La mobilisation des jeunes sur les réseaux sociaux pendant les campagnes électorales : l'analyse comparative entre la France et la Russie

Ekaterina Pechenkina

▶ **To cite this version:**

Ekaterina Pechenkina. La mobilisation des jeunes sur les réseaux sociaux pendant les campagnes électorales : l'analyse comparative entre la France et la Russie. Science politique. Université de Bordeaux, 2016. Français. NNT : 2016BORD0463 . tel-01542974

HAL Id: tel-01542974

https://theses.hal.science/tel-01542974

Submitted on 20 Jun 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

THÈSE PRÉSENTÉE ET SOUTENUE PUBLIQUEMENT

POUR L'OBTENTION DU GRADE DE

DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ DE BORDEAUX

ÉCOLE DOCTORALE «SOCIÉTÉ, POLITIQUE, SANTÉ PUBLIQUE»

SPÉCIALITÉ SCIENCE POLITIQUE

Par Ekaterina PECHENKINA

LA MOBILISATION DES JEUNES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX PENDANT LES CAMPAGNES ÉLECTORALES : L'ANALYSE COMPARATIVE ENTRE LA FRANCE ET LA RUSSIE

Sous la direction de M. Jean Petaux

le 16 décembre 2016

Membres du jury :

M. Yves DÉLOYE, Professeur de science politique, Directeur de Sciences Po Bordeaux ; Président

Mme Caroline DUFY, Maître de conférences en science politique, Sciences Po Bordeaux ; invitée

M. Michel FAVORY, Professeur de géographie, Sciences Po Bordeaux ; rapporteur

M. Sergueï FEDOROV, Directeur de recherche en science politique, Université d'*É*tat de Moscou

Mme Olga GILLE-BELOVA, Maître de conférences en civilisation russe, Université Bordeaux Montaigne

M. Arnaud MERCIER, Professeur de science politique, Université Paris II Panthéon-Assas ; rapporteur

M. Jean PETAUX, Ingénieur de recherche, Docteur HDR, Sciences Po Bordeaux ; directeur de thèse

A mes parents, Irina et Dmitry,

à mon frère Anton

et à ma grand-mère Kaléria.

REMERCIEMENTS

J’aimerais tout d'abord remercier mon directeur de thèse, Jean Petaux, qui a passé tout ce long chemin difficile avec moi, du début à la fin. Je le remercie beaucoup d’avoir participé activement à la préparation de ma thèse, depuis le processus même du choix du sujet jusqu’à la rédaction des parties et la mise en forme. Je tiens à lui exprimer ma grande reconnaissance de m’avoir supportée pendant ces 4 ans, m’aidant toujours à trouver un moyen de sortir de l'impasse dans laquelle je me trouvais de temps en temps, et respectant toujours mon point de vue. Je sentais toujours sa direction délicate et son soutien inlassable. Son approche scientifique et sa maîtrise brillante des sciences politiques m’ont encouragé et remonté le moral.

En relisant mon travail page après page, mon directeur de thèse a été en mesure de m’assurer le succès final. Il m’a aidé non seulement à corriger les erreurs et défauts, mais aussi il m’a donné de précieux conseils. Je voudrais lui exprimer ma sincère gratitude et mon profond respect.

Bien sûr, je tiens à exprimer ma sincère gratitude à Caroline Dufy, mon ancienne responsable du programme de double master à Sciences Po Bordeaux. Au cours de mes études en doctorat, elle est devenue une personne très proche. Elle s’est souciée non seulement de l'état d'avancement de ma thèse, mais aussi de mon état d'esprit, de ma santé, et de mes conditions de vie en France. C’est grâce à elle que j’ai pu participer au programme d'échange de jeunes chercheurs «Marie Curie Actions» avec la Russie et obtenir un petit financement supplémentaire pour ma thèse.

En outre, de tout mon cœur, je tiens à exprimer ma reconnaissance à Francine Bernadet, ma grand-mère française, qui m'a adopté comme sa petite-fille russe. Merci pour les nombreuses années d'amitié entre nous, pour toute l'aide que vous m’avez apporté, pour votre soin amical. Quand on est étranger dans un pays étranger et que l’on a un objectif sérieux à atteindre, il est important que quelqu'un soit à vos côtés de vous et vous aide à surmonter toutes les difficultés rencontrées. Il n’y a pas de mots pour vous exprimer ma reconnaissance, madame Bernadet, de m’avoir aidé à relire tout mon travail et de m’avoir donné votre opinion. Vous êtes ma plus précieuse et véritable amie.

Merci à l'Ambassade de France en Russie, qui m'a attribué une bourse de recherche de deux mois pour mon projet scientifique en France, au Ministère français des Affaires étrangères et du Développement International, qui m'a décerné une bouse d’excellence Eiffel et au programme de soutien «Marie Curie Actions» à la mobilité et à l'évolution des carrières des chercheurs, qui a également contribué au financement de ma recherche. Grâce à tous ces

établissements français, ma présence en France a été possible, et j'ai pu mener sereinement mes recherches scientifiques.

Un grand merci à tous les participants de mes entretiens qui ont eu la gentillesse de me consacrer un peu de leur temps libre. C'est grâce à ces personnes que mes recherches se sont avérées assez riches et variées. La communication avec les dirigeants des organisations de jeunesse en France et en Russie, avec les administrateurs russes des communautés politiques sur les réseaux sociaux, avec des conseillers RP et communication en ligne, les attachés de presse des partis – tout cela a constitué une expérience précieuse pour la rédaction de ma thèse.

Merci beaucoup au secrétaire de l'Ecole Doctorale, Ghyslaine Laflaquière, pour sa sensibilité, son efficacité et son bon cœur, d'être toujours venue à mon secours et d'avoir résolu tous les problèmes administratifs que j'ai rencontrés. Sans elle mes études de doctorat n'auraient pas été aussi sereines.

Merci beaucoup à mes deux meilleurs amis Pierre Simonnet et Salomé Vignon, que le destin m'a laissé rencontrer lors de mes études au double master franco-russe à Sciences Po Bordeaux en 2010 – 2011. Nous avons réussi à maintenir notre solide amitié à travers les années. C'est grâce à ces deux personnes que ma thèse est lue en français, comme si elle était écrite par une française. Vous m'avez beaucoup aidée, je vous remercie pour votre travail inestimable.

Merci tout simplement à tous mes amis et proches, qui n'oubliaient pas de me soutenir tous les jours, de m'encourager allégrement sur mon chemin envers la soutenance de la thèse, qui croyaient que j'allais réussir et m'ont donné sans cesse la force et l'enthousiasme pour la finir, sans avoir évité, bien sûr, de me harceler avec ce type de questions : « Et alors ta thèse? Ca avance? C'est quand déjà la soutenance?» Je suis très reconnaissante à vous, les gars : Galina, Ekaterina Nikiforova, Ekaterina Filimonova, Eugène, Eugénie, Evgénya, Anna, Dorothy, Marie-ô, Jana. Je vous aime beaucoup.

Le plus grand merci à mes parents, les seuls qui savent combien de sueur et de sang cette thèse m'a coûté, combien j'ai eu de nuits blanches et de périodes d'incertitude en mes capacités d'aller jusqu'à la fin pendant ces 4 ans. C'est seulement grâce à votre amour infini, votre chaleur et votre soutien fort que j'ai réussi à vaincre tout cela. Quelle que soit la décision que j'ai prise dans cette vie, vous m'avez toujours entièrement soutenue et même aidée à la mise en œuvre de mes nombreux projets. Cela n'a pas de prix et c'est pour cela que je souhaite dédier cette thèse à mes parents Irina et Dmitry et à mon frère Anton.

SOMMAIRE

INTRODUCTION

PREMIÈRE PARTIE : LES RÉSEAUX SOCIAUX DANS LE CONTEXTE DE LA FORMATION D'UNE SOCIÉTÉ GLOBALE DE L'INFORMATION ET DE SON DÉVELOPPEMENT EN FRANCE ET EN RUSSIE

Chapitre 1 : La formation de la société de l'information : la transmission de l'information comme moteur de la communication

Chapitre 2 : Le réseau social comme nouvelle sphère publique de la société contemporaine

DEUXIÈME PARTIE : LES RÉSEAUX SOCIAUX COMME OUTIL MODERNE DE LA RÉALISATION DES CAMPAGNES ÉLECTORALES EN LIGNE

Chapitre 3 : La participation politique et civique des jeunes en Russie et en France aujourd'hui : des fondamentaux de la politique de la jeunesse dans les deux pays

Chapitre 4 : L'organisation des campagnes électorales et élections municipales à Bordeaux en 2014 et à Moscou en 2013

CONCLUSION

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES IMAGES, TABLEAUX, FIGURES, GRAPHIQUES ET ANNEXES……...…..10

INTRODUCTION……...…….……..14

PARTIE 1 : LES RÉSEAUX SOCIAUX DANS LE CONTEXTE DE LA FORMATION D'UNE SOCIÉTÉ GLOBALE DE L'INFORMATION ET DE SON DÉVELOPPEMENT EN FRANCE ET EN RUSSIE ……...…54

CHAPITRE 1 : LA FORMATION DE LA SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION : LA TRANSMISSION DE L'INFORMATION COMME MOTEUR DE LA COMMUNICATION…….…….…….56

A. Les approches théoriques de l'étude de la société globale de l'information : de la société industrielle à la société de l'information……...……57

B. Mise en pratique : la nouvelle gestion organisationnelle dans les deux pays……62

1.1 Internet comme un produit essentiel de la société globale de l'information 69

1.1.1 Le développement d'Internet à travers les 50 dernières années… …….…….…….70

1.1.1.1 Le taux d'accès à Internet en Russie et en France**…….…...……...71**

1.1.1.2 Le taux d'utilisation d'Internet par les jeunes dans les 2 pays**……..…….……....73**

1.1.2. ...et les défis qu'il pose à la société civile……...……76

1.1.2.1 Les aspects juridiques de la gestion d'Internet**…….……..……..……77**

1.1.2.2. L'impact d'Internet sur l'humanité révélé aux niveaux personnels et étatiques**……..79**

1.2 La formation de la théorie de «la société en réseaux» et l'apparition des réseaux sociaux.....81

1.2.1 La morphologie du réseau…..……83

1.2.1.1 Les caractéristiques de la communication en réseau**…….……...85**

1.2.1.2 Les réflexions de Manuel Castells sur la société en réseaux**……....86**

1.2.2 Les conceptions philosophiques du réseau et leur réflexion dans la nouvelle réalité sociale……...……88

1.2.2.1 Le rôle des concepts du rhizome et de la synergie dans l'interprétation philosophique de la notion de réseau……..……...……...89

1.2.2.2 L'approche réseau : un nouveau regard sur la réalité sociale……...……94

CHAPITRE 2 : LE RÉSEAU SOCIAL COMME NOUVELLE SPHÈRE PUBLIQUE DE LA SOCIÉTÉ CONTEMPORAINE…….……..104

A. Les caractéristiques communes à tous les réseaux sociaux…..…….……108
B. La diversification des réseaux sociaux selon leurs objectifs……..110

2.1 Les réseaux les plus populaires dans le monde utilisés à des fins politiques : leurs caractéristiques principales.....112

2.1.1 Le pourcentage d'utilisateurs en France et en Russie des plus grands réseaux sociaux dans le monde…….……117

2.1.1.1 Les manières d'utiliser de grands réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, VKontakte et Google+……...……123
2.1.1.2 La manière d'utiliser des réseaux auxiliaires des grands réseaux sociaux tels que Flickr, Instagram et Youtube……...……...……129

2.1.2. Les possibilités des candidats aux élections sur les réseaux sociaux...……...132

2.1.2.1 La démarche d'exploitation des réseaux sociaux par des hommes politiques……....134
2.1.2.2 Le cas de la présence de François Hollande et de l'absence de Vladimir Poutine sur les réseaux sociaux à la veille des présidentielles……..……..135

2.2 Les réseaux sociaux dans le système de communication de masse.137

2.2.1 Les réseaux sociaux face aux médias imprimés et en ligne…….….140

2.2.1.1 L'émergence du journalisme social : la fusion des réseaux sociaux avec les médias en ligne……142
2.2.1.2L'ambivalence des avantages de la communication politique sur les médias sociaux……...……...……..144

2.2.2 Les réseaux sociaux face à la télévision :……..……..……146

2.2.2.1 des concurrents pendant les campagnes présidentielles de 2012 en Russie et en France...?.....148
2.2.2.2 … ou des outils complémentaires d'accès à l'information ?.....151

DEUXIÈME PARTIE : LES RÉSAUX SOCIAUX COMME OUTIL MODERNE DE LA RÉALISATION DES CAMPAGNES ÉLECTORALES EN LIGNE…….…...…156

CHAPITRE 3 : LA PARTICIPATION POLITIQUE ET CIVIQUE DES JEUNES EN RUSSIE ET EN FRANCE AUJOURD'HUI : DES

FONDAMENTAUX DE LA POLITIQUE DE LA JEUNESSE DANS LES DEUX PAYS……..……..……158

A. L'engagement dans la vie politique : l'appartenance des jeunes russes et français aux organisations de jeunesse... ……..164
B. ...et aux jeunes branches de différents partis politiques. Les partis politiques font le plein de jeunes militants pour se renouveler…….……...……167

3.1 La présence des jeunes sur les réseaux sociaux en tant que forme d'engagement politique……..……..172

3.1.1 La mise en œuvre de la campagne électorale sur un réseau social…….…….175

3.1.1.1 Les candidats au poste de président en France et en Russie pendant les campagnes présidentielles de 2012 sur les réseaux sociaux**……178**
3.1.1.2 L'analyse détaillée de la campagne présidentielle en ligne, du candidat français Nicolas Sarkozy et du candidat russe Mikhaïl Prokhorov**……...…..……..186**

3.1.2. La mise en œuvre de la campagne présidentielle sur Twitter…….…….……...……193

3.1.2.1 Les avantages et caractéristiques d'utilisation de Twitter pendant les campagnes présidentielles en France et en Russie**……...……..195**
3.1.2.2 La campagne présidentielle sur Twitter vis-à-vis le cadre juridique**…….....….....200**

3.2 La manifestation des jeunes français et russes en ligne à la veille des élections : l'analyse comparative par le biais des interviews et des questionnaires en ligne…..…..203

3.2.1 La structure des mouvements politiques des jeunes et leurs fonctions en France.206

3.2.1.1 Le militantisme des adhérents des Jeunes Populaires, du Mouvement des Jeunes Socialistes et du Front National de la Jeunesse sur les réseaux sociaux**……..210**
3.2.1.2 Les résultats de mise en application des réseaux sociaux par des jeunes militants au cours de la campagne présidentielle de 2012 en France**……...213**

3.2.2 De la participation en ligne vers la participation réelle : les réseaux sociaux comme un gage de développement d'une société civile forte en Russie…….……...218

3.2.2.1 La mobilisation de la jeunesse russe dans les groupes pro-Poutine et les groupes d'opposition systémique sur les réseaux sociaux à la veille des élections présidentielles de 2012**…….222**
3.2.2.2 Le soutien affiché pour la contestation par le biais des rassemblements sur les réseaux sociaux à la veille des élections présidentielles russes de 2012**..……..…..230**

CHAPITRE 4 : L'ORGANISATION DES CAMPAGNES ÉLECTORALES ET ÉLECTIONS MUNICIPALES À BORDEAUX EN 2014 ET À MOSCOU EN 2013……...……..……....……..238

A. Le programme électoral des principaux candidats à la mairie de Bordeaux…….243

B. Le programme électoral des principaux candidats à la mairie de Moscou…...…….251

4.1 L'image de réseau d'un leader politique……..…….……254

4.1.1 La présence et l'activité des candidats aux mairies de Bordeaux et de Moscou sur les réseaux sociaux au moment des campagnes électorales……..…257

