Chapitre 1

La diplomatie à l'ère d'internet et des médias sociaux

Stéphane Paquin

Internet et les médias sociaux ont profondément transformé l'exercice du métier de diplomate, qui doit désormais maîtriser l'art de la diplomatie numérique, devenir un expert de la « twiplomatie » et des *big data* tout en évitant l'écueil des *fake news*.

Après avoir reçu son premier télégraphe au milieu du XIXe siècle, le Premier ministre britannique Lord Palmerston aurait affirmé : « Mon Dieu ! Ceci est la fin de la diplomatie ! » La diplomatie a pourtant survécu au télégraphe ainsi qu'à d'autres innovations technologiques d'importance, que ce soit le téléphone ou le télécopieur. L'introduction d'internet, au début des années 1990, puis la création des médias sociaux, dont Facebook en 2004 et Twitter en 2006, qui ont mondialisé les communications, sont venues à leur tour transformer les pratiques de la diplomatie.

Lorsque le président Woodrow Wilson, après la première guerre mondiale, en appelait à une diplomatie ouverte qui procéderait sous le regard public, il était loin de se douter de l'évolution qu'elle connaîtrait un siècle plus tard. Depuis le début du xxie siècle, internet et

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 35 08/06/2021 14:38

les médias sociaux ont radicalement modifié l'environnement dans lequel les diplomates évoluent. Bien que le métier de diplomate ait toujours comporté une dimension publique, les technologies numériques ont touché de plein fouet le principe de hiérarchie, la culture du secret et l'aversion pour le risque qui le caractérisent. L'apparition des termes de diplomatie numérique, d'*e-diplomacy* ou encore de cyberdiplomatie témoigne de l'utilisation croissante d'internet et des médias sociaux par les ministères des Affaires étrangères (MAE) dans la poursuite de leurs objectifs. La diplomatie par Twitter, ou « twiplomatie », a même le potentiel de délégitimer les canaux traditionnels de la diplomatie.

Internet et les médias sociaux sont devenus, par la force des choses, les outils de diplomatie publique les plus importants. D'un côté, les très grandes capacités de diffusion et de collecte d'informations permettent de défendre et de promouvoir les intérêts nationaux. De l'autre, la nouveauté, l'évolution rapide et le contrôle de ces outils par des entreprises privées créent de véritables défis techniques et stratégiques. Cela pose la question du contrôle de ce qui est diffusé et par qui. L'approche hiérarchique et descendante des MAE rend complexifie en outre leur utilisation des médias sociaux. Selon John Kerry, ancien secrétaire d'État américain sous la présidence de Barack Obama et envoyé spécial de Joe Biden pour le climat depuis 2020, « le terme *diplomatie numérique* est absolument redondant — il ne s'agit que de diplomatie, point à la ligne[1] ». Nous allons voir pourtant qu'internet et les médias sociaux ne font pas que modifier profondément les deux pierres angulaires de la diplomatie que

1 Cité dans Jovan Kurbalija, « The Impact of the Internet of Diplomacy and ICT on Contemporary Diplomacy », dans Pauline Kerr et Geoffrey Wiseman (eds), *Diplomacy in a Globalizing World. Theories and Practices*, Oxford, Oxford University Press, 2017 [2e éd.], p. 151. Les citations provenant de livres anglais sont traduites par l'auteur.

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 36 08/06/2021 14:38

sont la communication et l'information. Ils contribuent également à reconfigurer les relations de pouvoir dans le milieu diplomatique et à travers le monde.

Les médias sociaux et la diplomatie publique

L'importance grandissante d'internet et des médias sociaux dans l'univers diplomatique est de plus en plus perceptible. Depuis le début des années 1990, les outils de la diplomatie ont été complètement modifiés. Les téléphones et télécopieurs ont été délaissés au profit des courriels, d'internet et des médias sociaux. Durant la pandémie de Covid-19, en 2020-2021, les forums multilatéraux de chefs d'État ont dû être remplacés par des rencontres *via* les outils de visioconférence Zoom ou Teams. Au plus fort de la pandémie, les médias sociaux sont devenus les moyens de communication les plus efficaces et les plus sûrs.

Ces transformations sont récentes. Certes, les courriels existent depuis les années 1960, notamment au sein de l'armée américaine, et le partage de fichiers électroniques s'effectue depuis les années 1970, mais c'est la création du World Wide Web en 1989 qui a radicalement transformé les télécommunications. Créé en 1991, internet ne devient populaire qu'à la fin de la décennie. Dès 1998, il compte 180 millions d'utilisateurs, qui s'élèvent à 1,3 milliard en 2007 et à plus de 4,5 milliards en 2020. En 2003, 150 millions de recherches sur Google sont effectuées quotidiennement. Leur nombre s'élève à 1 milliard en 2006 et à plus de 5,6 milliards en 2020[2].

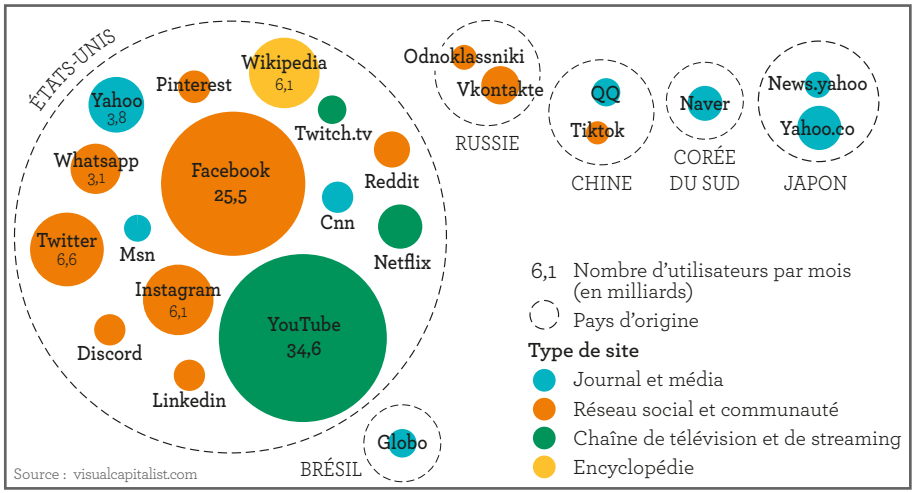
Outils en ligne permettant la publication de contenus créés

