarité.

■ L'agonie des partis politiques démocratiques, qui, dans l'incapacité de s'entendre pour former une coalition majoritaire au Reichstag, ouvrent une voie royale aux partis antidémocratiques de l'extrême gauche, le KPD, parti communiste, et surtout de l'extrême droite, les nazis.

■ Les failles de la Constitution de Weimar de 1919, qui confère

au Président de la république, le pouvoir exorbitant de nommer un Chancelier qui gouvernera par décrets-lois, éliminant ainsi les partis et l'utilité du parlement.

■ L'influence prépondérante du grand patronat et des milieux d'affaires, les Thyssen, Krupp, Siemens, ... qui, dans la crainte d'un soulèvement révolutionnaire « à la russe », entrevoient le NSDAP comme le seul rempart contre le péril communiste et financent les campagnes d'Hitler.

■ Les classes dirigeantes de l'ex-empire, monarchistes, nobles, hobereaux, grands propriétaires terriens, officiers de l'armée, qui estiment pouvoir ouvrir à Hitler les portes de la chancellerie, croyant encore possible de l'instrumentaliser au service de leurs intérêts.

■ La petite bourgeoisie et une partie de la classe moyenne - épargnants et rentiers, détenteurs

de revenus fixes saignés à blanc par la chute du mark, petits commerçants écrasés par les magasins cartellisés, petits fermiers et paysans endettés et pressurés par les banques, que le fléchissement des prix agricoles condamnait à la misère, couches inquiètes de la population, qui, pour les uns craignent de tomber dans le prolétariat, pour les autres voient dans le parti national socialiste la solution à leurs problèmes.

■ La propension relativement forte à croire à des forces charismatiques que l'on rencontre dans la culture allemande, croyance dans « les hommes qui font l'histoire », à l'instar de Frédéric II de Prusse ou de Bismarck, le petit caporal bohémien apparaissant alors comme le « sauveur » de la nation, seul capable de rendre à l'Allemagne humiliée sa prospérité et sa dignité sur la scène internationale.



Et c'est ainsi qu'a lieu, le 30 janvier 1933, la passation de pouvoir à Adolf Hitler, marquant le point de départ d'une évolution qui, en peu de temps, va balayer radicalement en Allemagne un système démocratique et constitutionnel, ce qui permet à l'écrivain autrichien Stefan Zweig d'écrire dans « Le monde d'hier. Souvenirs d'un européen » :



STEFAN ZWEIG (1881-1942).

« Tous les chevaux de l'Apocalypse se sont rués à travers mon existence : révolution et famine, dévalorisation de la monnaie et terreur, épidémies et émigration; j'ai vu croître et se répandre sous mes yeux les grandes idéologies de masse, fascisme en Italie, national-socialisme en Allemagne, bolchevisme en Russie, et avant tout cette plaie des plaies, le nationalisme, qui a empoisonné la fleur de notre culture européenne.

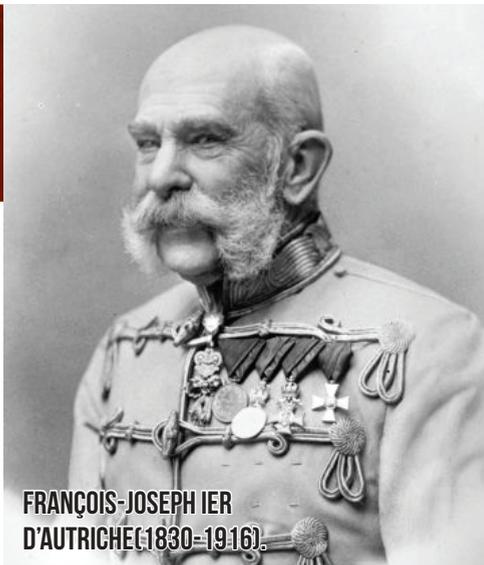
Il m'a fallu être le témoin sans défense et impuissant de cette inimaginable rechute de l'humanité dans un état de barbarie que l'on croyait depuis longtemps oublié, avec son dogme antihumaniste érigé en programme d'action. »

**À MÉDITER**

**L'EXEMPLE DE L'EMPEREUR**

**FRANÇOIS-JOSEPH**





FRANÇOIS-JOSEPH IER  
D'AUTRICHE (1830-1916)

Faisant suite aux dernières élections de mai dernier, qui ont vu le parti d'extrême droite, le Vlaams Belang, émerger en Flandre, Nicolas Zomersztajn, du Centre Communautaire Laïc Juif, CCLJ, nous livre un article sur le cordon sanitaire, qui mérite réflexion.