4.1.1.1 Les réseaux sociaux comme plateforme de la concurrence entre Alain Juppé et Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux**…..…….……..261**
4.1.1.2 Le mécanisme employé par Alain Juppé et Vincent Feltesse dans la mise en œuvre de leurs campagnes sur les réseaux sociaux**……...……...…….……263**

4.1.2 La campagne municipale de Moscou 2013 et l'inspiration des pratiques de Barack Obama dans la campagne présidentielle de 2012…….……..……...268

4.1.2.1 L'absence et la présence simultanées de Sergueï Sobianine, maire sortant de Moscou sur les réseaux sociaux pendant la campagne municipale **…….....……...273**
4.1.2.2 Le rôle des technologies numériques dans la campagne électorale d'Alekseï Navalny**……..…….....277**

4.2 La mobilisation des jeunes militants à Bordeaux et des jeunes bénévoles à Moscou pour leurs candidats favoris pendant les campagnes municipales……...…..……..……281

4.2.1 La participation des adhérents des branches girondines des Jeunes Populaires, du Mouvement des Jeunes Socialistes et du Front National de la Jeunesse dans la campagne municipale à Bordeaux…….……283

4.2.1.1 La campagne d'Alain Juppé en ligne et sur le terrain par les Jeunes Populaires de la Gironde**…….……..……..……...285**
4.2.1.2 Le militantisme des Jeunes Socialistes de la Gironde pour Vincent Feltesse durant sa campagne municipale**……...…….....…..……288**

4.2.2 L'implication des bénévoles dans la campagne municipale d'Alekseï Navalny: l'utilisation de l'expérience américaine lors de la campagne de Barack Obama en 2012…….……..…….292

4.2.2.1 La propagande en ligne en faveur d'Alekseï Navalny par les bénévoles de son équipe **……...….295**
4.2.2.2 De la propagande en ligne vers la propagande hors ligne par les bénévoles de l'équipe de Navalny : la naissance d'une «nouvelle société civile» à Moscou grâce à la mobilisation de l'électorat de protestation**…….…….…….…….297**

CONCLUSION…….....302

BIBLIOGRAPHIE……..…….313

ANNEXES…….……334

LISTE DES IMAGES, TABLEAUX, FIGURES, GRAPHIQUES et ANNEXES

IMAGES

Image 1.1 L'interaction des agents dans un réseau social
Image 1.2 L'information : le matériau de base du développement durable
Image 1.3 Le schéma du rhizome

TABLEAUX

Tableau 1.1 La tranche d'âge établie pour la définition des «jeunes» par les auteurs, les pays et les organisations différentes
Tableau 1.2 Toutes les personnes interviewées au cours de la recherche
Tableau 1.3 Top 20 countries with the highest number of Internet users

FIGURES

Figure 1.1 L'enchaînement des notions
Figure 1.2 Deux sortes de mobilisation
Figure 1.3 Les objectifs des réseaux sociaux
Figure 3.1 Les formes de l'activité politique des jeunes

GRAPHIQUES

Graphique 1.1 Des idoles de la jeunesse russe en 2004
Graphique 1.2 Le taux de pénétration d'Internet
Graphique 1.3 Les Français sur Facebook par âge
Graphique 2.1 Les Français & Les réseaux sociaux en 2015
Graphique 2.2 La présence des hommes et des femmes russes sur les réseaux sociaux d'après Brand Analytics, avril 2015
Graphique 2.3 Le nombre d'utilisateurs actifs de trois plus grands réseaux sociaux en février 2016
Graphique 2.4 La cote de popularité des candidats français à la présidentielle chez les jeunes, les gens âgés et les ouvriers sur Twitter
Graphique 2.5 Les activités les plus populaires des Russes en ligne
Graphique 2.6 Les activités les plus populaires des Européens en ligne
Graphique 3.1 L'intérêt pour la politique des jeunes russes
Graphique 3.2 L'intérêt pour la politique des jeunes français

Graphique 3.3 Le nombre de followers des candidats français sur Twitter pendant la course présidentielle en 2012
Graphique 3.4 Le nombre d'abonnés français sur Facebook pendant la course présidentielle en 2012
Graphique 3.5 Le nombre d'abonnés français sur Google+ pendant la course présidentielle en 2012
Graphique 4.1 Les résultats des élections municipales de 2013 à Moscou
Graphique 4.2 Les résultats des élections municipales de 2014 à Bordeaux

ANNEXES

Annexe 1 Les icônes des plus grands réseaux sociaux
Annexe 1.2 Les pages d'accueil des grands réseaux sociaux
Annexe 2 Les prints-screens des faux comptes de Vladimir Poutine sur VKontakte.ru
Annexe 2.1 Les print-screens des comptes officiels de François Hollande, Nicolas Sarkozy et Marine Le Pen sur Facebook
Annexe 2.2 Les print-screens des comptes officiels de François Hollande, Nicolas Sarkozy et Marine Le Pen sur Twitter
Annexe 2.3 Les print-screens des comptes officiels de François Hollande, Nicolas Sarkozy et Marine Le Pen sur Instagram
Annexe 3 Les intentions de vote pour l'élection présidentielle de 2012. L'étude réalisée par Ifop pour le Journal du Dimanche en janvier 2012
Annexe 4 Les print-screens du site électoral d'Alain Juppé pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014
Annexe 4.1 Les print-screens du compte Facebook d'Aain Juppé pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014
Annexe 4.2 Les print-screens du compte Twitter d'Aain Juppé pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014
Annexe 4.3 Les print-screens du compte Instagram d'Aain Juppé pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014
Annexe 4.4 Les print-screens du compte Flickr d'Aain Juppé pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014
Annexe 4.5 Les print-screens du compte Youtube d'Aain Juppé pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014
Annexe 5 Les print-screens du site électoral de Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014

Annexe 5.1 Les print-screens du compte Facebook de Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014
Annexe 5.2 Les print-screens du compte Twitter de Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014
Annexe 5.3 Les print-screens du compte Flickr de Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014
Annexe 5.4 Les print-screens du compte Dailymotion de Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014
Annexe 5.5 Les print-screens du compte Scribd de Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014
Annexe 5.6 Les print-screens du compte Scoop.it ! de Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014
Annexe 6 Les print-screens du site officiel d'Alekseï Navalny
Annexe 6.1 Les print-screens du compte officiel d'Alekseï Navalny sur Facebook
Annexe 6.2 Les print-screens du compte officiel d'Alekseï Navalny sur Twitter
Annexe 6.3 Les print-screens du compte officiel d'Alekseï Navalny sur VKontakte
Annexe 6.4 Les print-screens du compte officiel d'Alekseï Navalny sur Instagram
Annexe 6.5 Les print-screens du compte officiel d'Alekseï Navalny sur Odnoklassniki
Annexe 6.6 Les print-screens du site «Le fonds de lutte contre la corruption» créé par l'équipe d'Alekseï Navalny
Annexe 6.7 Les print-screens du site du projet «RosYama» créé par Alekseï Navalny pour traiter les défauts de la chaussée et contrôler le travail des services routiers.

INTRODUCTION

Avant toute chose, je souhaiterais préciser les raisons personnelles du choix du sujet de cette thèse. J'ai trouvé l'idée directrice de ces recherches grâce à ma grande passion pour les réseaux sociaux, devenue un atout professionnel avec le temps. Mon choix a par ailleurs été influencé par mon intérêt croissant pour les sciences politiques, qui s'est révélé particulièrement suite à mon admission au sein du programme de double master franco-russe à Sciences Po Bordeaux en 2010, grâce auquel j'ai découvert la possibilité de publier mes écrits portant sur la politique sur le portail du Centre des estimations et des pronostics stratégiques, centre de recherche russe dans le domaine de la politique étrangère et de la sécurité. Mes travaux ont intéressé le directeur du centre, ce dernier m'a de fait proposé de mener mon propre projet sur le portail et de le développer par la suite. Ainsi, pour la première fois je me suis retrouvée la toile en tant qu'administratrice, rédactrice en chef et directrice de création d'un site Internet. Ceci m'a permis de diriger mon projet «Art et culture dans le contexte géopolitique» pour lequel je me suis activement engagée dans la recherche de jeunes chercheurs russes dont les intérêts scientifiques sont compatibles avec mon projet. Aussi, avec leur permission, je publiais leurs articles et faisais leur promotion.

Par la suite, mon intérêt pour l'espace Internet grandit avec la popularité croissante de Facebook, Tweeter et Vkontakte (le réseau social russe le plus populaire, équivalent de Facebook) et je suis devenue administratrice de plusieurs communautés sur Facebook et Vkontakte, qui ont crû rapidement en nombre d'adhérents. Par exemple, je suis à l'origine de la création du groupe «Les russophones à Bordeaux» sur Facebook, qui réunit toutes les personnes parlant russe et vivant dans les environs de Bordeaux, devenu peu à peu le groupe de ce type représentant le plus d'adhérents. L'intérêt pour un groupe se manifeste au niveau des réseaux sociaux par le nombre de « likes » et de partages, et j'ai vu évoluer cette tendance de manière exponentielle pour mes réseaux et profils personnels, ce qui m'a conduit à analyser quels thèmes, quels types de photos et de messages attirent le plus l'attention de la part de ma liste d'«amis» sur les réseaux sociaux.

Je me suis alors demandé comment les réseaux sociaux influencent la sphère politique. J'ai voulu savoir si les politiques, pour rester au sommet de la popularité doivent aujourd'hui obéir sans condition aux règles de la présence obligatoire sur les réseaux sociaux et du développement actif de leurs profils. Ce n'est un secret pour personne que l'actuel président américain Barack Obama a réussi à gagner toute sa campagne présidentielle en 2008 et en 2012 grâce à la participation très active de son équipe électorale sur les réseaux sociaux.

Au départ, j'imaginais avec difficulté ce que je voulais exactement relater dans ma thèse de doctorat, je savais seulement que devrait y figurer la relation entre les réseaux sociaux et les politiciens. Grâce à mon directeur de thèse qui m'a aiguillée, j'ai pu concrétiser l'architecture de ce projet. Il m'a beaucoup aidé à voir, interpréter et comprendre clairement mon sujet. D'autant plus que quelques mois avant que je n'arrive à Bordeaux en Septembre 2012 afin de m'inscrire à l'école doctorale, les élections présidentielles ont eu lieu au printemps, quasiment simultanément en Russie et en France. Un peu plus tard, en 2013, était prévue l'élection du maire de Moscou et peu de temps après, celle du maire de Bordeaux, au printemps de 2014.

Le sujet de ma thèse m'est alors apparu comme une évidence : «La mobilisation des jeunes sur les réseaux sociaux pendant les campagnes électorales : l'analyse comparative entre la France et la Russie», il était en effet difficile pour moi d'imaginer un sujet plus pertinent, au vu de l'actualité, de mon parcours et de mes centres d'intérêt

Au XXIe siècle, avec l'émergence de la société de l'information et l'approfondissement de la mondialisation, «information» et «connaissance» sont devenus les concepts clés dont les modes de transmission s'améliorent à chaque décennie et deviennent de plus en plus interactifs et technologiquement novateurs.

Force est de constater qu'aujourd'hui le principal moyen de communication est Internet, dans lequel, depuis l'introduction de la notion de Web 2.0 par O'Reilly Tim en 2005, les réseaux sociaux en ligne commencent à jouer un rôle majeur dans la communication et l'interaction sociale, qui ne servent plus simplement à maintenir des relations amicales parmi leurs utilisateurs, mais peu à peu se transforment en terrain d'une gestion du business, outil de marketing direct pour une promotion des ventes (plus de 80% des entreprises à travers le monde utilisent les réseaux sociaux au travail) et des relations publiques politiques.

Considérant le nombre chaque jour grandissant d'utilisateurs enregistrés sur les réseaux sociaux, actuellement de près de 500 millions, ces derniers deviennent un puissant mécanisme de communication instantanée et de mobilisation sociale. Ce fait est reconnu au niveau, par les dirigeants de différents pays. « Les réseaux sociaux et Internet sont devenus un instrument efficace de la politique et sont souvent utilisés pour manipuler l'opinion publique et l'ingérence directe dans les affaires intérieures des États souverains », a ainsi écrit l'actuel président de la Russie Vladimir Poutine dans un article intitulé *La Russie et l'évolution du monde*.[1]

[1] Vladimir Poutine. La Russie et l'évolution du monde // www.mn.ru. URL : http://www.mn.ru/politics/20120227/ 312306749.html

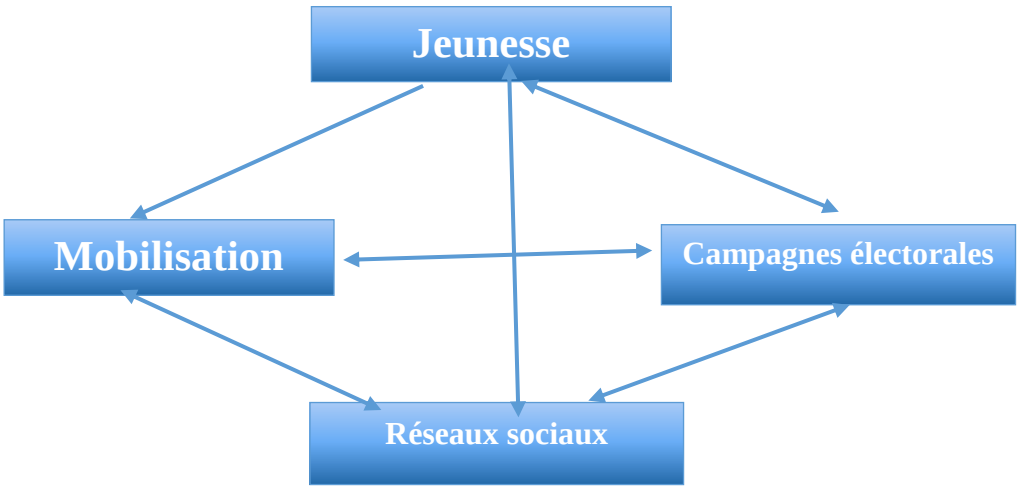
De nos jours Internet est défini comme un espace d'une nouvelle démocratie, d'une nouvelle société civile, mais avant tout, Internet est l'espace des nouvelles communications sociales y compris politiques. Dans les pays occidentaux, un terme spécial a même été créé : «cyberpolitique». Il est apparu dans les années 90 et il définit toute activité politique réalisée avec l'aide des technologies Web (Whillock 1997[2]).

Les politologues et autres chercheurs qui étudient les interactions sociales sur Internet, perçoivent les perspectives de la communication politique non seulement dans le but de faire passer leurs idées politiques et leurs informations de manière plus efficace et transparente, mais également afin d'utiliser tous les dispositifs permettant la participation des citoyens aux processus politiques.

Grâce à l'émergence et au développement d'Internet, la science politique et beaucoup d'autres sciences sociales obtiennent un moyen entièrement nouveau pour étudier le comportement des utilisateurs de l'espace virtuel. Ces derniers ont accès grâce à Internet à des canaux auparavant inexplorés pour exprimer leurs positions politiques et la mise en œuvre d'actions politiques légales et illégales.

Dans la présente recherche, nous vous proposons d'entreprendre une étude autour des notions telles que «mobilisation», «jeunesse», «campagnes électorales», «réseaux sociaux d'Internet», leur rôle et leurs fonctions actuellement dans les campagnes présidentielles et municipales qui ont eu lieu très récemment en France et en Russie et voir comment et dans quelle mesure elles ont réussi à influencer leur déroulement.

Figure 1.1 L'enchaînement des notions



[2] Whillock R.K. Cyber-Politics: The On-Line Strategies of «96» // American Behavioral Scientist. 1997. p. 1208 -1225.