SUITE PAGE XX

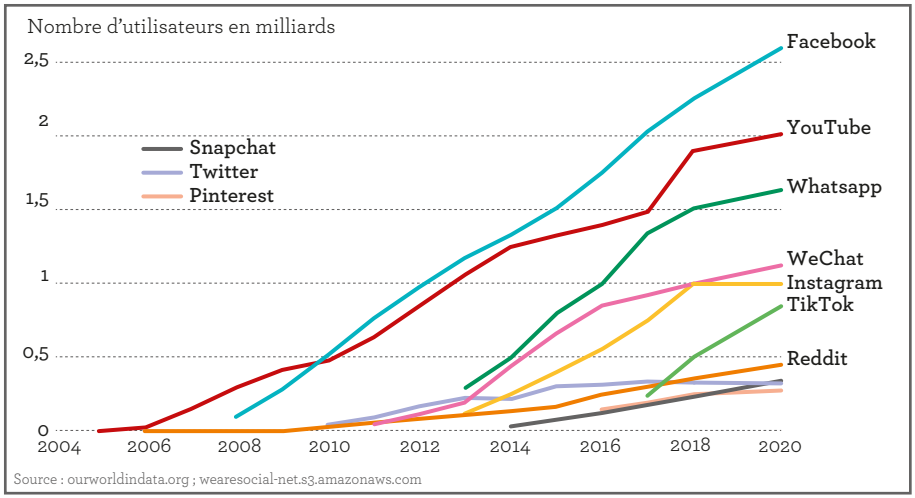
2 Stéphane Paquin, *Économie politique internationale. Mondialisation et gouvernance globale*, Paris, Montchrestien, 2021 [3e éd.], p. 32.

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 37 08/06/2021 14:38

Les principaux médias et réseaux sociaux dans le monde, 2020

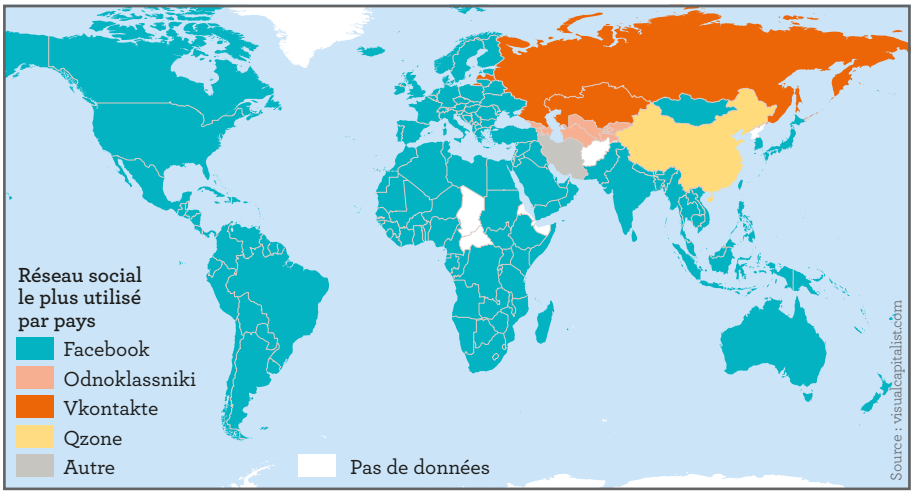


Les utilisateurs des réseaux sociaux dans le monde, 2004-2020

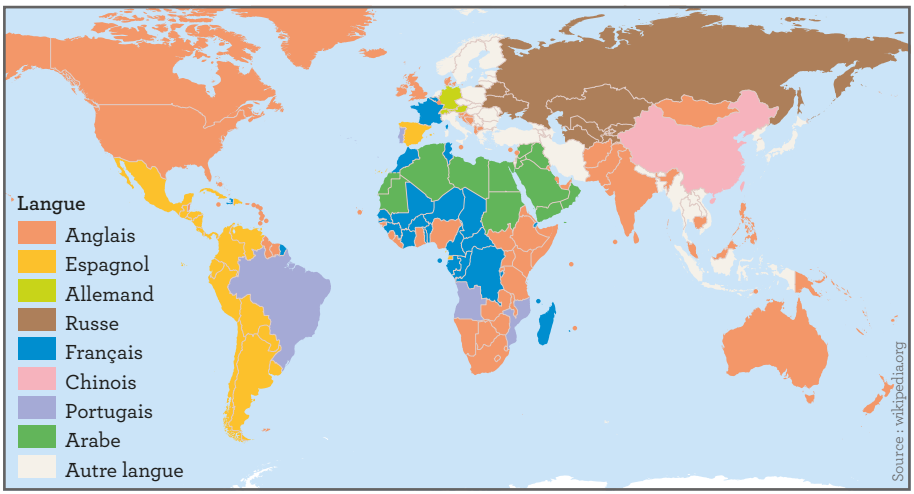


01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 38 08/06/2021 14:38

Les réseaux sociaux les plus populaires, 2020



Les langues de consultation des pages Wikipedia



01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 39 08/06/2021 14:38

par l'utilisateur, les médias sociaux incluent les blogs, les vlogs, les wikis comme l'encyclopédie en ligne Wikipédia, en plus de Facebook, Twitter, WhatsApp et YouTube, pour ne nommer que les plus connus. Ce sont des inventions récentes : Wikipédia est créé en 2001, Facebook en 2004, YouTube en 2005, Twitter en 2006, Instagram en 2010, WhatsApp en 2009 et Snapchat en 2011.

Wikipédia est l'un des médias sociaux les plus anciens et demeure l'un des plus importants. *Wiki* signifie en langue hawaïenne « rapide » ou « informelle », et l'acronyme WIKI désigne « *What I Know Is* », c'est-à-dire « ce que je sais ». Lancée en 2001, cette encyclopédie en ligne est désormais publiée en plus de 300 langues. Elle compte plus de 2 millions d'entrées en français, plus de 6 millions en anglais et 2,5 millions en allemand[3]. Wikipédia illustre bien la philosophie collaborative des médias sociaux, puisque quiconque peut modifier le texte de ses articles, y compris les diplomates. Le site, toutes langues confondues, comptabilise chaque mois près de 500 millions de visiteurs, soit davantage que la population totale de l'Union européenne en 2021 (environ 450 millions). Facebook dénombre quant à lui environ 2,6 milliards d'utilisateurs dans le monde, contre 2 milliards pour YouTube et WhatsApp, 1 milliard pour Instagram, 400 millions pour Snapchat et 326 millions pour Twitter[4].

Internet et les médias sociaux affectent profondément l'environnement dans lequel les MAE opèrent leur diplomatie publique, ou *diplomatie d'influence* comme l'on nomme également cette pratique en France. Selon Christian Lequesne, la diplomatie publique a pour fonctions : 1) de procéder à la diffusion ouverte d'information sur les positions officielles du gouvernement auprès des sociétés ;

3 Cité sur la page Web de Wikipédia.

4 Cité sur le site Web Sproutsocial.com

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 40 08/06/2021 14:38

2) d'assurer la diffusion des positions internationales du gouvernement auprès des médias, notamment des correspondants étrangers ; 3) de favoriser l'échange de positions avec un public large, par exemple par l'organisation de débats d'idées ; 4) de développer des politiques d'échanges culturels, notamment dans le domaine de l'éducation, des arts ou du sport[5].