« Pour mieux cerner la situation dans laquelle se trouvait le Roi Philippe lorsqu'il devait accepter ou non de recevoir le président du Vlaams Belang dans le cadre de ses consultations post électorales, il est intéressant de se pencher sur l'attitude exemplaire de l'Empereur François-Joseph d'Autriche-Hongrie face au parti antisémite de Karl Lueger à la fin du 19ème siècle.

*Dans le cadre de ses consultations post électorales, le Roi Philippe a reçu le président du Vlaams Belang, le parti flamand d'extrême droite. Ce geste a suscité un débat à travers la Belgique. Pour les uns, le chef de l'Etat a commis une grave erreur en rompant le cordon sanitaire autour de l'extrême droite. Pour d'autres, il n'avait pas d'autre choix que de recevoir le leader du deuxième parti de Flandre et du troisième parti de Belgique.*

*Ce dilemme n'est pas neuf pour un monarque qui souhaite garantir les valeurs fondamentales de l'Etat sur lequel il règne. Dans un contexte différent mais présentant certaines similitudes, l'Empereur François-Joseph qui régna sur l'Autriche-Hongrie de 1848 à 1916 fut aussi confronté à la percée de l'extrême droite antisémite envers laquelle il ne manifesta aucune sympathie.*

*L'ouverture d'esprit, le cos-*

*mopolitisme qui caractérisait Vienne, la capitale de l'Empire austro-hongrois, coexistaient avec un antisémitisme virulent se concrétisant sur le plan politique par l'émergence d'un parti antisémite, le Parti chrétien-social dirigé par Karl Lueger.*

*Le discours antisémite de Lueger a des accents que nous qualifierons aujourd'hui de populiste. Il s'adresse aux laissés pour compte de la politique libérale et des transformations économiques et industrielles de l'Empire. Dans Le Monde d'hier, souvenirs d'un Européen, le grand écrivain viennois Stefan Zweig nous livre les clés du succès de Lueger : « Ce mécontentement et ces inquiétudes furent exploités par un chef habile et populaire, le Dr.Karl Lueger, et avec sa devise : «Il faut aider les petites gens », il entraîna derrière lui toute la petite bourgeoisie et la classe moyenne aigrie, dont l'envie envers les privilégiés de la fortune était bien*

DANIEL SCLAVON, RÉDACTEUR DU LIEN

*moindre que la crainte de tomber de sa bourgeoisie dans le prolétariat. C'était exactement la même couche inquiète de la population que plus tard Adolf Hitler rassembla autour de lui ».*



**KARL LUEGER (1844-1910).**

*Le Parti chrétien-social a remporté les élections municipales à Vienne en 1895. Leur leader, Karl Lueger, est élu maire sur un programme ouvertement antisémite. Son slogan est on ne peut plus explicite : « La Grande Vienne ne doit pas devenir la Grande Jérusalem ».*

*Face à ce succès non désiré, les libéraux et les conservateurs de la Cour impériale et des dignitaires ecclésiastiques s'unissent dans une action spectaculaire : ils demandent au Pape la condamnation du parti. Mais Léon XIII, se laissant convaincre par la défense des chrétiens-sociaux, donne à Lueger sa bénédiction !*

*L'Empereur François-Joseph refuse alors d'entériner son élection, comme le prévoit la loi. A quatre reprises, on procédera à une nouvelle élection du maire. A quatre reprises, l'Empereur refusera de reconnaître le résultat du vote. Le conflit dure deux ans, et c'est finalement l'autorité impé-*

riale qui sort affaiblie du bras de fer.

Réélu pour la cinquième fois, Lueger ne peut plus être écarté par François-Joseph qui doit se résoudre en 1897 à entériner son élection à la mairie de Vienne à la suite du succès du Parti chrétien-social aux élections au Reichsrat.

Cette élection confère à la capitale de l'Autriche-Hongrie la particularité d'être la seule ville d'Europe dirigée par un parti antisémite. C'est dans ce contexte d'une société où le raffinement culturel contraste avec l'antisémitisme que les Juifs sont présents dans tous les domaines de la création artistique et littéraire, sur les scènes des théâtres puis même dans les débuts du cinéma, ils sont à l'avant-garde de la médecine et des autres sciences. L'apport du monde juif au rayonnement culturel exceptionnel de Vienne au tournant du siècle est essentiel.