Nous allons commencer par la notion de «jeunesse». Quelle catégorie de personnes entendons-nous sous ce terme dans notre recherche ?

Une des premières définitions du terme «jeunesse» en Russie a été donné par V.T. Lisowski, sociologue reconnu soviétique et russe et professeur de sociologie à l'Université de l'Etat de Saint-Pétersbourg engagé dans l'étude de jeunesse : «La jeunesse est une génération de gens passant par une phase de socialisation, qui acquièrent, et plus tard dans la vie auront déjà acquis, des fonctions éducatives, professionnelles, culturelles ou sociales. En fonction des conditions historiques spécifiques les tranches d'âge vont de 16 à 30 ans».[3]

Plus tard, une définition plus complète a été donnée par I. M. Ilyinsky, un autre sociologue soviétique et russe et philosophe : «La jeunesse est un groupe socio-démographique, alloué sur la base de l'ensemble des caractéristiques d'âge et de la situation sociale qui sont déterminées par le niveau de développement socio-économique et culturel et par des particularités de la socialisation dans la société donnée. Les limites d'âge modernes de la notion de «jeunesse» se situent dans l'intervalle de 13 à 14 à 29-30 ans».[4]

Dans les discussions sur les limites d'âge de la notion de «jeunesse» dans divers pays on en appelle généralement à la position des Nations Unies comme une structure supranationale et supra-étatique, qui considère comme «jeunes» les personnes de 15 à 24 ans.

Cependant, il faut noter le fait que le concept de jeunesse de l'Organisation des Nations Unies est né dans les années 60 après les fameuses «révolutions des jeunes» qui ont secoué plusieurs pays d'Europe occidentale et l'Amérique du Nord.

Alors le concept de jeunesse a été associé aux concepts de «radical» et «rebelle» et directement liée à l'âge d'étudiant.

La communauté scientifique internationale mène depuis longtemps un débat pour que la tranche d'âge de la notion «jeunesse», qui semble être déjà ancrée à l'ONU, soit considérablement élargie – de 13-14 ans à 30-35 ans. Dans la plupart des pays européens y compris en France, aux Etats-Unis et au Japon, les gens sont considérés comme jeunes de 14 à 30 ans. Au Royaume-Uni et aux Pays-Bas, les jeunes ne sont pas isolés dans un groupe spécial et s'unissent avec les enfants de 0 à 25 ans. En Espagne, les jeunes sont les gens âgés de 14 à 32 ans.

«La conception de la politique de la jeunesse de la Fédération de Russie» affirme que «la politique de la jeunesse de l'État est menée à l'égard des citoyens de la Fédération de Russie de 14 à 30 ans» (article 3).

[3] V.T. Lisowski. La vie intellectuelle et les orientations de valeur de la jeunesse russe. SP. : L'Université des sciences humaines et sociales de Saint-Pétersbourg, 2000. P. 54.
[4] I.M. Ilyinsky. La jeunesse et la politique de la jeunesse. M. : Golos, 2001. P. 132.

De même le projet de loi sur « les bases de la politique de la jeunesse de l'Etat» définit les jeunes comme les personnes âgées de 14 à 30 ans» (article 1).

En outre l'ordre du gouvernement de la Fédération de Russie №1760-r en date du 18 Juin 2006 a approuvé la «Stratégie de la politique de la jeunesse dans la Fédération de Russie», selon laquelle les jeunes sont des citoyens âgés de 14 à 30 ans.

Actuellement, le nombre de jeunes Russes âgés de 14 à 30 ans est d'environ 35 millions (ou 24% de la population). D'une manière générale, les jeunes comptent parmi eux ceux qui font des études (35%) - les étudiants, les élèves des écoles professionnelles et les écoliers.

En ce qui concerne la France «en 2010 elle comptait 8,18 millions de jeunes de 16 à 25 ans, soit 12,7% de la population».[5]

Tableau 1.1 La tranche d'âge établie pour la définition des «jeunes» par les auteurs, les pays et les organisations différents

L'auteur / l'organisation / le pays	Tranche d'âge établie pour la définition des «jeunes»
V.T.Lisowski	de 16 à 30 ans
M. Ilyinsky	de 13 – 14 à 29 – 30 ans
les Nations Unies	de 15 à 24 ans
France	de 14 à 30 ans
Etats-Unis	de 14 à 30 ans
Japon	de 14 à 30 ans
Royaume-Uni	de 0 à 25 ans
Pays-Bas	de 0 à 25 ans
Fédération de Russie	de 14 à 30 ans
Réduction au même dénominateur : Les jeunes → de 14 à 30 ans Notre recherche : les jeunes → de 17 à 30 ans	

Ainsi, en France comme en Russie, selon les lois établies, sous la catégorie des jeunes nous entendons ceux qui ont de 14 à 30 ans. Dans notre recherche, nous nous limiterons aux jeunes de 17 à 30 ans, qui sont principalement des étudiants ou des gens qui entrent à peine

[5] France, ton atout «jeunes» : un avenir à tout jeune // www.senat.fr. URL : http://www.senat.fr/rap/r08-436-1/r08-436-12.html

dans la vie active. Les gens, que nous allons interviewer, rentrent également dans la même tranche d'âge.

La jeunesse a toujours été et demeure le groupe social et d'âge le plus actif et dynamique se réalisant dans toutes les sphères de la vie sociale, politique, culturelle ou économique. Ce groupe sociodémographique aspire plus que tous les autres à améliorer son statut social et la mise en valeur de ses nouveaux rôles sociaux. Il peut être envisagé, d'une part, comme le plus adaptable, et de l'autre – comme une partie innovatrice et pleine d'initiatives au sein de la société. Elle représente environ 20-35% de la population des pays industrialisés, y compris environ 40% d'une composante apte au travail. Ainsi, les jeunes sont la partie la plus socialement active de la population, qui représente le groupe le plus prometteur de citoyens qui sont en mesure d'assurer la mise en œuvre des domaines clés du développement social.

Dans le cadre de notre recherche nous nous intéressons plus à l'activité politique. Certains chercheurs distinguent la participation politique «autonome» et «de mobilisation». La participation de mobilisation est considérée comme l'engagement des gens à la politique contre leur volonté : «L'individu impliqué dans la vie politique devient un otage de la volonté des dirigeants, des autorités et de leur art de manipuler les gens».[6] Cela élimine la possibilité de la participation des citoyens afin d'influencer les actions des forces politiques pour résoudre leurs problèmes individuels. Le type de mobilisation de la gestion est l'un des moyens les plus efficaces pour maintenir et mettre en œuvre la puissance dans les régimes autoritaires et totalitaires. Toutefois, la manifestation de la participation de mobilisation politique n'est pas rare dans les démocraties, où la mobilisation porte le caractère le plus doux, ne restreint pas la liberté physique des citoyens, et dirige leurs actions aux termes des souhaits du pouvoir.

À notre avis, l'activité politique des jeunes se manifeste sous les formes suivantes :

• *L'activité pré-électorale et électorale*, à savoir, des activités, dont le but est d'influencer sur les résultats des élections : la participation à des campagnes électorales, la propagande pour certains candidats, le vote aux élections, etc. ;

• *L'activité organisée* : la participation aux activités des organisations politiques de jeunesse, ainsi que la participation dans les mouvements sociaux, dont le but est d'influencer sur le processus de prise de décision gouvernementale ;

• *L'activité sur l'organisation de groupes d'influence* - les efforts visant à la création et le développement ultérieur des groupes et des organisations de jeunes utilisant les méthodes politiques de la lutte qui sont censées régler les questions politiques;

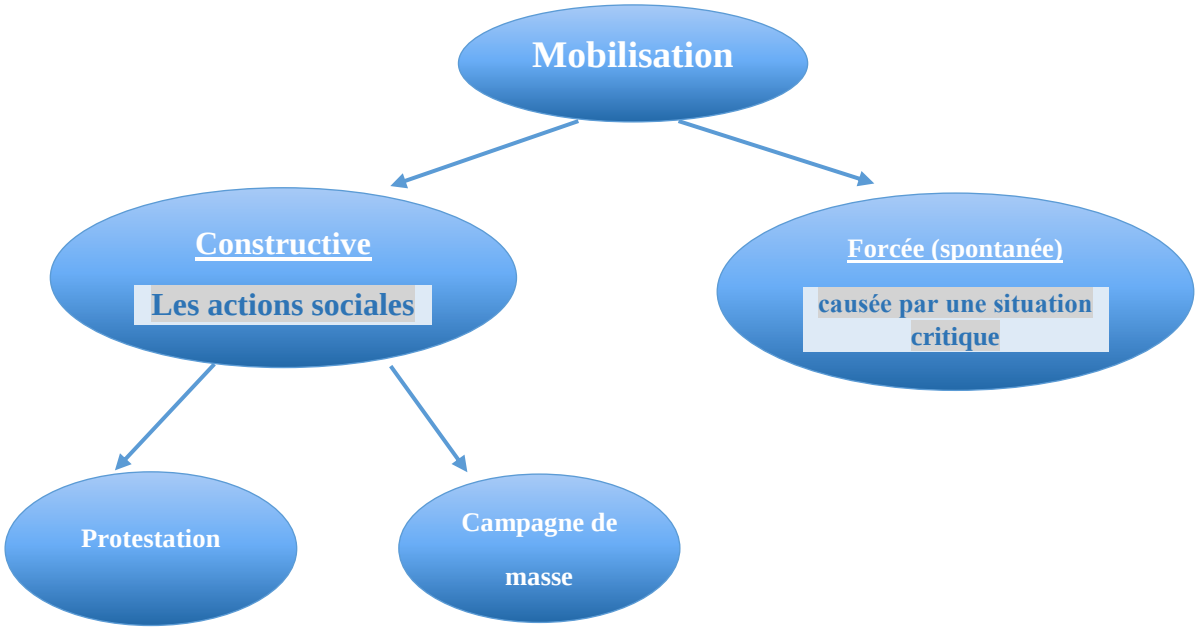
• *L'activité de protestation de la nature conventionnelle et non conventionnelle*, qui exprime l'orientation politique de l'engagement de protestation.

[6] V.P. Pougachev. A.I.Soloviev. L'introduction dans la politologie. M. : ASPECT-Presse, 2000. P.203.

Puisque la notion de participation politique est directement liée à la notion de mobilisation, nous allons aborder les différentes approches de l'interprétation de ce deuxième concept dans un contexte politique.

Alors, premièrement «pour une communauté ou un groupe d'individus, la mobilisation est un appel à l'action concertée de ses membres, en rassemblant et dynamisant les énergies, afin de réaliser un objectif ou un projet commun» comme par exemple la mobilisation des militants. »[7] D'ailleurs il y a aussi une autre définition qui peut concerner de même la politique. «La mobilisation d'une personne ou d'un groupe est le fait que quelque chose présente un intérêt suffisant pour l'inciter à agir»[8] comme cela se passe pendant la mobilisation des citoyens pour une élection. Généralement nous entendons sous cette notion «une action de rassembler et de dynamiser les énergies».[9]

Figure 1.2 Deux sortes de mobilisation



La mobilisation des citoyens peut être de deux sortes : constructive, quand un groupe de personnes qui utilisent les réseaux existants et d'autres ressources, conçoit (organise) d'une manière ciblée les actions sociales comme une protestation ou une campagne de masse. En l'occurrence, les structures de mobilisation qui lient les dirigeants d'un mouvement avec ses cellules périphériques, assurent la coordination des actions et l'existence du mouvement dans le temps, jouent un rôle très important. Et la deuxième sorte est la mobilisation forcée,

[7] La définition de «mobilisation» dans toupictionnaire : le dictionnaire de politique // URL : http://www.toupie.org/ Dictionnaire/Mobilisation.htm
[8] La définition de «mobilisation» dans toupictionnaire : le dictionnaire de politique // URL : http://www.toupie.org/ Dictionnaire/Mobilisation.htm
[9] La définition de «mobilisation» dans le dictionnaire Larousse // URL : http://www.larousse.fr/dictionnaires/ francais/mobilisation/51883

spontanée, quand elle est imposée par une situation critique, une catastrophe écologique ou anthropogène ainsi que par une menace pour l'existence de la société de l'extérieur.

Une des formes les plus courantes de la mobilisation est la protestation sociale. La protestation qui consolide les organisations civiques et accroît leur poids politique et leur influence. En règle générale la mobilisation de protestation des citoyens est causée par un sens aigu de l'injustice.

En outre il n'y a pas que la mobilisation de protestation mais aussi la mobilisation des masses pour un soutien politique. Par conséquent, pour répondre aux objectifs spécifiques de la politique, des partis politiques ont besoin d'une démonstration du soutien de masse, tels que des piquets, manifestations, rassemblements, défilés, etc. L'organisation des manifestations de masse est importante non seulement pour les forces d'opposition, mais aussi pour celles au pouvoir, si ces dernières souhaitent montrer le niveau de confiance du public à une politique menée. Dans un Etat démocratique, les gens ne peuvent pas être forcés à descendre dans la rue, mais ils peuvent être persuadés ou encouragés à le faire.

A notre avis, le principal résultat de toute mobilisation des masses doit être la naissance de nouvelles idées, des projets et des formes de changement social, y compris de l'auto-organisation de la société civile. C'est pour cette raison que toute mobilisation est censée se terminer avec au moins un petit succès. Il augmente le pouvoir des masses, renforce leur confiance en soi et est un gage que la prochaine fois, en se mobilisant, les gens feront un autre pas en avant dans la défense de leurs droits et libertés constitutionnels.

Cependant, la mobilisation ne peut pas continuer indéfiniment. Elle a son propre cycle : tout d'abord l'acte même de mobilisation des forces et des ressources et puis en fonction de son résultat – soit elle se transforme dans une autre forme (l'organisation d'associations, de mouvements sociaux ou de comités de programme), soit en cas d'échec, elle prend une forme de démobilisation, de retour à des positions d'origine, et même de recul en arrière.

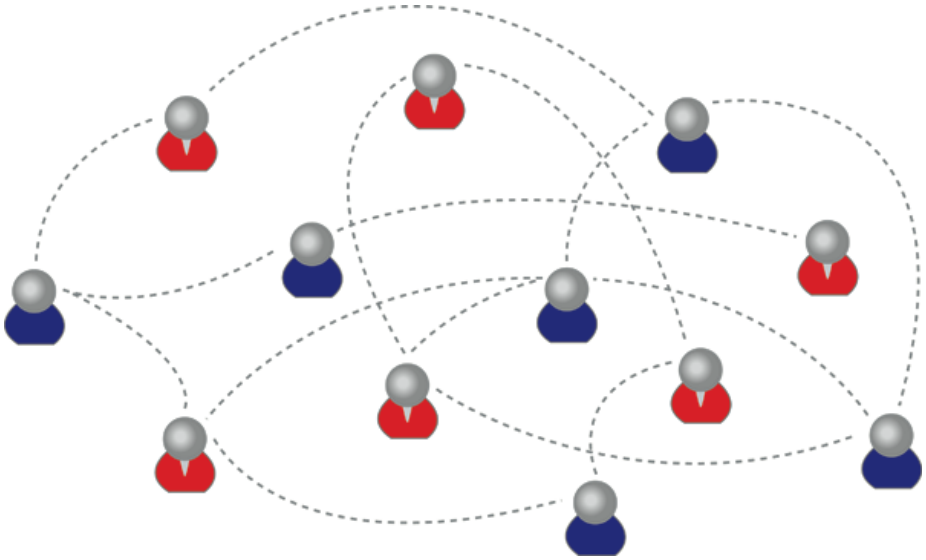
Z. Bauman et de nombreux autres sociologues occidentaux ont nommé la société moderne «individualiste». Cependant, avec la création des réseaux Internet et leur utilisation comme outil pour mobiliser les forces sociales et à en profiter, les gens ont retrouvé le sens de la collectivité à l'échelle internationale. A partir de ce moment-là pendant les manifestations il n'y avait pas une masse de gens, mais un rassemblement d'individus.