Devenus des sources privilégiées d'information non seulement pour les journalistes, mais également pour les citoyens, Twitter et Facebook sont désormais des outils incontournables de la diplomatie publique. Ils permettent de diffuser des conférences ou des débats d'idées en direct ou en rediffusion. Ils sont également utilisés pour rendre des comptes, notamment en matière d'échanges culturels, d'éducation, d'art, etc. Quoi de plus efficace que de publier une photographie sur Twitter pour commémorer un événement important ?

Le premier MAE à avoir mis sur pied une équipe de travail dédiée à la diplomatie numérique est le département d'État du gouvernement des États-Unis. La Taskforce on eDiplomacy a été mise en place dès 2002, à la suite des attentats du 11 septembre 2001. La diplomatie américaine devait devenir plus proactive et transmettre des messages plus ciblés que par le passé. Sous l'administration de Barack Obama, Hilary Clinton, secrétaire d'État, souhaitait mettre en place une plateforme sur l'art de gouverner au XXIe siècle qui irait au-delà des relations traditionnelles de gouvernement à gouvernement et s'adresserait directement aux citoyens du monde entier. Aujourd'hui, le département d'État dispose de 25 sections dédiées à la diplomatie numérique, avec plus de 1 000 employés. Le département d'État recourt quotidiennement aux médias sociaux pour surveiller les informations mises en

5 Christian Lequesne, « La diplomatie publique : un objet nouveau ? », *Mondes. Les cahiers du Quai d'Orsay*, 11, 2013, p. 11.

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 41 08/06/2021 14:38

ligne et modifier ses messages à destination de l'opinion publique. Il suit les flux sur Twitter dans plus de 100 langues. Cette équipe a été renommée Office of eDiplomacy en 2017[6].

La France, le Royaume-Uni et le Canada ont également suivi le mouvement. En 2008, le gouvernement français indique que sa diplomatie d'influence s'appuie sur sa diplomatie numérique. En 2009, il crée un compte Twitter (@francediplo), une page Facebook et divers comptes d'autres médias sociaux comme une chaîne YouTube et un compte Instagram. En novembre 2020, son compte Twitter détient 1,1 million d'abonnés.

La plupart des MAE, des ambassades et des consulats possèdent désormais un site internet, une page Facebook, un compte Twitter, une chaîne YouTube, en plus de leurs comptes Instagram, Flickr, Snapchat ou DipNote. Les diplomates font un usage journaliser de ces nouvelles technologies. Dans certains pays, comme la Suède, des ambassadeurs tiennent même systématiquement un blog. Twitter a souvent remplacé la traditionnelle revue de presse.

Selon l'édition 2020 de *Twiplomacy*, les gouvernements de 189 pays sont présents sur les médias sociaux : ils représentent 98 % des pays membres des Nations unies. Les petits pays, qui disposent de ressources moindres, y sont particulièrement actifs. Le Pérou, par exemple, suit 509 leaders mondiaux sur Twitter. En 2020, seuls le Laos, la Corée du Nord, le Turkménistan et Sao Tomé-et-Principe sont absents des médias sociaux.

Les chefs d'État de 163 pays ainsi que 132 ministres des Affaires étrangères possédaient un compte Twitter en 2020. Le nombre de pages, personnelles et institutionnelles, des chefs d'État, publiées

6 Olubukola S. Adesina, « Foreign Policy in an Era of Digital Diplomacy », *Cogent Social Sciences*, 3 (1), 2017, p. 9.

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 42 08/06/2021 14:38

sur Facebook, dépasse les 620 millions, alors qu'ils ont collectivement publié plus de 8,7 millions de « tweets » (ou de « gazouillis », selon l'expression consacrée au Québec), depuis la création de leurs comptes. Certains sont très suivis : en 2020, 125 millions de personnes sont abonnées au fil Twitter de Barack Obama, 87 millions pour Donald Trump, 13 millions pour Joe Biden, 6 millions pour Emmanuel Macron, 5 millions pour Justin Trudeau et 3 millions pour Boris Johnson. Parmi les leaders du G7, seule Angela Merkel ne possède pas de compte personnel[7].

La transformation de la diplomatie

La représentation est une des plus anciennes fonctions de la diplomatie. Même si les rencontres autour du globe demeurent, les diplomates recourent désormais aussi aux représentations virtuelles. En 2007, la plateforme Second Life était utilisée par plusieurs pays, dont les Maldives et la Suède, dans le but de créer des « ambassades virtuelles ». D'après le gouvernement suédois, la plateforme devait fournir à faible coût de l'information sur le pays. Ce type d'expérience a cependant été rapidement abandonnée en raison de sa difficulté d'accès. Avec le temps, il est apparu plus économique de rédiger des pages Wikipédia de qualité, qui apparaissent systématiquement en tête d'une requête sur les moteurs de recherche de type Google.

Les ambassades virtuelles tendent actuellement à prendre la forme de sites internet. Le gouvernement américain, par exemple, utilise des *virtual presence posts* (postes diplomatiques virtuels), SUITE PAGE XX

7 Twiplomacy, *Twiplomacy Study 2020*, juillet 2020, disponible sur : https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2020/

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 43 08/06/2021 14:38

Focus

La diplomatie numérique d'Israël

Ilan Manor et Rhys Crilley

Au cours de la décennie 2010, les ministères des Affaires étrangères ont entrepris un vaste mouvement de numérisation, caractérisé par une utilisation croissante des nouvelles technologies à des fins de diplomatie publique. À ce jour, 90 % des États membres des Nations unies sont présents sur les réseaux sociaux, tout particulièrement Twitter. Trois raisons l'expliquent. Premièrement, les diplomates se servent de ces plateformes pour communiquer directement avec le public étranger et court-circuiter certaines « sentinelles » traditionnelles telles que les journalistes. Deuxièmement, ils peuvent y pratiquer une forme de diplomatie en temps réel : en commentant les événements planétaires à mesure qu'ils se déroulent, ils aident les usagers à s'intéresser au monde qui les entoure. Enfin, la diffusion d'images *via* les réseaux sociaux leur offre un moyen essentiel de rallier des soutiens à leurs politiques.

En période de conflit, les diplomates ne doivent pas seulement promouvoir les politiques gouvernementales, ils doivent aussi légitimer l'emploi de la force et conserver l'appui des autres pays jusqu'à ce que les objectifs militaires nationaux soient atteints. De fait, la plupart des conflits armés déclenchent une mobilisation internationale destinée à mettre fin aux hostilités. On l'observe notamment lors des flambées de violence qui émaillent régulièrement les relations israélo-palestiniennes, comme ce fut le cas durant la guerre de Gaza de juillet-août 2014, sept semaines au cours desquelles des milliers de roquettes ont été lancées contre Israël et des milliers de civils de la bande de Gaza ont été tués.