Reconnaissants à la monarchie de leur avoir donné la possibilité d'exister en respectant leur spécificité, de prospérer et de manifester leurs capacités intellectuelles, les Juifs D'Autriche-Hongrie se montrent parmi les plus ardents partisans de l'empereur François-Joseph. Saluant sa politique d'émancipation et de tolérance, les Juifs l'appelaient affectueusement en yiddish « Ephraïm Yossele ». Ce qui faisait dire aux antisémites que François-Joseph était « der Judenkaiser », l'empereur des Juifs !

D'aucuns diront qu'en démocratie, c'est le peuple souverain qui choisit. Il a donc raison même si c'est l'extrême droite qui sort vainqueur. C'est façon de voir les choses est réductrice car la démocratie ne résume pas à l'élection. Elle se fonde aussi sur des valeurs, principes et des institutions (cours et tribunaux, presse, ONG, ...) donnant à ce régime politique sa vitalité et sa raison d'être.

Tout en respectant l'Etat de droit et la séparation des pouvoirs, un chef d'Etat n'est donc pas tenu de rencontrer ni de solliciter le point de vue des dirigeants d'un parti dont les fondements et les idées sont contraires aux valeurs démocratiques du pays. C'est en cela que l'exemple de François-Joseph est intéressant. Même s'il a dû se résigner à confirmer l'élection de Lueger, il a compris que son autorité lui imposait de poser cet acte politique et symbolique de se dresser contre ce leader antisémite. »

A méditer.

**25 OCTOBRE 2019 | 19H30**

Salon Gothique de la Ville de Mons.

Dans le cadre des **50 ans du CAL**, **CONFÉRENCE DÉBAT** suivie d'un repas.

« **Laïcité et Liberté de la Presse** » **François de Brigode**, journaliste à la RTBF.

Introduction par **Nicolas Martin**, Bourgmestre de Mons « **la Laïcité dans la Cité** »

**Adresse du Jour** : Hôtel de Ville de Mons Grand Place 22 7000 Mons

**12 NOVEMBRE 2019 | 19H00**

**CONFÉRENCE DÉBAT** à la Maison de la Laïcité de Frameries.

« **La démocratie des crédules** » en lien avec le phénomène des Fakes news,  
par **Eddy Caekelberghs**, journaliste à la RTBF.

**Adresse du Jour** : Maison de la Laïcité de Frameries 152, rue de la Libération 7080 Frameries

**14 NOVEMBRE 2019 | 19H00**

**SOIRÉE REPAS SOLIDAIRE** à la Maison de la Laïcité de Frameries,  
au profit de l'**association Dynamo International**.

Service d'aide aux jeunes spécialisé dans le travail social de rue.

**Adresse du Jour** : Maison de la Laïcité de Frameries 152, rue de la Libération 7080 Frameries

**23 NOVEMBRE 2019 | 14H00**

En collaboration avec la régionale du Centre d'Action Laïque,  
Picardie Laïque **TROISIÈME ÉDITION DE LA « GRATIFÉRIA »**.

**Adresse du Jour** : Maison de la Laïcité de Frameries 152, Rue de la Libération 7080 Frameries

**À VOS AGENDAS!**



le vendredi 25 octobre 2019  
à partir de 18h30

# Conférence dînatoire

de François de Brigode,  
Journaliste à la RTBF

**« PLUS QUE JAMAIS IL FAUT COMBATTRE  
L'INFAUX (LE FAUX) ET PAS L'INFO! »**



@ Télépro.be



Les Maisons de la Laïcité de Frameries, de Mons et de Colfontaine, les Amis de la Laïcité de Qvaregnon et Wasmuel, le CAL «Galileo Galilei» de St-Ghislain, Picardie Laïque et la Ville de Mons ont le plaisir de vous inviter à la conférence dînatoire «Plus que jamais il faut combattre l'infoux (le faux) et pas l'info!», de M. François de Brigode.

18h30 : Visite guidée de l'exposition «50 ans du CAL» possible;

19h00 : Cocktail dînatoire;

19h30 : Prises de parole de M. Nicolas Martin, Bourgmestre de la Ville de Mons et M. Luc Pirson, Président de Picardie Laïque;

20h00 : Conférence de M. François de Brigode, Journaliste à la RTBF, suivie d'un échange avec le public.

**Hôtel de Ville de Mons (Salon Gothique) - 27 Grand Place à 7000 Mons**

**Prix : 25 euros | Buffet froid et chaud**

**Infos et réservations obligatoires au 065/ 31.64.19 pour le 20 octobre**

**Versement sur BE23 0682 2267 9691**



**MONS**



Editeur responsable : L. Pirson - 44 Rue de la Grande Triperie - 7000 Mons



Maison de la Laïcité  
de Fraternité