Il s'est avéré que l'ordinateur et le téléphone mobile sont un puissant moyen de communication et d'auto-organisation de protestation ainsi que créative et constructive. En premier lieu tous ces moyens de communication sont utilisés pour un accès instantané des citoyens à leurs profils sur les réseaux sociaux où les dernières actualités du monde sont diffusées en direct.

Ainsi nous sommes arrivés à une définition des réseaux sociaux auxquels nous allons apporter beaucoup d'attention dans notre recherche. Les réseaux sociaux et autres formes de communication virtuelle sont indispensables parce qu'ils permettent l'échange d'informations aussi bien avec des homologues qu'avec une population peu informée : en premier lieu des témoignages du public, des avis d'experts qui sont capables d'évaluer l'efficacité des sauveteurs, des autorités et des militants ; puis l'évaluation pratique des possibilités de mobilisation sociale de la population locale ; donc la vision sous différents angles.

Ces 10 dernières années, on a commencé à définir les réseaux sociaux comme une partie de la toile d'Internet assurant une participation sociale des participants, surtout par la communication. D'ailleurs l'idée principale des réseaux sociaux est très simple. Par réseau social on entend un ensemble d'agents qui peuvent interagir les uns avec les autres.

Image 1.1 L'interaction des agents dans un réseau social



Si nous prenons une définition plus large d'un réseau social «c'est une structure sociale d'Internet, dont les nœuds sont constitués par des organisations ou des particuliers, et dont les liens représentent les interactions établies (politiques, corporatives, de service, de famille, amicales, selon les intérêts et ainsi de suite)».[10]

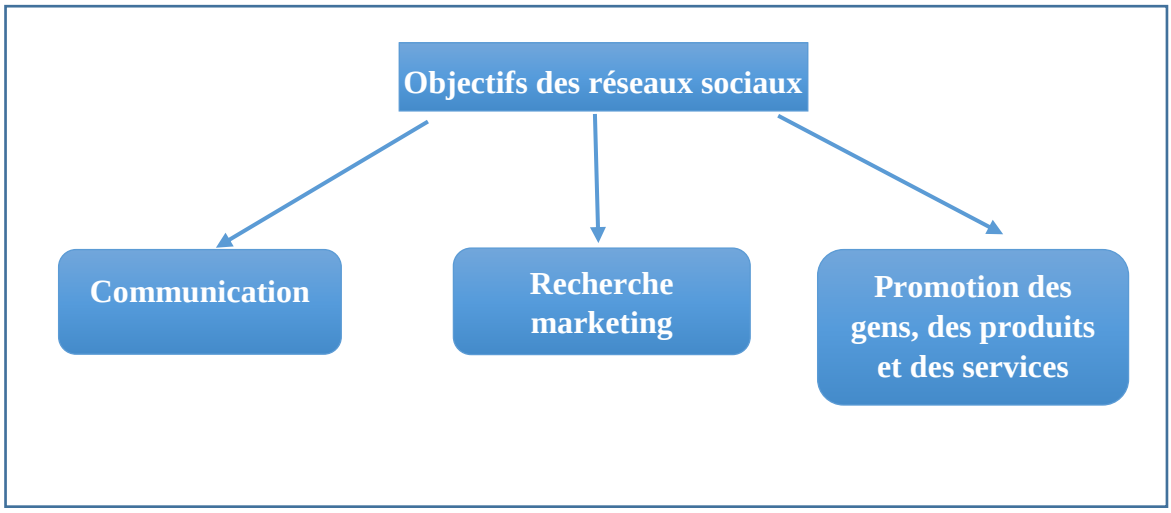
Historiquement, les réseaux sociaux sont très variables dans leur composition de participants et la culture des discussions ce qui reprend simplement les problèmes de la société existante. En outre, les réseaux existants n'ont pas tous des mécanismes de consolidation et de formation de groupes.

Les réseaux sociaux ont le potentiel de devenir un instrument de transformation de la société, de la diffusion des connaissances scientifiques et techniques, de la formation de groupes et de mouvements sociaux. Dans la situation actuelle, ils sont utilisés pour la communication,

[10] V.M. Sazanov. Les réseaux sociaux – une sphère publique. M. : Laboratoire SVM, 2012. P. 14.

la recherche marketing et la promotion des gens connus de différents domaines, de produits et services.

Figure 1.3 Les objectifs des réseaux sociaux



Pour que les réseaux sociaux prennent leur place dans la sphère scientifique et publique, ils doivent parcourir tout le chemin de l'état initial à leur mise en place en tant qu'outil et interface habituelle d'interactions, de présentation et de communication sociale dans la société postindustrielle de l'information.

La fonction principale de chaque réseau est avant tout la communication de masse et la transmission de connaissances qui va être examinée plus en détail pendant notre recherche. Outre cela, «le succès d'audience des principaux réseaux sociaux (nous allons les distinguer dans les parties suivantes) en a fait des supports marketing et publicitaires**.** Ils sont des outils de choix dans le cadre des campagnes de notoriété. Ils sont aussi aujourd'hui le principal support des actions de marketing viral, le fameux «buzz», qui consiste à diffuser un contenu à forte valeur ajoutée (information exclusive, humoristique, jeu etc.) et à compter sur sa diffusion par les utilisateurs. Les réseaux sociaux étant précisément conçus pour l'échange entre les utilisateurs, ils sont le support idéal pour les actions de ce type».[11]

«L'écoute, la prise de parole et le buzz sont trois thèmes que l'on retrouve dans les stratégies de marques qui ont été les premières à utiliser le web social pour construire leur communauté. La communication politique utilise les mêmes codes que celles des entreprises… Pour les personnages publics, et encore plus en politique, les réseaux sociaux doivent être

[11] Vers toujours plus de partage : les réseaux sociaux // Bulle communication. URL : http://bulle-communication.com/web/reseaux-sociaux.html

considérés comme des outils professionnels de construction et de gestion de leur image. Et d'autant plus que la communication est au centre de toute stratégie politique».[12]

Les hommes et femmes politiques se sont rendu compte que la bataille ne se passe plus que sur les médias traditionnels. La force de dialogue et de buzz n'est sûrement pas la même que sur le web, où chaque personne peut prendre la parole.

Les hommes politiques ont besoin désormais d'une présence multicanale pour écouter les électeurs et prendre la parole. La mise en place de profils des politiques sur des réseaux sociaux les rendent accessibles et proches des citoyens.

Surtout à l'époque actuelle la présence des politiques sur les réseaux sociaux et leur interaction persistante avec le public deviennent incontournables pendant la course électorale à la veille des élections.

Ainsi nous arrivons à la définition du concept de «campagne électorale». On appelle «campagne électorale» l'ensemble des opérations de propagande qui précèdent une élection et «durant laquelle les candidats et leurs partisans font leur promotion afin de récolter le plus grand nombre possible de voix. Elle est en général basée sur un «programme électoral» ou «programme politique» préalablement élaboré».[13]

Par ailleurs, nous devons ouvrir une parenthèse pour donner une définition de «candidat», le plus principal participant dans toute campagne électorale. Le candidat est une personne qui pose sa candidature à un poste particulier (président, maire, gouverneur, chef de la municipalité, etc.), ou toute personne qui pose sa candidature à la députation de l'assemblée représentative de l'autorité publique ou de celle locale.[14] Dans le premier cas, c'est le candidat pour le poste, tandis que dans le second – celui à la députation. Dans la loi sur l'élection on parle des candidats dans deux contextes différents : les candidats avant leur enregistrement par des commissions électorales et les candidats déjà enregistrés. Le statut de candidat ne peut être entièrement réalisé qu'après son enregistrement. Dès ce moment toutes les garanties d'une activité de candidat, établies par la réglementation, lui sont appliquées pleinement.

Les différents types de groupes de soutien, les organisations publiques, les médias et ainsi de suite sont impliqués dans la campagne électorale. Les formes principales (les moyens) de propagande au cours de la campagne sont les réunions électorales et les rassemblements organisés par le siège d'un candidat, l'édition d'articles et de brochures, l'affichage de panneaux et de pancartes électoraux, les interventions à la radio et à la télévision. Les lois

[12] Eliah Senckeisen. Politique et médias sociaux : vers des stratégies de marques // JDN. URL : http://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/56884/politique-et-medias-sociaux---vers-des-strategies-de-marques.shtml

[13] La définition de «campagne électorale» dans toupictionnaire : le dictionnaire de politique // URL : http://www.toupie.org/Dictionnaire/Campagne_electorale.htm

[14] Les principales notions, les termes et les procédures dans le suffrage // Démocratie.ru. URL : http://www.democracy.ru/library/practice/commissions/PostnikovGuide_2003/page4.html

électorales modernes réglementent la mise en place de la campagne dans les moindres détails (les termes, la procédure et les formes de la propagande, les sources de financement, etc.).

Stricto sensu, les candidats aux élections désignées officiellement comme tels, sont les seuls acteurs qui peuvent mener la campagne. Cependant, une telle conception formelle est confrontée à la réalité des processus électoraux à travers le monde, car des organisations telles que les syndicats, les associations d'employeurs, les groupes de citoyens, les médias et même les personnalités célèbres totalement étrangères à la politique, expriment publiquement leur soutien à certains candidats, en allant aux voix pour eux avant l'élection, c'est-à-dire, qu'ils exécutent physiquement les actions liées à la campagne électorale.

«En France, le déroulement des campagnes électorales et leur financement sont réglementés. La CNCCFP (Commission nationale des comptes de campagne et des financements politique) est chargée de mettre en œuvre cette réglementation et notamment de contrôler les comptes de campagne et d'arrêter le montant du remboursement forfaitaire dû par l'Etat». [15]

En Russie, pour le financement des campagnes électorales des candidats, des unions électorales, des blocs électoraux des fonds électoraux sont créés. Selon le paragraphe 2 de l'article 20 de la loi fédérale «Sur les garanties fondamentales des droits électoraux ...»[16] la campagne électorale d'un candidat, d'une association électorale, d'un bloc électoral se termine par une présentation du rapport financier final à la commission électorale par un candidat, une association électorale, un bloc électoral, ainsi que par leurs représentants autorisés.

Dans notre étude, nous nous pencherons sur deux types différents de campagnes électorales : présidentielle (élection du Président) et municipale (élections à la mairie de la ville). Alors, de facto, des garanties de l'égale concurrence, de l'honnêteté du processus et de la neutralité des pouvoirs publics doivent avoir lieu dans les deux types. C'est par l'exemple des élections présidentielles en 2012 en Russie et en France et des élections municipales à la mairie de Bordeaux en 2014 et à la mairie de Moscou en 2013 que nous allons étudier l'organisation de la campagne présidentielle et municipale sur les réseaux sociaux.

Ainsi, nous avons pris connaissance de toutes les principales notions à base desquelles nous construirons notre recherche. Cependant, ces termes seront examinés dans le cadre de deux pays différents, à savoir la Russie et la France, nos deux cas d'études.

[15] La définition de «campagne électorale» dans toupictionnaire : le dictionnaire de politique // URL : http://www.toupie.org/Dictionnaire/Campagne_electorale.htm

[16] Les principales notions, les termes et les procédures dans le suffrage // Démocratie.ru. URL : http://www.democracy.ru/library/practice/commissions/PostnikovGuide_2003/page4.html

Il nous semble donc intéressant de comparer la mobilisation des jeunes à la veille des élections dans les deux pays-amis avec une longue histoire de relations diplomatiques, culturelles et commerciales, depuis le XI-ème siècle.

La Constitution française a servi de modèle à 50% pour la constitution russe moderne, qui déclare que « la Russie est un Etat démocratique, fédéral, un Etat de droit, ayant une forme républicaine de gouvernement»[17], mais en réalité le système politique russe ne répond pas entièrement aux critères généralement reconnus à la démocratie, dont les plus importants sont : la représentativité du pouvoir, sa responsabilité vis-à-vis de la société, ainsi que la présence d'un contrôle public efficace des autorités. Ainsi, dans le cadre du système politique russe des méthodes démocratiques et non démocratiques de l'exercice du pouvoir coexistent, ce qui permet de parler d'une ambivalence (dualité) du régime politique moderne en Russie.

La science politique moderne, qualifie ce régime d' «hybride». Ce terme scientifique général désigne les régimes qui combinent les caractéristiques de la démocratie et de l'autoritarisme. «La littérature sur les régimes hybrides s'est développée de façon foisonnante depuis dix ans, dans le sillage des travaux de S. Levitsky et de L.Way».[18]

En étudiant ces systèmes intermédiaires, les scientifiques ont établi un large panel de définitions différentes, qui peuvent être divisées en deux groupes. Certains décrivent le régime hybride comme «une démocratie défective» (démocratie non libérale, démocratie d'imitation), d'autres comme « un autoritarisme concurrentiel» (autoritarisme électoral). D'après Caroline Dufy et Céline Thiriot : «Le premier désigne un régime démocratique imparfait, le second combine élections libres et usage autoritaire du pouvoir».[19]

Bien que le terme «régime hybride» et la place des hybrides à l'échelle «la démocratie - l'autoritarisme» fassent l'objet d'un débat scientifique, les chercheurs sont pourtant parvenus au consensus suivant : pour être qualifié d'hybride le régime politique doit permettre l'existence d'au moins deux partis politiques légaux participant aux élections législatives. La présence du pluripartisme légal et des campagnes électorales régulières est un repère séparant les hybrides de «l'autoritarisme pur». Dans ce cas, la question n'est plus de savoir si les partis sont vraiment en concurrence les uns avec les autres ni s'il y a des fraudes aux élections. La science de la société sait que dans l'organisme social l'imitation n'est pas un synonyme de tromperie mais

[17] La constitution de la Fédération de Russie /*version électronique* // URL : http://www.constitution.ru/fr/part1.htm

[18] Caroline Dufy. Céline Thiriot. Les apories de la transitologie : quelques pistes de recherche à la lumière d'exemples africains et post-soviétiques // Revue internationale de politique comparée. De boeck, Vol. 20, №3. P.24.

[19] Caroline Dufy. Céline Thiriot. Les apories de la transitologie : quelques pistes de recherche à la lumière d'exemples africains et post-soviétiques // Revue internationale de politique comparée. De boeck, Vol. 20, №3. P.24.

relève d'un phénomène plus complexe. En effet, plus le processus démocratiques se développe dans un Etat, plus il devient la démocratie s'ancre dans la réalité.

Généralement les régimes hybrides se caractérisent par le niveau élevé de corruption, en particulier dans le système judiciaire et pendant des élections; l'absence d'un système judiciaire indépendant; le manque de responsabilité du gouvernement devant le Parlement; la volonté des autorités de contrôler les médias en présence d'une grande variété de sources média (l'hybride ne contrôle jamais complètement la sphère médiatique - sa puissance de propagande est fondée sur d'autres principes, plus complexes que le contrôle direct total); les restrictions aux libertés civiles, en particulier aux droits des citoyens à l'action collective (les réunions publiques et les organisations sociales). En outre, le régime hybride est souvent inhérent aux pays rentiers, également appelés « les états pétroliers». Ce sont des pays vivant principalement des ventes de pétrole, de gaz naturel et d'autres ressources naturelles. «Dans ces Etats l'idée qui prévaut est qu'il est nécessaire d'avoir seulement un certain nombre X de citoyens pour desservir les tubes (mines, puits de forage), et qu'il n'y a pas besoin des autres personnes ni de leur travail».[20] Pour cette raison, le régime craint toute mobilisation, de sorte que ses institutions n'utilisent pas ou peu l'activité civile et la participation. Or la Russie moderne correspond à ces critères.