L'analyse des 795 tweets du ministère israélien des Affaires étrangères pendant cette période révèle que la communication officielle n'a cessé d'être ajustée en temps réel, afin d'orienter la lecture du conflit et des actions d'Israël par le reste du monde. Pendant la deuxième semaine de combats, l'argumentation déployée est la suivante : Israël ne fait que répliquer aux tirs de roquette du Hamas, lequel prendrait délibérément pour cibles des civils israéliens et chercherait à mettre en œuvre un programme islamique en tout point semblable à celui de Daech. Israël se trouverait ainsi en état de légitime défense. Le 17 juillet 2014, le ministère des Affaires étrangères présente le Hamas comme une puissante organisation militaire capable de pénétrer en territoire israélien grâce à des tunnels creusés en dessous de la frontière, justifiant par là même l'offensive terrestre lancée le lendemain contre la bande de Gaza. Le 20 juillet 2014, face à l'émoi international provoqué par le lourd bilan humain des attaques, Tel-Aviv est toutefois contrainte à changer de ton : le ministère israélien des Affaires étrangères annonce la mise en place imminente d'un poste

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 44 08/06/2021 14:38

médical avancé pour soigner les blessés. Ainsi, les diplomates israéliens s'efforcent continuellement à légitimer les actions de leur gouvernement pour lui permettre d'atteindre ses objectifs militaires (notamment l'invasion terrestre de Gaza), tout en réagissant presque en temps réel aux fluctuations de l'opinion publique internationale.

Pendant le conflit, le ministère israélien des Affaires étrangères publie plus de 200 photographies et vidéos. Ces dernières cherchent notamment à présenter la vie quotidienne dans l'État hébreu comme surréaliste. L'une d'elles présente des scènes banales — une femme assise dans le métro new-yorkais, un couple s'embrassant devant la tour Eiffel — entrecoupées d'images d'Israéliens courant pour se mettre à l'abri au son d'une sirène effrayante tandis que les roquettes fusent au-dessus de leurs têtes. La réalité israélienne se veut ainsi palpable pour le public du monde entier. Une autre vidéo met en scène la décision d'un pilote israélien de ne pas ouvrir le feu sur une cible située à proximité d'enfants, puis se referme avec cette déclaration d'un porte-parole du Hamas : « Nous conduisons notre peuple à la mort. » Dans les deux cas, Israël est assimilé aux valeurs libérales occidentales, tandis que le Hamas est renvoyé au fondamentalisme incarné par l'État islamique.

Par son utilisation de Twitter, la diplomatie israélienne montre comment la numérisation, actuelle et à venir, peut servir à donner de l'État hébreu l'image positive d'une nation en lutte contre un adversaire violent, le Hamas, dépeint comme un affidé de Daech. Dans un monde digital dominé par l'incertitude, où les faits sont perpétuellement remis en cause y compris par des gouvernements nationaux, cet usage marque un tournant. À travers les tweets de ses diplomates pendant la guerre de Gaza, Israël a présenté au public international une dichotomie entre le « bien » et le « mal ». Il a su adapter sa narration numérique à une situation constamment changeante et il a répandu la peur dans la twittosphère occidentale en jouant sur les images et les émotions. Selon toute vraisemblance, la prochaine étape du processus de numérisation consistera à employer le *big data* pour mieux cerner les publics visés et l'intelligence artificielle pour sélectionner les contenus visuels les plus à même de les influencer.

Traduit de l'anglais par Élise Roy

POUR ALLER PLUS LOIN

SEIB Philip, *Real-Time Diplomacy. Politics and Power in the Social Media Era*, Londres, Palgrave Macmillan, 2012.

BJOLA Corneliu et HOLMES Marcus (eds), *Digital Diplomacy. Theory and Practice*, Londres, Routledge, 2015.

MANOR Ilan et CRILLEY Rhys, « Visually Framing the Gaza War of 2014 : The Israel Ministry of Foreign Affairs on Twitter », *Media, War & Conflict*, 11 (4), 2018, p. 369-391.

MANOR Ilan et CRILLEY Rhys, « The Mediatisation of MFAS : Diplomacy in the New Media Ecology », *The Hague Journal of Diplomacy*, 15 (1-2), 2019, p. 66-92.

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 45 08/06/2021 14:38

afin d'établir des liens avec des communautés situées dans des lieux où les États-Unis ne disposent pas de représentation diplomatique. Le gouvernement américain gère quarante postes diplomatiques virtuels, dont une ambassade virtuelle pour l'Iran. En 2013, après avoir fermé son ambassade en Iran, le gouvernement du Canada a financé la création d'un site internet basé à l'Université de Toronto, afin que les Iraniens puisse y discuter de leurs problématiques locales. Le gouvernement israélien a également mis en place une ambassade virtuelle qui prend la forme d'un compte Twitter dans les pays du Golfe, afin de faciliter les échanges avec ces pays.

La twiplomatie

Le terme de twiplomatie désigne la politique étrangère menée sur Twitter par des chefs d'État et des représentants des MAE. Selon Chu Wang, Twitter est devenu le média social préféré des gouvernements pour communiquer leurs positions en matière de politique étrangère[8]. Même s'il est beaucoup moins populaire que YouTube et Facebook, ce média reste stratégique : environ 25 % des comptes sur Twitter appartiennent à des journalistes et plus de 80 % des journalistes sont abonnés à Twitter[9].

8 Chu Wang, « Twitter Diplomacy : Preventing Twitter Wars from Escalating into Real Wars », *Harvard Kennedy School*, 20 mai 2019.

9 Kimberlee Morrison, « Report : Journalists Make Up a Quarter of All Verified Twitter Accounts », *Adweek*, 1er juin 2015 ; Beki Winchel, « Report : 83 % of Journalist use Twitter–but Most Still Want Email Pitches », *PR Daily*, 3 juin 2019.

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 46 08/06/2021 14:38

Pourquoi les chefs d'État l'utilisent-ils ? Contrairement aux outils classiques de la diplomatie, que ce soit les téléphones sécurisés ou les émissaires, la diplomatie sur Twitter a l'avantage de procurer une visibilité élargie. De plus, contrairement aux communiqués et aux conférences de presse, qui nécessitent par la suite une intermédiation journalistique, Twitter permet, sans le passage par les filtres traditionnels, d'atteindre un vaste réseau de personnes concernées. Le processus n'est pas ralenti par le traitement de l'information par les MAE. La twiplomatie fait passer la diplomatie publique d'une logique de communication unidirectionnelle à une logique de collaboration avec ceux qui partagent des objectifs communs et qui peuvent influencer le public cible. Twitter donne aux chefs d'État la possibilité de contrôler non seulement le sens et le ton de leurs messages, mais également leurs mots. Alors que les MAE ont la réputation d'être réfractaires aux risques, les messages sur Twitter ont l'avantage d'être courts et directs. La réaction est également beaucoup plus rapide.