Afin de comprendre pourquoi la génération russe moderne a hérité une telle tradition politique nous devons jeter un regard rétrospectif sur son histoire. L'Histoire montre que le processus politique russe pendant toute sa durée correspondait plus à une dictature qu'à une démocratie. Cette dictature à travers l'histoire russe a pris des formes concrètes. Dans la période pré-soviétique l'organisation politique de la Russie a été réalisée dans le cadre de la monarchie absolue traditionnelle, d'un régime autoritaire qui soit renforçait les éléments dictatoriaux (le règne d'Ivan le Terrible, de Pierre le Grand), soit passait vers un système autoritaire modéré avec des éléments du parlementarisme représenté par la Douma d'Etat, l'état embryonnaire de la société civile (la gestion autonome locale) et du pluripartisme (la fin du règne de Nicolas II). Cependant, tout le pouvoir dans la Russie pré-soviétique s'est concentré dans les mains du monarque. Les organes représentatifs n'ont pas eu suffisamment d'attributions pour participer correctement à la gestion du pays. L'autocratie dans son règne était fondée non seulement sur la tradition, mais également sur la violence. En résumé, la période pré-soviétique en Russie fonctionne sous un régime autoritaire de type traditionnel installé depuis plusieurs siècles.

USi une telle conclusion semble évidente, il est en revanche plus difficile de déterminer le type de régime politique sous la période soviétique. Croire qu'en URSS il y avait un régime

[20] Ekaterina Shoulman. Le royaume de l'imitation politique // Vedomosti.ru. URL : https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2014/08/15/carstvo-imitacii

totalitaire de 1917 à 1991, ce serait une grande simplification des processus complexes qui ont eu lieu à cette époque dans la vie politique du pays. Les chercheurs ont pu identifier trois périodes principales dans l'histoire politique de la société soviétique.

La première période de 1917 à la moitié des années 1920 peut être considérée comme une période où le pouvoir politique en Russie soviétique était caractérisé par un régime dictatorial autoritaire.[21] La soi-disant dictature du prolétariat a été établie, ce qui a abouti à l'usurpation du pouvoir par un petit groupe dirigeant du parti bolchevik. Le gouvernement, dirigé par des révolutionnaires professionnels, a concentré dans ses mains la totalité du pouvoir législatif, exécutif et judiciaire, après avoir monopolisé des biens nationaux. La minorité dirigeante a exercé son pouvoir sur la majorité, s'étant appuyé non seulement sur un appareil de propagande efficace, mais aussi sur un vaste système punitif, des moyens de terreur politique, y compris la violence armée. CTout ceci a contribué à créer les conditions préalables à la formation d'un régime totalitaire. À la fin des années 1910 - début des années 1920 en Russie soviétique les vestiges du pluripartisme ont été conservés. Au sein du Parti Communiste Pansoviétique (bolshevik) se jouait une lutte politique intense entre les différents courants idéologiques. L'idéologie communiste n'a pas encore eu le temps de se rendre maître des esprits des gens.

La seconde période, de la deuxième moitié des années 1920 jusqu'au milieu des années 1950, est associée à la mise en place du régime du pouvoir personnel de Staline et peut être considérée comme un exemple classique de totalitarisme de gauche.

La troisième période à partir de 1953 jusqu'en 1991, le régime politique acquiert progressivement les traits de l'autoritarisme. Pendant cette période, l'État cherche à répondre aux besoins socio-économiques de la population pour les satisfaire, la pression de l'appareil répressif affaiblit, la persécution individualisée de dissidents remplace de la répression de masse. Le «rideau de fer» s'ouvre, les Soviétiques, acquièrent (bien que de façon très limitée) la possibilité de se familiariser avec d'autres formes d'organisation sociale. L'idéologie officielle s'érode. La politique de «Perestroïka», menée sous la présidence de Mikhaïl Gorbatchev, qui a proclamé «la glasnost», la dénationalisation de la propriété, le pluralisme politique, a marqué la fin des formes dictatoriales de gouvernement en Russie.

Ensuite il y a eu la chute de l'Union Soviétique et la création progressive de la Fédération de Russie. La Constitution de 1993, ayant consolidé le pouvoir de Boris Eltsine, a mis en place, d'après les mots d'O.Smolin, « un régime politique démocratique selon sa forme mais autoritaire selon son contenu[22]».

[21] Les régimes politiques de l'Union Soviétique // Nicbar.ru. URL : http://nicbar.ru/lekziya8.htm
[22] O.N. Smolin. Le processus politiques dans la Russie moderne : manuel pratique. M. : Prospect, 2006. P. 203 – 204.

La plupart des analystes politiques et des politiciens conviennent que le régime politique à l'époque du premier président de la Russie n'a pas été dictatorial. Il ne peut cependant qu'être difficilement appelé démocratique… Il fut donc défini de différentes façons : «la démocratie autoritaire» (V.Rukavishnikov), «la semi-démocratie» (L.Gordon), «l'hybride russe» (L.Shevtsova), « la démocratie de façade» (D. Furman), «électoral-clanique» ou «la démocratie clanique» (A. Lukin) [23] ».

Le pouvoir politique exercé en Russie dans les années 1990, n'a pas utilisé les méthodes de l'autoritarisme traditionnel. Le régime politique en présence ne s'est toutefois pas isolé de quelques-unes des caractéristiques de la politique démocratique libérale moderne telles que : la critique de la part des médias, le contrôle parlementaire, ni des élections. Dans le même temps, la politique des années 1990 reposait sur des postulats classiques de la démocratie libérale et de l'économie de marché, et avait donc un double caractère : la gestion d'équipe dépassée (l'équipe d'E.T. Gaïdar) de commandement la réglementation bureaucratique de l'économie et la politique avancée destinée à une véritable séparation des pouvoirs, la séparation de la politique de l'économie, la soumission de la politique à la loi et des élections libres s'entendaient bien en elle.

Le régime politique établi lors du mandat du président Boris Eltsine, avait un double mouvement : il aspirait d'une part, à la démocratie et à l'intégration internationale (l'adhésion au Conseil de l'Europe en 1996), le passage de l'économie planifiée à celle de marché. D'autre part, il a poursuivi et même développé de nombreuses caractéristiques héritées du passé.

La transition vers la démocratie a commencé au début des années 1990. L'abolition des garanties constitutionnelles de la position monopolistique du Parti communiste, l'émergence de nouvelles institutions du pouvoir : du Président, du Parlement l'adoption d'une nouvelle Constitution en 1993, qui proclame la primauté des droits de l'Homme et des libertés sur les droits des États, ont montré que le mécanisme du pouvoir en Russie post-soviétique acquiert de nouvelles caractéristiques tournée vers la démocratie.

Cependant, il est clairement précoce de parler de la mise en place d'un régime démocratique dans la Fédération de Russie. Effectivement, le régime politique de la Russie moderne a plus de caractères autoritaires que libéraux. Le socle autoritaire se révèle principalement à travers la grande concentration du pouvoir dans les mains du chef de l'Etat – le Président.

Le président russe, à la tête des autorités exécutives et administratives est le chef suprême des armées. Il possède presque de toutes les prérogatives quant à la formation du Gouvernement. Alors que le Parlement, et, surtout, la Douma d'Etat, sont privés de tous les

[23] Le régime politique de la Russie moderne // Nicbar.ru. URL : http://nicbar.ru/lekziya9.htm

droits réels, hors de l'adoption des lois, l'approbation du premier ministre et du budget de l'Etat. Ainsi, dans des conditions de forte concentration du pouvoir dans les mains du président et des organes exécutifs, il n'y a *de facto* qu'une possibilité très limitée de contrôle de leurs activités par la société civile et le législateur. Ainsi, dans ces conditions, un pluripartisme mature et les médias pourraient jouer le rôle d'instrument de contrôle. Cependant, le système concurrentiel de partis ne s'est pas encore développé en Russie. Les médias dans les conditions actuelles de manque de ressources se retrouvent eux-mêmes dépendants des autorités et vivent des subventions de l'Etat. Ainsi, la Russie a encore un long chemin de démocratisation à parcourir. Dans le pays un équilibre durable des forces politiques doit se fixer et la réconciliation nationale à long terme doit être atteinte. Un régime politique stable résulterait alors d'un tel accord.

Le nouveau régime politique associé au nom du nouveau président, a commencé à se former après les élections présidentielles en 2000. Même avant l'élection le style politique du nouveau chef de l'Etat s'est manifesté et a largement déterminé les méthodes et les moyens d'exercer le pouvoir. Comme V. Sogrin l'écrit : «V. Poutine depuis son entrée en fonction présidentielle ... et par ses apparences et comportements a démontré l'indépendance politique et la non-appartenance à un parti, en affirmant un style d'autoritarisme éclairé. L'autoritarisme s'est manifesté dans la démonstration de la volonté politique et dans le rôle décisif du nouveau chef dans la mise en place et l'approbation de toutes les décisions importantes du gouvernement. Le caractère éclairé de l'autoritarisme a été aperçu dans le désir de rejoindre le culte du chef et de l'étatisme et le libéralisme, dans le rejet ferme des idées de restauration (ndr : du régime soviétique)[24]».

Dans les conditions où la société était socialement et idéologiquement divisée, Vladimir Poutine a choisi comme base de sa politique publique le principe du «contrat social» et de la consolidation de l'Etat, des entreprises et de la société. Ce qui lui a permis d'une part, de ne pas abandonner ses engagements sociaux envers les citoyens, et d'autre part affirmer des postulats de l'idéologie libérale. Ainsi la réforme des symboles de l'Etat est devenue un tel compromis social.

En tant que politicien pragmatique, Vladimir Poutine a montré une volonté de dialogue avec les représentants de toutes les forces politiques, y compris de l'opposition. Il utilise également le principe de « l'équidistance » aux sphères économique et religieuse.

Dans la sphère médiatique internationale il y a des inquiétudes au sujet de la situation des médias indépendants en Russie. Tout de même le président russe actuel ne met pas obstacle

[24]V.V. Sogrin. L'histoire politique de la Russie moderne. 1982 – 2001 : de Gorbachev jusqu'à Poutine. M. : L'édition «Le monde entier», 2001. P. 238.

à la présence des médias d'opposition au sein du pays parmi lesquels on peut citer les chaînes de télévision «Dojd» («Pluie»), «RBK», «TV-2», les stations de radio «Echo de Moskvi» («Echo de Moscou»), «Radio Svoboda» («Radio Liberté»), les journaux «Vedomosti», «Novaya Gazeta» («Nouveau journal») et la revue «Snob».

Vladimir Poutine démontre son engagement de l'orientation démocratique des réformes, tout en neutralisant l'impact sur le pouvoir des oligarques qui ont financé et contrôlé les médias qui ont effectué la campagne contre lui.

Le programme économique de Vladimir Poutine est de rendre la Russie compatible avec l'économie mondiale, de créer le milieu économique généralement admis dans le monde, tout en assurant l'afflux des investissements nécessaires nationaux et étrangers. M. Yakovlev a déclaré : «l'économie est libérale, la politique est autoritaire»[25] en décrivant le mécanisme d'exercice du pouvoir moderne dans divers domaines.

Dans son discours annuel à l'Assemblée fédérale, le Président russe porte une attention particulière à la création des conditions favorables pour un haut niveau de vie dans le pays, «la vie sûre, libre et confortable»[26], ce qui est possible seulement dans une démocratie mature et dans une société civile développée. La volonté de correspondre aux «valeurs humanistes, aux larges possibilités de la réussite personnelle et collective, aux normes durement acquises de la civilisation»[27] est, selon le point de vue du président russe, une priorité de la Russie en tant que pays de civilisation européenne.

Toutefois, certains analystes politiques soulignent l'écart entre les objectifs officiellement déclarés des réformes politiques et la pratique politique réelle. Ainsi, M. Urnov souligne une incohérence «entre les intentions annoncées de créer un système stable de démocratie représentative et l'élimination progressive des éléments essentiels de la démocratie représentative qui viennent d'apparaître : les germes de concurrence politique publique exercée selon des règles claires et connues».[28]

Certains analystes politiques ont commencé à utiliser le terme «démocratie dirigée» pour caractériser le régime politique moderne. Sa particularité tient en partie à la personnalité du président actuel, ce qui a permis à un certain nombre de chercheurs de le caractériser comme «de Poutine». A.V. Nikonov invente même le terme «Poutinisme», sous lequel il entend le régime russe actuel et l'idéologie véhiculée par son président.[29]

---

[25] A.N.Yakovlev. La réforme en Russie // Les sciences sociales et l'actualité. M. : Science, 2005. №2. P.12.
[26] Le message du président de la Fédération de Russie à l'Assemblée Fédérale de la Fédération de Russie. Le 26 mai 2004 // Kremlin.ru. URL : http://kremlin.ru/events/president/transcripts/22494/audios
[27] Le message du président de la Fédération de Russie à l'Assemblée Fédérale de la Fédération de Russie. Le 25 avril 2005 // Kremlin.ru. URL : http://kremlin.ru/events/president/transcripts/22931/videos
[28] M. Urnov. V.Kasamara. La Russie moderne : les défis et les réponses. Recueil. M. : Expertise, 2005. P.26.
[29] V.Nikonov. Poutinisme // La politique moderne russe : Le cours magistral / Sous la direction de V.Nikonov, M. : OLMA-PRESS, 2003. P.29.

«De fait, l'anti-occidentalisme et l'anti-américanisme sont de puissants facteurs de cohésion sociale et nationale en Russie et fournissent une légitimité forte au régime de Poutine, et plus encore dans les années 2010, tandis que s'érode le consensus social appuyé sur la décennie rapide des années 2000»[30] - soulignent dans leur article Caroline Dufy et Céline Thiriot.

Certains chercheurs pensent que les actions du président sont induites par des besoins et des attentes de la société. Ainsi, E. Shestopal affirme qu'«aujourd'hui le pouvoir fait ce que la société veut»[31]. La société n'est pas prête pour la démocratie politique, puisque, selon V. Pastuhov : «d'abord on apprend à la nation d'avoir la responsabilité et l'habitude de vivre selon la loi, puis ensuite l'Etat s'ouvre à la liberté politique, et non l'inverse».[32]

L. Shevtsova estime qu'il y a eu une transition de l'autocratie élue sous Boris Eltsine vers un régime bureaucratique autoritaire créé par Vladimir Poutine.[33] Le politologue russe appelle gouvernement bureaucratique autoritaire le système dans lequel le pouvoir est concentré entre les seules mains du chef d'Etat s'appuyant sur la bureaucratie et les structures de force. Souvent, ces régimes s'appuient sur des technocrates et des libéraux qui participent à l'organisation et au « bon » fonctionnement de la structure. Mais les régimes hybrides sont instables et, se retrouvent tôt ou tard face à un dilemme : «soit se développer vers la démocratie, soit se rigidifier vers la dictature ou vers «failed state» (et risquer de tomber dans le chaos et de perdre l'intégrité territoriale)».[34] Il est indispensable de préciser que le premier scénario est le plus fréquent : les régimes hybrides ont tendance à devenir au fil du temps des démocraties même si encore faibles et imparfaites. Le deuxième et le troisième scénario sont reposent sur les mêmes ressorts. De sorte que le régime n'a au final que deux choix : soit devenir une démocratie soit devenir une autocratie et / ou s'effondrer. En règle générale, le sort du régime hybride est principalement influencé par trois grands facteurs :

I. Le nombre d'institutions démocratiques, que le régime imite. Peu importe s'ils sont « décoratifs » ou de façade, plus le régime fait semblant d'être une démocratie, plus ses chances de se transformer en démocratie augmentent. Par conséquent, les modifications législatives en tous sens ne sont jamais une «formalité», mais un signe important de la transformation du régime.

[30] Caroline Dufy. Céline Thiriot. Les apories de la transitologie : quelques pistes de recherche à la lumière d'exemples africains et post-soviétiques // Revue internationale de politique comparée. De boeck, Vol. 20, №3. P.37.
[31]E.B.Shestopal. La demande autoritaire de la démocratie ou pourquoi en Russie les oranges ne poussent pas // Polis, 2004. №1. P.26.
[32] V.B.Pastukhov. Le troisième mandat de Poutine comme une alternative à la bigoterie politique. La réplique du cynique politique // Polis. 2006, №2. P. 164.
[33] Shevtsova L.F. Le changement du régime ou du système ? // Polis. 2004. №1. P. 47.
[34] Ekaterina Shoulman. Quel est le régime politique en Russie ? // Meduza. URL : https://meduza.io/cards/kakoy-v-rossii-politicheskiy-rezhim

II. Le degré d'intégration dans les organisations politiques et économiques internationales : plus le régime est isolé, plutôt risque de tomber dans l'autocratie ou de se désagréger.

III. La présence d'un grand nombre de partenaires commerciaux et politiques extérieurs. Si ceux-ci sont démocratiques (comme les Etats-Unis ou l'UE), le régime va se développer vers plus de démocratie. Si c'est au contraire à tendance autocratique (par exemple, la Chine), le régime va dériver vers l'autocratie.

Dans la Russie moderne, la transition vers un régime politique démocratique se déroule dans des conditions difficiles, ce qui peut créer un fondement pour les tentatives de renforcement des orientations vers la formation d'un modèle plus autoritaire du système politique. Ce mécanisme est d'autant plus facilité par la crise économique et la radicalisation de l'opposition qui déstabilise la situation politique. De plus, la difficulté de la démocratisation dans la société russe est accentuée en raison du caractère multi-ethnique de l'état et les mouvements pour la création d'unités nationales souveraines. Le danger considérable pour la démocratie en Russie réside dans ceux de ses citoyens qui sont en opposition avec le régime totalitaire du passé, mais ne sont pas non plus adeptes de la démocratie de sorte que l'autoritarisme représente le seul idéal compatible avec leurs opinions. Par conséquent, en analysant la situation actuelle en Russie, les politologues russes estiment qu'il est probable que la transition se fasse, mais vers une autre forme de démocratie, non libérale en Russie.

Contrairement aux prévisions pessimistes d'un certain nombre de scientifiques politiques au regard du développement démocratique du pays, l'équipe présidentielle affirme en revanche que le retour à la véritable signification du mot «démocratie» à toutes les « institutions démocratiques », a été rendue possible grâce à la politique menée. L'essentiel de ces déclarations réside en effet dans le fait que la politique du président bénéficie d'un large soutien de la population, c'est-à-dire le principe fondamental d'une société démocratique. La côte élevée du président (89,9%)[35] est l'indication d'un tel soutien et de la crédibilité de sa politique de la part des citoyens.

«La combinaison d'une économie libérale, d'un pouvoir rigide, d'une politique étrangère ouverte et indépendante est typique du conservatisme gaulliste»[36] - dit Nikonov. C'est sur ces piliers que le président français Charles de Gaulle a construit sa politique, et a apporté des résultats positifs et concrets pour la France. Le président russe Vladimir Poutine tient une

[35] La cote de Poutine bat un nouveau record // Sputnik France. URL : https://fr.sputniknews.com/russie/201510221018999556-russie-poutine-popularite/

[36] V.Nikonov. Poutinisme // La politique moderne russe : Le cours magistral / Sous la direction de V.Nikonov, M. : OLMA-PRESS, 2003. P.37.

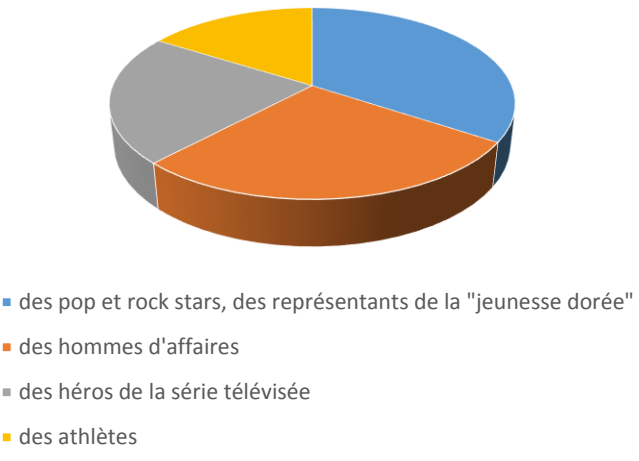
politique très semblable. Il n'y a qu'une seule différence : la Russie et la France ont une expérience démocratique différente, incomparable à la fois selon l'échelle du temps et les paramètres qualitatifs. Néanmoins nous nous permettons de comparer ces deux pays, dont l'un ne s'est pas encore pleinement transformé en démocratie au sens occidental du terme mais poursuit son chemin sur la voie de la démocratisation.

En Russie ainsi qu'en France les jeunes sont principalement intéressés par les événements qui se déroulent dans leur pays, mais le fait de lutter pour leur avenir et défendre leurs libertés démocratiques est plus représentatif pour la jeunesse française, surtout depuis Mai 68. Quant à la jeunesse russe, jusqu'à récemment, elle a été beaucoup moins intéressée par la politique en général que la jeunesse française, et n'avait pas l'habitude de lutter pour ses droits et d'exprimer publiquement son opinion.

L'idée que le manque de connaissances sur la législation et l'ignorance politique générale avec la répugnance à se lancer dans une lutte pour ses droits civils et politiques et la conscience de sa propre vulnérabilité dressent des particularités caractéristiques de la conscience politique de la jeunesse russe, prévalait à l'époque.

Le sondage du Centre russe de l'étude de l'opinion publique, dédié aux idoles de la jeunesse russe réalisé en 2004 (100 localités, 39 régions, kraï et républiques de la Russie), a montré que les idoles de la jeunesse russe de l'époque étaient principalement des pop et rock stars, des représentants de la «jeunesse dorée» (47%), des hommes d'affaires prospères, des oligarques (38%), des héros de la série télévisée (30%), des athlètes (22%).[37]

Graphique 1.1 Des idoles de la jeunesse russe en 2004



[37] I. Dzialoshinsky. Les médias et l'activité sociale de la jeunesse // Le journal international électronique «Médias. Information. Communication. URL : http://mic.org.ru/3-nomer-2012/134-media-i-sotsialnaya-aktivnost-molodezhi

Alors les jeunes gens ont presque entièrement cessé de traiter les activités politiques comme un phénomène socialement significatif. La plupart des jeunes ne connaissaient pas les fondements de la structure de l'Etat de la Russie et leurs droits civils, n'ont jamais entendu parler du principe de la séparation des pouvoirs. Les jeunes ne suivaient pas beaucoup le changement dans la législation et la prise de décisions importantes pour eux dans le domaine de la politique de jeunesse, ils ont également été indifférents à l'égard des activités des autorités. La jeunesse manquait de l'aspiration à la vie publique et aux acquis d'autogestion. Les institutions publiques élues ne bénéficient pas de sa confiance.

Mais pendant ces 10 dernières années, la situation de la jeunesse russe a changé. Auparavant c'est le nihilisme politique et l'absence de désir de participer à la vie politique du pays qui dominaient dans l'esprit des jeunes russes, mais depuis la fin de 2011 après les élections à la Douma d'Etat et à la veille des élections présidentielles au printemps 2012, la jeunesse russe s'est fait connaître de façon très différente : elle est devenue intransigeante, exigeant vérité et justice, et s'est montrée inquiète de l'avenir du pays.

Des actions et des rassemblements pour et contre le pouvoir en place se succédaient, les jeunes recevant la plupart des informations actuelles via les réseaux sociaux, ont commencé à se réunir et à mobiliser leurs forces pour des manifestations en ligne et hors ligne sur des sujets civils et politiques qui les préoccupent le plus.

Ainsi, l'étude «La jeunesse russe : le potentiel de la mobilisation politique», menée en 2012 par le groupe ZIRCON, a montré que la perception de certaines notions de valeur parmi la jeunesse russe (de 16 à 24 ans) a significativement changé.

La réaction positive de l'écrasante majorité (deux tiers ou plus) des jeunes répondants a été suscité par des notions telles que la Russie, la patrie, l'ordre, la justice, la sécurité, la stabilité, la primauté du droit, la tradition, l'Etat fort, le président, le patriotisme, la puissance mondiale, la morale.[38]

Nous pouvons attribuer cette série de notions aux valeurs traditionnelles ou étatistes (valeurs qui sont de nature publique) qui sont très répandues non seulement chez les jeunes mais aussi parmi les générations plus âgées. Ainsi, la jeunesse russe a arrêté de se retirer des affaires intérieures et extérieures du pays et nous observons une tendance à sa participation active à la vie de son pays et le désir de construire un Etat fort basé sur le respect des droits de l'homme, des libertés et susceptible d'aider les personnes les plus vulnérables - les enfants, les jeunes et les personnes âgées.

[38] L'activité sociale de la jeunesse russe // L'examen analytique des résultats de la recherche sociologique menée par une équipe d'étude ZIRKON. URL : http://www.zircon.ru/upload/iblock/3a3/081117.pdf?sphrase_id=1998

Il sera donc intéressant de comparer si le degré de participation civile et politique des jeunes russes a déjà atteint le niveau français et en même temps de voir quel potentiel politique a la jeunesse dans les deux pays aujourd'hui. Nous pourrons également analyser quelles technologies et méthodes les politiques utilisent pour accroître le niveau de participation des jeunes dans les deux pays, à la fois en ligne et dans la vraie vie et quels résultats cela donne, selon le bilan des élections présidentielles de 2012 et des élections municipales en 2013 à Moscou et en 2014 Bordeaux.

Au XXI^{ème} siècle, les débats sont très pointus à propos d'une probabilité de gagner une course présidentielle complètement sur les réseaux sociaux à condition que les équipes des candidats soient capables d'éprouver l'efficacité de cet outil aussi politique que social qui est plus universel que tous les médias traditionnels et permet de saisir un plus grand nombre de personnes pour influencer leurs opinions en transformant «j'aime» et des commentaires soutenants des internautes en suffrage réel dans les permanences électorales.

Nous allons examiner si le dernier volet est mis en valeur dans le processus électoral de deux pays : la France et la Russie. Pour cela nous allons nous poser la problématique suivante pendant notre recherche : *Dans quelle mesure la présence et la participation active des candidats au poste de président et de maire sur les réseaux sociaux influence-t-elle les résultats finaux des élections en France et en Russie ? Y a-t-il une différence considérable dans un caractère de mobilisation de la jeunesse dans les deux pays via des réseaux sociaux en vue du soutien de ces candidats ?*

Partant des questions posées à la problématique, nous avons retenu l'hypothèse suivante qui sera vérifiée tout au long de notre recherche : à l'heure actuelle, les élections à tout niveau ne peuvent être gagnées qu'à l'aide des technologies politiques appliquées par des candidats sur des réseaux sociaux.

L'objectif principal de cette recherche est d'identifier les mécanismes existants et les buts de l'interaction entre les candidats aux élections présidentielles et municipales et la communauté de jeunes en ligne via les réseaux sociaux en Russie et en France au stade actuel du développement des technologies de réseau.

Pour y parvenir, nous nous fixons des objectifs suivants :

1. Examiner les stades de développement de la société de l'information et son intégration dans l'espace russe et français avec une utilisation efficace de sa principale ressource stratégique - des connaissances ;

2. Relever les principales approches théoriques de l'étude des nouvelles technologies de l'information et des réseaux sociaux en particulier, et de la diffusion d'information par le biais d'eux dans le processus politique. Concrétiser la notion de communication politique en ligne ;

3. Analyser et systématiser l'expérience de l'utilisation des technologies de réseau de la communication dans la pratique électorale en France et en Russie. Remarquer les principales technologies utilisées, les formes et les moyens de la communication politique en ligne au stade actuel de leur développement ;

4. Révéler les principales caractéristiques de l'audience sur Internet en Russie et en France, en tant que membre de la communication politique en ligne ;

5. Développer les principales caractéristiques de la jeunesse russe et française en tant que principal consommateur de l'information et moteur du développement des réseaux sociaux;

6. Développer les aspects législatifs, juridiques et éthiques de l'utilisation des réseaux sociaux ;

7. Faire l'analyse de l'efficacité de l'activité de communication des sujets à l'exemple des candidats au poste de maire et de président et des unions des jeunes qui les soutiennent dans l'espace russe et français d'Internet, ainsi que l'analyse des actions destructrices et de propagande sur les réseaux sociaux des sujets de la Russie;

8. Porter un jugement du développement possible de l'interaction entre les acteurs politiques et la jeunesse française et russe moderne dans l'espace d'information ;

Les problèmes de l'étude des communautés en ligne et des réseaux sociaux comme des nouvelles formes d'interaction par le biais des technologies de l'information ont été examinés au sein des principales écoles scientifiques et d'un certain nombre d'approches interdisciplinaires.

Dans la littérature scientifique, on prête beaucoup d'attention aux questions du développement de l'information et des technologies de l'information et de la communication. Le processus de formation de la société de l'information, les aspects sociaux et politiques du développement de nouvelles technologies interactives et d'information ont été étudiés dans les œuvres de ces sociologues bien connus comme Daniel Bell[39], M. Castells[40], J. Galbraith[41], A.

[39] Bell D., The Coming of Post-industrial Society, Aventure en Social Forecasting. NY. : 1973. trad. fr. Vers une société
post-industrielle : essai de prospective sociologique. Paris : R. Laffont, 1976. 578 p.

[40] Castells Manuel. La société en réseaux – Vol. 1 : L'ère de l'information. Paris : Fayard, 2001. 674 p.
Castells Manuel. La galaxie Internet. Paris : Fayard, 2002, 368 p.
Castells Manuel. Pekka Himanen. Reconceptualizing Development in the Global Information Age. Oxford : Oxford University Press, 2014. 384 p.

[41] Galbraith John Kenneth. Le nouvel Etat indusctiel : Essai sur le système économique américain. Paris : Gallimard, 1989. 458 p.

Toffler[42], F. Webster[43]. C'est sur leurs travaux que nous allons nous appuyer dans la partie théorique de notre étude.

Le volet théorique de la société de l'information et le concept de réseaux sociaux prenant sa source parmi les œuvres que nous étudierons, à la base des recherches sociologiques, faites à la fin du dernier siècle, dans les œuvres de D.S. Chereshkin, G.L. Smolyan[44], B. Wellman[45], S.Wasserman, K. Faust,[46] A.A. Chernov[47], O.B. Skorodumova[48], A.N. Abdulov, A.M. Kulkin[49], AM, Pogorsky E.K[50].

Dans les œuvres de M. Castells il y a l'examen le plus complet de la société en réseaux qui est interprétée dans un contexte plus large de la révolution technologique et de la théorie de la société de l'information. Les poststructuralistes Gilles Deleuze et Félix Guattari[51] ont étudié la société en réseaux, reposant sur le concept philosophique, le fondateur du constructivisme structuraliste, Pierre Bourdieu[52] examinait les réseaux sociaux dans le cadre du concept architectural du «champ social», et le scientifique américain, fondateur de l'approche géométrique de l'étude des réseaux sociaux R. Bert[53] les présentait sous la forme de différents «sociogrammes».

Pour une étude rigoureuse des processus et des variantes de la participation politique, de différents types du comportement politique, nous nous appuierons sur les travaux de G. Almond, S. Verba[54], P. Bourdieu, L. Milbrath[55], S. Huntington[56], ainsi que sur les travaux des

---

[42] Toffler A. Le choc du futur. Paris : Gallimard, collection Folio, 1987. 637 p.
Toffler A. La troisième vague. Paris : Denoël, 1984. 623 p.
Toffler Alvin et Heidi. La richesse révolutionnaire. Paris : Plon, 2007. 578 p.