Si les raisons qui rendent Twitter intéressant pour un chef d'État ou un diplomate sont nombreuses, les risques qui y sont associés ne le sont pas moins. Les élus comme les diplomates utilisent souvent les médias sociaux sans avoir reçu de formation préalable. Cela peut aboutir à des impairs ou à des problèmes plus sérieux. En janvier 2012, le ministre suédois des Affaires étrangères, Carl Bildt, publie le tweet suivant : « Je quitte Stockholm et me dirige vers Davos. J'attends avec impatience le dîner du Programme alimentaire mondial de ce soir. La faim dans le monde est un problème urgent ! » (*notre traduction*). Dès qu'il prend conscience de sa maladresse, Bildt efface son message, mais ce dernier a déjà fait le tour du monde sous l'effet démultiplicateur des partages. Les insultes proférées par des chefs d'État sur Twitter ou Facebook sont un autre exemple. On pense

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 47 08/06/2021 14:38

notamment aux provocations de Donald Trump et de Jair Bolsonaro lors du sommet du G7 à l'endroit de Brigitte Macron, épouse du président français.

Le risque est grand de relayer de l'information sensible sur Twitter. Les tweets atteignent un auditoire global et diversifié. Un tweet en principe destiné à une cible particulière parvient en réalité à un public beaucoup plus large. Comment les diplomates étrangers et les chefs d'État reçoivent-ils l'ensemble des tweets ? Et comment peuvent-ils distinguer ce qui est publié pour des motifs électoralistes et ce qui les concerne ? Les intentions de départ peuvent être mal interprétées. Ainsi, en mai 2019, le président Trump menace d'augmenter une nouvelle fois les tarifs sur les importations chinoises dans un tweet qui produit l'effet d'une bombe : les marchés boursiers mondiaux chutent de l'équivalent du PIB annuel de l'Australie[10]. Le président américain avait probablement l'intention, avec ce tweet, d'exercer une pression sur les autorités chinoises dans les négociations commerciales entre les deux pays, et non pas d'affoler les investisseurs.

En 2018, c'est le ministère des Affaires mondiales du Canada qui fait les frais d'une publication sur Twitter lorsque sa ministre Chrystia Freeland reproche au gouvernement de l'Arabie Saoudite d'avoir arrêté la sœur de Raif Badawi, blogueur saoudien et créateur du site Free Saudi Liberals, dont la femme et les enfants ont trouvé refuge au Québec.

10 Divya Balji et Matthew Burgess, « Each Word of Trump's Tariff Tweets Wiped $13 Billion Off Stocks », *Bloomberg*, 8 mai 2019.

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 48 08/06/2021 14:38

Dès le lendemain, le gouvernement saoudien expulse l'ambassadeur du Canada et interdit les programmes d'échanges d'étudiants entre les deux pays. Une organisation pour les jeunes Saoudiens publie alors sur Twitter l'image d'un avion qui semble se diriger vers la tour du Canadien National à Toronto, assortie du commentaire suivant : « Mettre son nez là où il ne faut pas ! Comme le dit le proverbe arabe : Celui qui se mêle de ce qui ne le concerne pas trouve ce qui ne lui plaît pas. »

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 49 08/06/2021 14:38

La surprise est d'autant plus grande que ce n'est pas la première fois que le Canada critique l'Arabie Saoudite à ce sujet. Les tensions montent entre les deux pays, mais visiblement pas assez pour que le premier interrompe ses ventes d'armes à la seconde — des armes qui ont été vraisemblablement utilisées dans le conflit au Yémen.

La prolifération de comptes Twitter au sein d'un gouvernement risque d'exposer divergences nationales sur la scène internationale du fait de la diffusion de messages contradictoires. Après d'importantes attaques de drones qui provoquent la mort du général iranien Qassem Soleimani, le secrétaire d'État américain, Mike Pompeo, ainsi que le secrétaire de la Défense, Mark Esper, publient en janvier 2020 plusieurs tweets pour désamorcer la situation et obtenir l'appui de plusieurs pays limitrophes de l'Iran. Un tweet envoyé en même temps par le président Donald Trump est cependant d'une tout autre nature.

Dans ce message ouvertement agressif, Donald Trump informe ses millions d'abonnés, y compris de très nombreux Iraniens, que les États-Unis ont « ciblé 52 sites iraniens d'importance » — en rappel des 52 Américains retenus en otages à l'ambassade des États-Unis à Téhéran de 1979 à 1981 — et qu'ils « frapperaient très rapidement

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 50 08/06/2021 14:38

et très durement » en réponse à toute attaque iranienne contre des Américains ou des biens américains. Tout le contraire d'une recherche de désescalade…

De même, en 2015, le Premier ministre du Canada Justin Trudeau propose d'accueillir 25 000 réfugiés syriens. Le Premier ministre de la province de la Saskatchewan, Brad Wall, proteste *via* un message publié sur Twitter et sur Facebook, dans lequel il demande la suspension de ce plan fédéral. Cette divergence est reprise dans les médias internationaux comme le Jerusalem Post et le Daily Star du Liban. Le tweet du Premier ministre est largement diffusé et déformé sur les médias sociaux, laissant croire qu'il suffit de passer la frontière canadienne pour être accepté dans le pays. Le nombre de demandeurs d'asile augmente si fortement qu'en août 2017, le gouvernement du Québec doit se résoudre à louer le stade olympique pour les héberger. La forte hausse de demandes irrégulières et les protestations du gouvernement du Québec contraignent alors le gouvernement du Canada à intervenir sur les médias sociaux et à envoyer des ministres aux États-Unis et ailleurs dans le monde afin de contrer une nouvelle vague de demandeurs.

Les médias sociaux sont également utilisés par les chefs d'État pour envoyer des messages à d'autres chefs d'État. Après l'assassinat, le 16 octobre 2020, du professeur français Samuel Paty, le Premier ministre canadien, Justin Trudeau qui, contrairement à la majorité des chefs d'État, a mis plus de douze jours à réagir à l'événement, compare la publication des caricatures du prophète Mahomet à l'acte de crier « Au feu ! » dans une salle de cinéma bondée. Considérant que la liberté d'expression doit être limitée en raison de la sensibilité des minorités sur certains enjeux (même s'il s'est rétracté depuis à ce sujet), il refuse d'utiliser l'expression de « terrorisme islamique » pour décrire l'assassinat de Samuel Paty. Le président

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 51 08/06/2021 14:38

Emmanuel Macron désapprouve cette position. Lorsque François Legault, Premier ministre du Québec, déclare sur son compte Twitter que le président français lui a téléphoné pour le remercier de son soutien indéfectible, Emmanuel Macron épingle son tweet, ce qui a pour effet de lui donner une diffusion encore plus large (eu égard aux six millions d'abonnés au compte Twitter du président français).