[43] Webster. F Theories of the Information Society. L.: Routledge, 2006. 312 p.

[44] Chereshkin D.S. Smolyan G.L. La révolution informatique de réseau // Les ressources d'inormation de la Russie, 1997. №4

[45] Wellman B. Physical place and cyberplace: the rise of networked individualism // International Journal of Urban and Regional Research. 2000/1. P. 227 – 252.

[46] Wasserman S. Faust K. Social Network Analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 1994. p. 825.

[47] Chernov A.A. La formation d'une société mondiale de l'information : enjeux et perspectives. M : Société éditoriale commerciale «Dashkov et K», 2003. 232 p.

[48] Skorodumova O.B. Les approches russes à l'interprétation de la société de l'information : les paradigmes postindustrielle, synergétique et post-moderne / / Connaissance. Compréhension. Capacité. URL : http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Skorodumova/

[49] Abdulov A.N, Kulkin A.M. Les contours de la société de l'information. M : INION, 2005. 162 p.

[50] Pogorsky E.K La formation de la société de l'information dans la Fédération de Russie : les possibilités de communications entre les citoyens et les autorités locales // Slideshare. URL : http://www.slideshare.net/pogorsky/ss-6809893

[51] Deleuze G. Guattari F. Rhizome. Paris : édition de Minuit, 1976. 65 p.

[52] Bourdieu P. *Raisons pratiques : sur la théorie de l'action.* Paris, Seuil, 1994, 251 p.

[53] Burt R. The Social Capital of Social Holes // Guillen M., Collins R., England P. New Directions in economic Sociology. N.-Y., 2001. P. 201-246.

[54]Almond G. Verba S. Culture civile et la stabilité de la démocratie //Polis : études politiques. 1992.№ 4. P. 122 – 135.

[55] Milbrath L.W. Political Participation: How and Why Do Peo-ple Get Involved in Politics? Chicago, 1965. P. 79 – 88.

[56] Huntington S. Le choc des civilisations. Paris : Odile Jacob, 1997. 402 p.
Huntington S. L'ordre politique dans les sociétés en transition. M. : Progrès – Tradition, 2004. 480 p.

politologues russes tels qu'O. Fomin[57], V. Safronov[58], N. Velikaya[59], V. Komarovsky[60] et d'autres scientifiques.

Parmi les chercheurs russes qui s'intéressent aux questions de communication politique sur Internet et étudient le rôle des nouvelles technologies de l'information dans la vie politique de la société au cours des dernières années nous pouvons citer M.S Vershinin[61], G.L. Akopov[62], M.G. Anokhin[63], A.N. Koulik[64], T.E. Greenberg[65], Y.V. Irkhin[66], A.V. Dmitriev, V.V. Latinov[67], E.G. Morozova[68], M.Y. Pavlyutenkova[69], D.N. Peskov[70], A.V. Chougounov[71], O. F.Shabrov[72].

La base empirique de l'étude sera composée, tout d'abord, des sites web des réseaux sociaux – russes et internationaux, tels que «VKontakte»[73], «Moï mir» (du russe «Mon

[57] Fomin O.N. Les mécanismes politiques dans les zones de la convergence sociale. Saratov : SGU, 2002. 192 p.
Fomin O.N. Les pratiques sociales et la compétence politique d'un fonctionnaire // Le processus politique moderne et la préparation des fonctionnaires. M. : RAGS, 2008. P. 76 – 85.

[58] Safronov V.V. Libéralisme et la démocratie : des bases sociales et culturelles ? // Les dominants culturelles de la conscience russe : l'influence sur les transformations sociales sous la direction de V.V. Safronov et B.M. Firsov. Saint-Pétersbourg : FIS de l'Académie des Sciences de Russie, 1998. 230 p.

[59] Velikaya N.M. Les principales tendances de la participation politique à la municipalité // Etudes sociologiques : SOCIS. №8. P. 45 – 53.

[60] Komarovsky V.S. La démocratie et des élections en Russie : la théorie et l'histoire de la question // Etudes sociologiques. 1996. №6. P. 18 – 35.

[61] Vershinin M.S. La communication politique dans la société de l'information // Polis. Saint-Pétersbourg. 2001. №21. P. 34 – 40.

[62] Akopov G.L. Les problèmes globaux et les dangers de la politique de réseau. Rostov-sur-le-Don : Rostizdat, 2004, 115 p.

[63] Anokhin M.G.Komarovsky V.S. Matveenko U.I. Les technologies dans la politique et la gestion politique. M. : Editions RAGS, 2000. 200 p.

[64] Koulik A.N. L'Etat électronique dans la «démocratie souveraine». M. : Institut d'information scientifique en sciences sociales, l'Académie des Sciences de Russie. P. 212 – 217.

[65] Greenberg T.E. Les technologies politiques : relations publiques et publicité. M. : Aspect Presse, 2005. 317p.

[66] Irkhin Y.V. Le gouvernement électronique : théorie et pratique // Le service publique. La revue scientifique et politique RAGS. M., 2008. №4. P. 160 – 172.

[67] Dmitriev A.V., Latinov V.V., Khlopiev A.T. La communication informelle politique. M. : ROSSPEN, 1996. 197p.
Dmitriev A.V., Latinov V.V., Yakovlev I.G. La politique, la politologie, Internet. M. : L'Université humanitaire d'Etat de Moscou, 2002. 103 p.

[68] Morozova E.G. La communication droite du pouvoir exécutif avec la société : les contours de «la démocratie du service» ? // La gestion publique au XXI-ème siècle. M. : L'Université d'Etat de Moscou, 2006. P. 135 – 186.

[69] Pavlyutenkova M.U. Les nouvelles technologies de l'information dans le processus politique modern // Pouvoir, 2000, №8. P. 69 – 83.
Pavlyutenkova M.U. La guerre de l'information – la menace réelle ou le mythe moderne ? //Pouvoir. M., 2001, № 12. P. 44 -56.

[70] Pescov D.N. Internet dans la politique russe : l'utopie et la réalité // Polis. Saint-Pétersbourg, 2002, №1. P. 25 – 34.

[71] Cgougounov A.V. Le développement de la société de l'information : les théories, les conceptions, les programmes/ Le matériel didactique. Saint-Pétersbourg : La faculté de la philologie et des arts de l'Université d'Etat de Saint-Pétersbourg, 2007. 98 p.
Chougounov A.V. Le concept russe de «l'Etat électronique» : la formation de la politique d'Etat et des problèmes juridiques // Vestnik de l'Université de Moscou. 2010. № 3. P. 78 – 89.

[72] Chabrov O.F. Anokhin M.G. Dzliev M.I. La modélisation informatique des processus sociaux et politiques/ Sous la direction de Chabrov O.F., M. : Interpraks. 1994. 112 p.

[73] URL : https://www.vkontakte.ru

monde»)[74], «Facebook»[75], «Twitter»[76], «Google+»[77], «Instagram»[78], «Flickr»[79], «LinkedIn»[80], «Moï kroug» (du russe «Mon cercle»)[81] - révélés par l'analyse des publications des médias thématiques (y compris en ligne), et à la suite par une recherche ciblée par le biais des systèmes de recherche informationnels comme «Yandex»[82], «Google»[83], «Rambler»[84], «Mail.ru»[85] etc.).

Toute notre recherche sera basée sur une analyse comparative des différents aspects et des comportements politiques en Russie et en France. Pour réaliser cette analyse, nous allons appliquer des méthodes quantitative et qualitative d'étude de notre problématique.

Alors, à l'aide de la méthode quantitative, nous étudierons toutes les statistiques sur le niveau d'utilisation et de diffusion d'Internet en Russie et en France à l'heure actuelle, ainsi que des chiffres précis sur l'utilisation active d'Internet parmi la population des deux pays et la présence des jeunes français et russes sur des réseaux sociaux. En outre, nous révélerons le pourcentage de gens qui reçoivent des informations et des nouvelles via des médias imprimés, la télévision ou bien les réseaux sociaux en Russie et en France. Nous mettrons en évidence quelle source d'informations parmi toutes représentées remporte la palme, et si un changement de la situation est possible dans un avenir proche en raison de nouvelles technologies émergentes. Grâce à des statistiques précises, nous pourrons également voir le pourcentage de la population russe et française à la veille des élections présidentielles et municipales qui a suivi les campagnes électorales en ligne, notamment sur les réseaux sociaux, et combien de personnes, cependant, sont restés attachées à leurs opinions conservatrices et ont regardé tout ce qui se passait à la télévision. Enfin nous analyserons aussi combien de personnes ont superposé toutes les sources d'informations pour suivre en temps réel tous les actes et les discours des candidats, ainsi que les estimations préliminaires de résultats possibles.

Pour les données et les chiffres exacts de notre recherche, nous utiliserons les résultats des études d'usages d'Internet menées par diverses organisations internationales et russes. Nous pouvons citer parmi elles les centres d'études comScore Networks[86], TNS[87], une ressource en

[74] URL : https://my.mail.ru
[75] URL : https://www.facebook.com
[76] URL : https://twitter.com/
[77] URL : https://plus.google.com/
[78] URL : https://instagram.com/
[79] URL : https://www.flickr.com/
[80] URL : https://www.linkedin.com/
[81] URL : https://moikrug.ru/
[82] URL : http://www.yandex.ru/
[83] URL : https://www.google.com
[84] URL : http://www.rambler.ru/
[85] URL : https://mail.ru/
[86] URL : http://www.comscore.com/
[87] URL : http://www.tnsglobal.com/

ligne The Royal Pingdom[88], l'Union internationale des télécommunications[89], une équipe d'étude ZIRCON[90], les agences analytiques Bime Analitics[91], Speed Matters[92], l'organisation non-gouvernementale «Reporters sans frontières»[93], le Centre Panrusse d'étude d'opinion publique[94], la commission nationale de la campagne électorale de la Fédération de Russie[95], le service sociologique «Fonds de l'opinion publique»[96], la banque américaine Morgan Stanley[97], le classement international des sites web Alexa[98], le projet «Le monde d'Internet» du «Fonds de l'opinion publique»[99].

Notre méthode qualitative sera principalement fondée sur la collecte d'informations à la suite de nombreux entretiens menés avec des militants ainsi qu'avec des chefs des branches de jeunes de «l'UMP»[100], du «Parti socialiste» et du «Front national» en France. En Russie nous avons également eu des interviews avec des partisans et des administrateurs des groupes sur des réseaux sociaux. Nous avons même eu la chance d'avoir des entretiens avec des porte-paroles de certains partis, responsables de relations publiques, et de la communication d'un candidat. Entre autres choses, nous essaierons d'analyser une interview, que nous avons réussi à organiser avec Fabrice Berrahil, consultant en communication numérique publique et politique à Bordeaux, ce qui va nous clarifier son hypothèse sur la «révolution numérique» et son avis sur la question : pourquoi les réseaux sociaux se mettent en avant pour toutes les sortes de communication dans la vie contemporaine. Pour le développement du sujet du mouvement d'opposition actif en Russie à la fois dans le monde virtuel et le monde réel, nous allons utiliser des informations recueillies grâce à un entretien avec Ksenya Troubetskaya, chef du service d'agitation et de propagande du mouvement «Les russes».

[88] URL : http://royal.pingdom.com/
[89] URL : http://www.itu.int/fr/Pages/default.aspx
[90] URL : http://www.zircon.ru/
[91] URL : https://www.bimeanalytics.com/
[92] URL : http://www.speedmatters.org/
[93] URL : https://fr.rsf.org/
[94] URL : http://www.wciom.ru/
[95] URL : http://www.cikrf.ru/
[96] URL : http://fom.ru/
[97] URL : http://www.morganstanley.com/
[98] URL : http://www.alexa.com/topsites
[99] URL : http://runet.fom.ru/tag/FOM-RUNET
[100] Vers le bout de notre recherche, à savoir le 26 mai 2015, le nom du parti a été changé pour «Les Républicains» à l'initiative de son président Nicolas Sarkozy. En raison d'un grand volume d'ici et jusqu'à la fin de notre thèse nous garderons le nom précédent du parti «l'UMP».

Tableau 1.2 Récapitulatif des personnes interviewées au cours de la recherche

Interlocuteur	***Fonction / Occupation***	***Procédé d'interview***	***Raison pour laquelle cette personne a été choisie***
Benoît Grange	responsable des Jeunes Populaires de Gironde de 2011 à 2013	Skype	1) Dirigeant de l'un des plus grands mouvements des jeunes en France 2) Apport d'un regard de l'intérieur sur l'organisation et les mécanismes de fonctionnement du mouvement 3) Capacité d'évaluation *a posteriori* des évènements mis en place par le mouvement, tant en ligne que sur le terrain, pour le soutien au candidat de l'UMP pendant sa campagne présidentielle de 2012 4) L'intéressé interagit directement avec Alain Juppé et son équipe
Paul Azibert	adhérent aux Jeunes Populaires de Gironde, inscrit sur la liste d'Alain Juppé pendant les élections municipales à Bordeaux en 2014	Skype	1) Etudiant à Sciences Po Bordeaux, où il organisait des conférences et colloques avec la participation d'hommes politiques connus 2) Participation très active aux évènements politiques bordelais en tant que militant UMP 3) Participation à l'organisation des évènements de soutien à Nicolas Sarkozy pendant sa campagne présidentielle de 2012 et à Alain Juppé pendant

			sa campagne municipale à Bordeaux en 2014 4) L'intéressé débute sa propre carrière politique
Kherarfa Sofiane	animateur fédéral des Jeunes Socialistes en Gironde de 2013 à 2014	Entretien dans un café à Bordeaux	1) A dirigé l'un des plus grands mouvements de jeunes en France pendant un an 2) Apport d'un regard de l'intérieur sur l'organisation et les mécanismes de fonctionnement du mouvement 3) Capacité d'évaluation *a posteriori* des évènements mis en place par le mouvement, tant en ligne que sur le terrain, pour le soutien au candidat du Parti Socialiste pendant sa campagne présidentielle de 2012
Normand Paul	adhérent aux Jeunes Socialistes de Gironde	Entretien dans un café à Bordeaux	1) A été le militant le plus actif pendant le « tweet apéro » des Jeunes Socialistes à Bordeaux en novembre 2013 2) Participe régulièrement aux rencontres des Jeunes Socialistes et aux débats en ligne sur son compte Twitter 3) Souhaite suivre les traces de son père en faisant carrière au sein du Parti Socialiste
Camille Hollebecque	animatrice fédérale des Jeunes Socialistes en Gironde de 2014 à 2015	Entretien dans un café à Bordeaux	1) A dirigé l'un des plus grands mouvements de jeunes en France pendant un an