Diplomatie et *fake news*

Les fausses nouvelles, ou *fake news* selon l'expression popularisée par Donald Trump, sont des informations mensongères diffusées notamment par les médias sociaux afin de manipuler ou de tromper le public. Elles ont pris une importance singulière durant l'élection présidentielle américaine de 2016. En les rediffusant de façon pratiquement exponentielle, les médias sociaux ont accéléré l'entrée des sociétés dans l'ère post-vérité, où les faits sont mis de côté au profit de discours jouant sur l'émotion.

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 52 08/06/2021 14:38

En 2016, des *fake news* ont par exemple affirmé que le pape François soutenait la candidature de Donald Trump à l'élection américaine ou encore qu'Hillary Clinton avait vendu des armes à l'État islamique lorsqu'elle était secrétaire d'État[11]. Selon les données de Buzzfeed, un média en ligne dédié notamment aux médias sociaux, ces articles ont recueilli près de deux millions d'engagements (nombre de personnes ayant aimé, commenté, cliqué ou partagé la publication sur Facebook) durant les trois mois précédant l'élection américaine. À titre de comparaison, l'article du *New York Times* qui a obtenu le plus grand nombre d'engagements lors de la même période en a enregistré cinq fois moins.

La commission d'enquête présidée par le procureur spécial Robert Mueller est arrivée à la conclusion que les autorités russes ont soutenu la candidature de Donald Trump et massivement diffusé de fausses nouvelles par l'entremise de Facebook et de Twitter. Facebook a également reconnu en 2017 que le contenu de publications relié à de faux comptes russes a atteint plus de 126 millions d'utilisateurs. La difficulté à identifier les auteurs des fausses nouvelles, elles-mêmes parfois même générées par des robots, rend impossibles ou du moins entrave fortement les procédures classiques de recours en diffamation.

Au cours de sa présidence, le président Donald Trump a diffusé un très grand nombre de *fake news*. Lors de la renégociation de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), les Mexicains et les Canadiens ont été confrontés à ce type de désinformation en provenance de la Maison-Blanche. Afin de la contrer, le MAE du Canada a mené une diplomatie publique très active aux États-Unis, notamment

11 Hannah Ritchie, « Read All About iI : The Biggest Fake News Stories of 2016 », *CNBC*, 30 décembre 2016.

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 53 08/06/2021 14:38

par l'entremise des médias sociaux, en y diffusant des informations vérifiables sur l'état réel des relations commerciales des deux pays et sur l'ALENA, souvent à partir de sources officielles américaines. Le but était non pas de provoquer le président américain, mais de sensibiliser les élus du Congrès, les influenceurs politiques, les médias et les chambres de commerce afin qu'ils fassent pression sur l'entourage présidentiel.

Les médias sociaux et la reconnaissance internationale

Les médias sociaux comme Facebook ou Twitter ont également des répercussions sur la reconnaissance internationale des États. Depuis la révolution castriste de 1959, l'isolement diplomatique de Cuba est manifeste. Or, en mai 2015, le département d'État américain a décidé de s'abonner au compte Twitter du ministère cubain des Relations extérieures. Le même jour, Cuba a effectué pareil geste symbolique. Ces abonnements formels (il ne fait aucun doute que les deux pays scrutaient déjà mutuellement leurs médias sociaux) ont eu lieu deux mois avant que les États-Unis et Cuba annoncent officiellement le retour de leurs relations diplomatiques selon le site Twiplomacy. Autre exemple plus récent : dans un contexte national tendu, où Donald Trump refusait de concéder l'élection à Joe Biden, son élection à la présidence a été reconnue internationalement grâce aux tweets de plusieurs chefs d'État, qui ont pu féliciter le nouveau président quelques heures après avoir appris par les grands médias américains que Joe Biden avait remporté la victoire avec plus de 270 grands électeurs.

De surcroît, les médias sociaux deviennent eux-mêmes des acteurs importants dans la reconnaissance internationale des États nouvellement indépendants. Le Kosovo, qui a déclaré unilatéralement son

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 54 08/06/2021 14:38

indépendance de la Serbie en 2008, s'est fait reconnaître par Facebook en 2013. Cette reconnaissance est arrivée avant celles des Nations unies (parmi lesquelles la Russie s'opposait à toute forme de reconnaissance) et de l'Union européenne (car cinq États membres refusaient de reconnaître le Kosovo). L'ancien Premier ministre du Kosovo déclara : « Être listé par Facebook, c'est comme être reconnu par une superpuissance économique mondiale[12]. » Petrit Selimi, jeune ministre des Affaires étrangères du Kosovo, fut l'instigateur de cette victoire de diplomatie numérique. Avec l'appui de nombreux Kosovars et d'alliés stratégiques comme le Royaume-Uni et la Norvège, il est parvenu à ce que Facebook, Apple et Google, tout comme divers aéroports de par le monde, reconnaissent le nouveau statut du Kosovo. Les représentants du Kosovo ont admis avoir obtenu environ 500 000 euros de la part du Royaume-Uni et de la Norvège pour élaborer leur stratégie de reconnaissance numérique internationale, y compris par des mises à jour de la page Wikipédia du pays. Pour célébrer la nouvelle, l'ambassadeur américain au Kosovo a félicité le pays sur Twitter de cette reconnaissance, tandis que le ministre du Kosovo responsable de l'Union européenne a mentionné sur son compte que « Facebook [considérait] le Kosovo comme un État[13] ».

Les appellations utilisées par Google ne sont pas non plus sans conséquence. Ainsi, le MAE israélien a-t-il averti qu'en utilisant le terme de « Palestine » au lieu de « Territoires palestiniens », Google compromettait le processus de paix au Moyen-Orient. Le président palestinien Mahmoud Abbas a au contraire salué ce changement

12 Dan Bilefsky, « Kosovo Attains Status (on Facebook) It has Sought for Years : Nation », *The New York Times*, 12 décembre 2013.

13 Francesco Brunetti (ed.), *Digital Kosovo : Diplomacy and State Recognition in the XXIst Century*, Belgrade Initiative for Digital and Public Diplomacy 20 avril 2015.

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 55 08/06/2021 14:38

d'étiquette, *via* l'agence de presse palestinienne WAFA, en faisant savoir que selon lui Google avait « mis la Palestine sur la carte internet, en en faisant une réalité géographique ».

L'information : les données massives

La collecte et l'analyse d'informations constituent une mission centrale des diplomates. Avec l'avancée des nouvelles technologies de l'information, des réseaux de communication mondiaux et des médias sociaux, l'information circule aujourd'hui plus librement que par le passé. Comme le soutient le département d'État américain, « l'élément le plus précieux des nouveaux médias pour les diplomates n'est pas la capacité à s'adresser à de nouveaux publics, bien que cela soit important, mais la capacité à écouter de nouveaux publics et à mieux comprendre leurs points de vue et leurs valeurs[14] ».

Les médias sociaux offrent aux utilisateurs la possibilité de suivre en temps réel les discussions et les tendances de l'heure. Un diplomate peut, grâce à eux, s'intéresser à des auditoires ciblés pour non seulement mieux comprendre leurs positions, mais également communiquer avec eux. Les internautes consultent fréquemment Wikipédia pour obtenir de l'information sur des faits précis et s'informer en temps réel sur un événement important, comme on l'a observé au cours des « Printemps arabes » de 2011. Les MAE n'ont pas la capacité de réagir aussi rapidement que Wikipédia. Lors des crises, les médias sociaux comme Twitter, Facebook et Snapchat sont également très suivis pour leurs captations d'événements en direct.

14 US Department of State, « The "Internet Moment" in Foreign Policy », *21st Century Statecraft*, 2015 (notre traduction).

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 56 08/06/2021 14:38

L'avènement des mégadonnées, ou données massives (*big data*), a permis d'accéder rapidement à une très grande quantité d'informations. La collecte massive d'informations par l'entremise de logiciels permet d'établir de façon rapide et à peu de frais des corrélations et des tendances dans une mer de données non structurées. Les mégadonnées peuvent rendre la diplomatie plus efficace et plus inclusive. Elles ont le potentiel de transformer radicalement les quatre aspects-clés de la fonction de la diplomatie, à savoir la collecte et la diffusion d'informations, la négociation et la communication.

Grâce à l'exploration de données à l'aide d'outils quantitatifs (*data mining*), les MAE peuvent déceler des flux d'investissements ou de commerce. Ils sont alors en mesure de mieux cibler les actions à entreprendre, bien que le phénomène n'en soit qu'à ses débuts. En matière de développement, les données massives permettent de repérer des récurrences et des régularités ainsi que des modèles ou des corrélations appuyant la fonction diplomatique. Elles peuvent, par exemple, servir à mesurer l'évolution des huit objectifs du millénaire pour le développement (OMD) fixés par les Nation unies, qu'il s'agisse d'éradiquer l'extrême pauvreté et la faim ou d'assurer l'éducation pour tous. Elles sont aussi utiles pour évaluer les phénomènes liés au changement climatique, à une crise humanitaire ou à une pandémie.

Les données massives sont essentielles pour réaliser des analyses plus précises, utiles aux MAE pour agir en amont des événements. Selon Barbara Rosen Jacobson et ses collègues, elles sont pertinentes dans plusieurs domaines de la diplomatie. Elles servent à : 1) procurer de l'information inédite difficilement accessible ; 2) évaluer les programmes et les progrès de la mise en œuvre d'une convention internationale ; 3) suivre en temps réel des crises

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 57 08/06/2021 14:38

comme une catastrophe naturelle ou une pandémie ; 4) développer des services consulaires en amont des crises[15].

L'exploitation des mégadonnées est par ailleurs utile pour recueillir auprès des médias de la planète des informations sur tel chef d'État ou tel projet de politique publique. Les algorithmes existants aspirent une quantité phénoménale de pages internet, permettant de créer des nuages de mots-clés associés à un sujet et ainsi de faciliter la contextualisation d'une situation.

Depuis quelques années, les MAE numérisent leurs archives, afin de rendre leur accès plus facile et rapide grâce à la recherche par mots-clés. Le département d'État américain s'est inspiré de la plateforme Wikipédia pour mettre en place Diplopedia en 2006, une plateforme intranet de recherche d'information sur la diplomatie. Tout utilisateur de Diplopedia est invité à y contribuer, en rédigeant des articles ou des discussions ou en modifiant des textes rédigés par d'autres. Diplopedia est accessible aux agences présentes sur le territoire américain, aux ambassades et aux consulats américains à travers le monde ainsi qu'aux services de renseignement. En 2017, elle comptait plus de 14 000 entrées.

Les mégadonnées ne se substituent pas à l'analyse et au jugement des diplomates. Elles les aident plutôt à affiner leur analyse en leur donnant accès à des quantités très importantes d'information. La tâche des diplomates reste fondamentale : à eux de faire le lien entre les informations et l'intérêt national. Les MAE peuvent confier le traitement de ces données à une entreprise externe, mais il est essentiel que les diplomates conservent des capacités internes

15 Barbara Rosen Jacobson, Katharina E. Höne et Jovan Kurbalija, *Data Diplomacy : Updating Diplomacy to the Big Data Era*, Genève, DiploFoundation/Ministry for Foreign Affairs of Finland, 2018.

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 58 08/06/2021 14:38

d'analyse, car les contextes administratifs d'imputabilité et les considérations partisanes rendent nécessaire leur intervention. À ce jour, très peu de MAE ont commencé à utiliser des outils d'analyse de données massives pour la conduite de la diplomatie, contrairement au secteur privé qui en a déjà la pratique. Certaines organisations internationales s'en servent pour accroître leur efficacité et leur légitimité. L'initiative *UN Global Pulse*, lancée par le secrétaire général des Nations unies, par laquelle l'ONU utilise l'intelligence artificielle pour exploiter des données massives sur le développement, l'action humanitaire et la paix, en représente un rare exemple.

Il n'est pas aisé de dresser un bilan définitif de l'utilisation d'internet et des médias sociaux à des fins de diplomatie. L'analyse rapide des pratiques de différents MAE indique que certains États tendent à utiliser les médias sociaux pour diffuser de l'information, mais qu'ils s'en servent peu pour interagir avec le public. Quant à la collecte d'informations, la plupart des MAE n'en sont qu'à leurs débuts et rares sont ceux en mesure d'analyser les mégadonnées pour en faire un véritable outil de politique étrangère.

Cette situation ne s'explique pas uniquement par la difficulté d'intégration des nouvelles technologies dans les administrations publiques. Plusieurs scandales révélant la diffusion de données personnelles ou confidentielles incitent les MAE à rester prudents et à ne pas abandonner trop rapidement la culture du secret. Le scandale de WikiLeaks, en 2006, qui a vu la fuite de 250 000 télégrammes diplomatiques échangés entre les missions diplomatiques

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 59 08/06/2021 14:38

américaines et le département d'État, a provoqué une onde de choc. Ces télégrammes incluaient des analyses diplomatiques très franches et directes de la part de diplomates américains sur des chefs d'État, des élus et des personnalités de divers pays. De même, le scandale de Facebook-Cambridge Analytica, qui a éclaté en 2018 pour dénoncer la récolte par cette société de 50 millions de profils Facebook à des fins électorales, ou encore les ingérences de pays étrangers dans les élections américaine, française et britannique conduisent les MAE à la plus grande prudence.

Le piratage des comptes de personnalités politiques constitue un autre danger. En juillet 2020, 130 comptes Twitter de personnalités comme Jeff Bezos d'Amazon, Elon Musk de Tesla, Barack Obama et Joe Biden ont été piratés. Les comptes des chefs d'État et des diplomates sont exposés au même risque, ce qui peut raviver des tensions diplomatiques.

Internet et les médias sociaux augmentent le nombre et la nature des enjeux auxquels font face les diplomates, comme la cybersécurité, la ligne de fracture numérique, l'entreposage des données et la protection de la vie privée. L'introduction de la 5G ainsi que la percée de l'intelligence artificielle représentent également d'importants défis pour les négociations internationales. L'aversion au risque des diplomates explique sans nul doute pourquoi ces derniers tardent à adopter les nouvelles technologies dans l'exercice de leur métier.

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 60 08/06/2021 14:38

POUR ALLER PLUS LOIN

HOCKING Brian et MELISSEN Jan, *Diplomacy in the Digital Age*, La Haye, Netherlands Institute of International Relations Clingendael, 2015.

KURBALIJA Jovan, « The Impact of the internet and ICT on Contemporary Diplomacy », dans Pauline Kerr et Geoffrey Wiseman (eds), *Diplomacy in a Globalizing World. Theories and Practices*, Oxford, Oxford University Press, 2017 [2e éd.], p. 151-169.

LEQUESNE Christian, « La diplomatie publique : un objet nouveau ? », *Mondes. Les cahiers du Quai d'Orsay*, 11, 2013, p. 9-12.

MALTAIS Bruno, « Les relations internationales du Québec à l'ère de la diplomatie numérique », *Revue québécoise de droit international*, hors-série, juin 2016, p. 125-146.

ROSEN JACOBSON Barbara, Höne Katharina E. et KURBALIJA Jovan, *Data Diplomacy. Updating Diplomacy to the Big Data Era*, Genève, DiploFoundation/Ministry for Foreign Affairs of Finland, 2018.

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 61 08/06/2021 14:38

Focus

Diplocat, porte-parole de l'indépendance catalane

Caterina Garcia Segura

En 2012, la *Generalitat*, gouvernement de la Catalogne, crée Diplocat, le Conseil de la diplomatie publique de Catalogne, dans le but de promouvoir sa diplomatie publique. Cet organisme à personnalité juridique propre revêt la forme d'un partenariat public-privé comprenant trente-neuf membres. Son budget provient pour l'essentiel de la *Generalitat*. Malgré l'affirmation que Diplocat projette une image non partisane de la région catalane, il est très difficile, lors de son conflit avec l'Espagne en 2017, de ne pas le voir comme l'organisme de diplomatie publique de la *Generalitat* au service de l'indépendantisme.

L'objectif de Diplocat est de faire connaître à l'opinion publique internationale les valeurs et les atouts de la Catalogne et d'établir des liens avec les citoyens et les institutions des autres pays. Dans cette perspective, trois domaines-clés sont privilégiés : l'élaboration d'actions de diplomatie publique (universitaire, économique, citoyenne) ; la mise en place d'un programme de bourses destinées à étudier à l'étranger ainsi que de programmes de formation ; l'implication des institutions et de la société civile dans les débats internationaux. Diplocat s'adresse au monde en catalan, espagnol, occitan, anglais, français et allemand. Diplocat intègre pour ce faire les outils de la diplomatie numérique et participative. Il fait des réseaux sociaux et les sites web — tels Twitter, Instagram, Vimeo et YouTube — ses vecteurs privilégiés pour mobiliser l'opinion publique catalane, par exemple grâce au compte Twitter @catalanvoices. La diplomatie numérique devient dès lors un instrument protodiplomatique. Autrement dit, elle entre en conflit avec la politique extérieure espagnole : le seul fait de rendre visible le conflit entre la Catalogne et l'Espagne, même sans prendre parti, contredit la position officielle du gouvernement espagnol, qui le définit comme une affaire strictement interne. À l'apogée du conflit entre les gouvernements catalan et espagnol, Diplocat recentre son activité autour de la question identitaire. Il organise des débats qui traitent, d'une façon directe ou indirecte, de tous les aspects — juridiques, économiques, politiques, sociaux — ayant un lien avec le processus d'acquisition d'une souveraineté (nationalisme, frontières, démocratie, etc.). Diffusés en *streaming*, ces débats restent disponibles sur YouTube, Vimeo et le site web de Diplocat. Des études et des analyses académiques portant sur des questions liées, directement ou indirectement, au processus indépendantiste y sont relayées, Diplocat soutenant qu'elles répondent à une demande internationale d'informations

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 62 08/06/2021 14:38

sur la situation politique catalane.
Du point de vue du gouvernement espagnol, Diplocat n'est en revanche qu'un instrument au service du projet d'indépendance du gouvernement catalan. En octobre 2017, après la mise en œuvre par le gouvernement espagnol de l'article 155 de la Constitution et le référendum non autorisé qui a mené à la suspension de l'autonomie catalane, la destitution du gouvernement catalan et l'appel aux élections en Catalogne, la dissolution de Diplocat est ordonnée. Elle n'est finalement pas formalisée et Diplocat est réactivé par la *Generalitat* en décembre 2018. Il travaille depuis sur des sujets moins liés à la question nationale, comme la pauvreté, les centres de pouvoir dans le monde, les pandémies, et paraît moins actif sur les réseaux sociaux.
Durant les années 2012 à 2017, la diplomatie numérique catalane a cependant été un porte-parole international, sinon de l'indépendance, du moins du conflit entre la Catalogne et l'Espagne, que le gouvernement espagnol tenait pour sa part à minimiser. En septembre 2020, cette vision protodiplomatique a amené la Cour constitutionnelle espagnole à se prononcer contre l'utilisation de l'expression « diplomatie publique » par Diplocat et le gouvernement catalan, considérant que ce terme était source de confusions : les relations internationales doivent en effet rester une compétence exclusive de l'État espagnol. Diplocat a été invité à changer de nom, ce qu'il n'a pas encore fait.

POUR ALLER PLUS LOIN

García Segura Caterina, « Catalogne en quête d'indépendance : l'outil de la diplomatie publique », dans Justin Massi et Marjolain Lamontaigne (dir.), *Paradiplomatie identitaire. Nations minoritaires et politiques extérieures*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2019, p. 51-75.

García Segura Caterina et Etherington John, « National State Foreign Policy and Regional External Action : An Uneasy Relationship », dans Jacint Jordana, Michael Keating, Axel Marx et Jan Wouters (eds), *Changing Borders in Europe. Exploring the Dynamics of Integration, Differentiation, and Self-Determination in The European Union*, Londres, Routledge, 2019, p. 181-199.

García Segura Caterina, « La nova diplomàcia pública en un mon de diplomàcies plurals », *Focir Pensament*, 2, 2016.

Jordan Guifré, « Tot àllò que no saps de la diplomàcia pública catalana », *directe!cat*, 19 juillet 2016, https://directe.larepublica.cat/noticia/516998/tot-allo-que-no-saps-de-la-diplomacia-publica-catalana.

01-EnjeuMondial2021_8juin.indd 63 08/06/2021 14:38