			2) Apport d'un regard de l'intérieur sur l'organisation et les mécanismes de fonctionnement du mouvement 3) Capacité d'évaluation *a posteriori* des évènements mis en place par le mouvement, tant en ligne que sur le terrain, pour le soutien à Vincent Feltesse pendant sa campagne municipale à Bordeaux de 2014 4) Exerce un métier lié à la communication numérique
Jean-David Eyquem	secrétaire départemental du Front National de la Jeunesse en Gironde, en tête de liste Bleu Marine à Saint-Jean d'Illac aux élections municipales en 2014	Entretien dans le siège bordelais du Front National de la Jeunesse	1) Dirige l'un des plus grands mouvements de jeunes en France 2) Apport d'un regard de l'intérieur sur l'organisation et les mécanismes de fonctionnement du mouvement 3) Capacité d'évaluation *a posteriori* des évènements mis en place par le mouvement, tant en ligne que sur le terrain, pour le soutien à Jacques Colombier pendant sa campagne municipale à Bordeaux de 2014 4) Débute sa carrière politique
Vsevolod Radchenko	administrateur sur le réseau social russe VKontakte du groupe de l'organisation	Entretien dans un café à Moscou	1) Le groupe qu'il dirige sur Vkontakte compte plus de 10 000 abonnés

	politique Parti national-démocrate (NDP) (https://vk.com/nd_party)		2) L'intéressé est membre du comité d'organisation du Parti national-démocrate 3) Il a été l'un des organisateurs et participant actif de plusieurs rassemblements non-autorisés à Moscou avant et après les élections présidentielles en 2012
Ksenya Troubetskaya	membre du « service de propagande» du rassemblement politique et ethnique Les Russes, administratrice du compte officiel de ce rassemblement sur VKontakte (https://vk.com/russkie14)	Entretien dans un café à Moscou	1) L'intéressée est une spécialiste de la promotion de produits et de personnes sur le Web : elle est responsable des relations publiques d'une grande entreprise moscovite 2) Elle administre plus d'une vingtaine de groupes politiques d'extrême droite sur le réseau social VKontakte 3) Organisatrice de «la Marche Russe» (20 000 participants) et d'autres rassemblements non-autorisés à Moscou en 2012 – 2013
Ivan Schegolev	militant de gauche en Russie, journaliste politique	Entretien écrit (questions / réponses) via le réseau social VKontakte	1) L'intéressé est l'administrateur de plusieurs groupes politiques de gauche sur le réseau social VKontakte 2) A coordoné l'organisation de rassemblements à Moscou via les réseaux VKontakte et Facebook 3) A participé à plusieurs rassemblements et actions contre Poutine à Moscou avant

			et après les élections présidentielles de 2012
Dmitry Antopoulo	administrateur du groupe «J'aime vraiment Poutine» (https://vk.com/putin) sur le réseau social VKontakte	Entretien écrit (questions / réponses) via le réseau social VKontakte	1) L'intéressé se définit comme un « patriote » 2) Il ne voit pas de sens à organiser des rassemblements et actions dans les rues ; le seul but de son groupe, d'après lui, est d'exprimer son soutien à l'actuel président russe 3) Il n'y a pas beaucoup de groupes sur le réseau social VKontakte qui sont consacrés au soutien de la politique menée par Vladimir Poutine, hormis celui-ci, qui atteint 76 000 abonnés
Dmitry Deviatov	administrateur du compte non-officiel du groupe Front Populaire Panrusse sur le réseau social VKontakte (https://vk.com/onfront)	Entretien écrit (questions / réponses) via le réseau social VKontakte	1) L'intéressé dirige des groupes dits « patriotiques », c'est-à-dire qui soutiennent la politique menée par Vladimir Poutine, sur le réseau social VKontakte 2) Il estime que les groupes dont il est l'administrateur ne sont qu'un outil complémentaire pour informer la population russe, car tous les faits et gestes du président bénéficient d'un écho médiatique immédiat.
	Administrateur du groupe officiel du Parti Libéral-Démocrate de Russie (LDPR) sur VKontakte	Entretien écrit (questions /	1) Le fonctionnement rigoureux de ce parti : les réponses sont approuvées par le service des relations publiques et le

		réponses) via le réseau social VKontakte	service de presse du parti LDPR 2) L'intéressé dirige aussi la chaîne du parti sur YouTube 3) Il participe aux évènements organisés par le parti (congrès, meetings...) et diffuse les informations liées via le groupe
Igor Yakovlev	co-administrateur du compte officiel du parti libéral Iabloko («La pomme») sur le réseau social VKontakte, et attaché de presse de ce parti (https://vk.com/yabloko_ru)	Entretien écrit (questions / réponses) via le réseau social VKontakte	1) Attaché de presse du parti Iabloko 2) Très actif sur les grands réseaux sociaux tels que Facebook, Vkontakte et Twitter 3) Administre le compte officiel du parti ainsi que le compte du président du parti (en concertation) sur Twitter 4) Organise les rencontres des militants du parti via le groupe officiel du part
Denis Chibizov	co-administrateur du compte officiel du parti libéral Iabloko («La pomme») sur le réseau social VKontakte (https://vk.com/yabloko_ru)	Entretien écrit (questions / réponses) via le réseau social VKontakte	1) Très actif sur les grands réseaux sociaux tels que Facebook, Vkontakte, Twittter, ainsi que Tumblr et Google + 2) Organise les rencontres des militants du parti en coopération avec Igor Yakovlev via le groupe officiel du parti 3) L'intéressé administre également sur Vkontakte le groupe officiel consacré à

			Grigory Yavlinsky, ancien président du parti Iabloko et opposant notoire en Russie
Aleksander Chernishov	coordinateur du groupe Parti communiste de la Fédération de Russie (https://vk.com/kprf) sur le réseau social VKontakte	Entretien écrit (questions / réponses) via le réseau social VKontakte	1) Dirige 3 groupes consacrés au Parti Communiste sur le réseau social Vkontakte 2) Aide le service de presse du Parti à organiser les rencontres des cadres du parti avec ses adhérents 3) Connaît personnellement les membres du comité central du Parti communiste de la Fédération de Russie
Daria Kolomatskaya	administratrice du groupe «Le monde communiste» sur le réseau social Vkontakte (https://vk.com/kom_mir)	Entretien écrit (questions / réponses) via le réseau social VKontakte	1) Attachée de presse du Parti Communiste de la Fédération de Russie 2) Très active sur les grands réseaux sociaux (Facebook, Twitter et Google+ mais surtout VKontakte) 3) Administre les comptes officiels de Guennady Zuganov, président du Parti, sur Twitter et Vkontakte, en concertation avec celui-ci 4) Mobilise les jeunes pour la participation aux meetings du Parti via le groupe qu'elle dirige sur VKontakte
Fabrice Berrahil	consultant en communication numérique publique et politique à Bordeaux	Entretien à Node, espace de coworking à Bordeaux dédié aux	1) L'intéressé est un professionnel dans la promotion des hommes politiques et dans la

		professionnels du numérique	communication numérique par le biais d'Internet 2) Il connaît les astuces qui peuvent mener à la réussite d'une campagne en ligne 3) Il a élaboré la stratégie numérique de la campagne municipale de Vincent Feltesse à Bordeaux en 2014

Après avoir décrit les entretiens passés, nous interprèterons non seulement la mobilisation des jeunes partisans en Russie et en France par leur niveau d'activité du soutien des candidats en faveur desquels ils se prononcent, mais nous comparerons aussi le comportement et la présence sur le terrain, ainsi que sur les réseaux sociaux des Jeunes populaires en Gironde, des Jeunes Socialistes en Gironde et des Jeunes du Front national en Gironde. Par ailleurs, nous analyserons également la différence en Russie dans la manière de se manifester entre les jeunes qui soutiennent le gouvernement actuel et le président choisi et ceux qui appellent aux rassemblements et bouleversements au sein du pays et qui luttent avec le régime actuel dont ils se méfient sur les réseaux sociaux.

Pour recueillir des informations sur les élections présidentielles en Russie et en France qui se sont déroulées en 2012, nous allons utiliser les statistiques tirées des rapports des différentes organisations et des articles, alors nous aurons recours à la méthode quantitative. Mais dans le même temps nous ne nous passerons pas de méthode qualitative, en interrogeant des militants de différents rassemblements politiques de jeunesse en Russie et en France : comment se passait leur mobilisation à la veille des élections sur des réseaux sociaux, comment ils motivaient de jeunes abstentionnistes à participer au vote et quelles actions ils organisaient à l'appui de leurs candidats dans la vie réelle. Nous allons également voir s'ils ont pris part à porte-à-porte et s'ils sont restés finalement satisfaits de leurs propres résultats et des résultats globaux des élections.

En ce qui concerne les élections municipales à Moscou en septembre 2013 et à Bordeaux en mars 2014, nous nous appuierons, en premier lieu, sur la méthode qualitative afin d'obtenir des informations utiles par le biais d'une interrogation des militants des différentes organisations politiques de jeunesse en France et à la Russie sur leur participation directe à la campagne électorale des candidats, et en deuxième lieu, nous appliquerons également les

tactiques d'observation et une méthode quantitative. Les données recueillies à la suite de notre présence aux réunions et rencontres des 2 principaux candidats à la mairie de Bordeaux Alain Juppé et Vincent Feltesse avec des citoyens de la ville à la veille des élections, vont servir d'une base pratique pour notre recherche. Notre étude se déroulait dans la même période que les élections municipales en France et nous avons réussi à être connectés en temps réel à nos profils sur les réseaux sociaux pendant les réunions prévues pour suivre les réactions instantanées des jeunes en ligne sur Twitter et Facebook, sur les propositions de deux candidats pour l'amélioration de la ville. Donc, nous avons recueilli des données sur l'activité des Jeunes Populaires et des Jeunes Socialistes pendant les discours et les appels à la population de la ville de Bordeaux. A la base des notes que nous avons prises, nous analyserons dans notre thèse combien de partages de phrases clés prononcées par Alan Juppé et Vincent Feltesse ont eu lieu pendant une réunion sur Twitter et Facebook, quelles phrases particulières ont été choisies par les Jeunes populaires et les Jeunes socialistes pour les copier instantanément dans leurs statuts limités à 140 caractères sur Twitter pour attirer davantage l'attention sur les programmes électoraux des candidats qu'ils soutiennent et enfin combien de nouveaux posts avec des hashtags #juppé2014 et #VBDX2014 ont apparu à la fin de chaque réunion et combien de partages ont reçu ces postes le même jour.

La campagne électorale à la mairie de Moscou en 2013 a également eu lieu en parallèle avec notre recherche et nous avons de même suivi attentivement les principaux candidats et leur activité sur des réseaux sociaux, mais tout d'abord nous nous sommes concentrés sur la candidature d'Alekseï Navalny, qui en tant que principal opposant russe misait toujours sur Internet et sur les jeunes, sa cible principale. Dans le cadre de notre étude, nous examinerons quelles méthodes de travail et de mobilisation des jeunes Alekseï a emprunté à la dernière campagne présidentielle de l'actuel président américain Barack Obama et comment cela lui a permis d'occuper la deuxième place avec un assez grand pourcentage de voix. Dans notre thèse, nous examinerons quelles actions ont organisé les jeunes moscovites ensemble avec ceux qui sont venus d'autres villes pour soutenir Alekseï Navalny et comment ils ont coordonné leurs activités via les réseaux sociaux. D'ailleurs, malgré l'absence du principal candidat à la mairie, le maire sortant Sergueï Sobianine sur tous les réseaux sociaux, ainsi que de l'actuel président de la Russie, Vladimir Poutine, nous utiliserons la méthode quantitative pour apprendre à quel point tout de même la jeunesse moscovite plaidait en faveur ou contre sa candidature dans les groupes et communautés spécialement créés pour cela sur Vkontakte.

Comme dans le cas des campagnes présidentielles, nous ne nous passerons pas de la comparaison entre l'accessibilité et l'activité des candidats à la mairie de Bordeaux et Moscou à travers leur profils sur les réseaux sociaux, ainsi que l'engagement politique de la jeunesse

russe et française dans cette période grâce à son accès instantané via les portables, les tablettes et les ordinateurs portables aux profils et groupes sur les réseaux sociaux où elle se manifeste. Nous allons comparer de même entre eux les avantages et les inconvénients des campagnes électorales d'Alain Juppé et de Vincent Feltesse à Bordeaux et de Sergueï Sobianine et d'Alekseï Navalny à Moscou respectivement et les points forts et faibles de la confrontation en ligne des Jeunes Populaires de Bordeaux et des Jeunes socialistes de Bordeaux et des membres de diverses organisations et associations de jeunes sur les réseaux sociaux à Moscou. À la suite de cette analyse interne nous pourrons identifier les principales caractéristiques du comportement et de l'interaction en ligne avec les citoyens inhérents à des candidats français au poste de maire et de président, et nous ferons de même en ce qui concerne les candidats russes. En outre, nous essaierons de considérer les défauts des campagnes électorales, qui se révèlent indépendamment d'un camp politique auquel les candidats appartiennent, et qui doivent être corrigés au fur et à mesure vers les prochaines élections en France et en Russie pour une plus grande efficacité dans la conduite des élections afin d'atteindre le plus haut pourcentage de personnes qui votent et ne s'abstiennent pas.

Entre autres, nous allons analyser dans notre thèse les actes politiques et juridiques qui portent un caractère normatif et touchent directement les problèmes des communautés en ligne et de la politique de l'information, y compris au sein de l'Etat russe: la loi fédérale «sur l'information, les technologies de l'information et la protection des informations», la Charte d'Okinawa sur la société globale de l'information, la stratégie du développement de la société de l'Information (Russie), le projet «e-gouvernement en Russie, la «Stratégie internationale pour le cyberespace» élaborée aux USA, la déclaration «sur la protection des libertés fondamentales à l'ère numérique», la Convention de l'ONU sur l'espace Internet.

En ce qui concerne les perspectives pour le développement de notre recherche dans l'avenir, nous voyons ce qui suit :

1) ajouter à nos deux cas d'études le troisième - les Etats-Unis, le pays dans lequel on voyait pour la première fois la mise en œuvre des réseaux sociaux pour la campagne électorale et où le candidat à la présidentielle a réussi à y faire toute sa campagne en 2008 et a ainsi remporté la victoire. Par la suite, en 2012, la campagne présidentielle de Barack Obama s'est également appuyée sur l'amour du peuple. Une campagne sans précédent s'est déroulée sur Internet pour promouvoir la candidature d'Obama. La création de plusieurs sites et blogs ont été, en plus du but de propagande, des plateformes excellentes pour la recherche marketing. Qu'attendaient-ils des électeurs, qu'espéraient-ils, comment voulaient-ils voir Barack Obama au poste de président ? Une fois de plus les politologues du monde entier pouvaient se persuader que Barack Obama a été non seulement un sénateur, candidat à la présidence des Etats-Unis

mais il était déjà une marque que son équipe de campagne a essayé de livrer à chaque foyer. La campagne de Barack Obama éveillait des sentiments, des émotions et l'empathie auprès des gens. Obama est métaphoriquement allé auprès de tous les foyers aux Etats-Unis et a écouté chaque habitant du pays.

En outre, on peut considérer comment ses principaux rivaux ont combattu pendant la course présidentielle et comment ils ont répondu à son omniprésence sur Internet.

Ainsi, il serait intéressant de comparer encore quelles technologies politiques spécifiques, y compris en ligne, que des candidats français et russes à la présidentielle ont repris de leur collègue américain Barack Obama pour promouvoir leur image politique. Comment grâce à son expérience ils ont appris à engager plus de jeunes à participer dans les processus civiques et politiques du pays et quelles méthodes de promotion peuvent fonctionner bien sur le sol américain sauf qu'ils ne vont jamais marcher dans l'espace russo-européen et pour quelles raisons.

2) Dans le cadre du développement ultérieur des réseaux sociaux et partant de l'expérience de certaines villes des Etats-Unis, étudier la possibilité d'organisation d'élections entièrement dans l'espace virtuel dans les différents pays, en remplacement des bulletins de vote en papier par des outils électroniques d'accès à Internet. En outre, essayer de prédire le développement du projet Gov 2.0 dans les pays démocratiques, en d'autres termes la création d'un équivalent entièrement virtuel d'un vrai gouvernement, mais qui doit être plus ouvert et transparent, non bureaucratique et non susceptible de corruption. En conséquence, il sera possible d'examiner la possibilité de créer le modèle parfait d'e-gouvernement, qui pourra englober dans l'avenir des sites gouvernementaux isolées, ainsi que des pages sur les réseaux sociaux ou sur un réseau social unique pour chaque pays individuellement. Puis quand la société de l'information sera pleinement établie et prévaudra partout dans le monde, peut-être qu'il sera possible de créer un seul réseau mondial, où il y aura des données enregistrées sur chaque personne depuis sa naissance, ce qui facilitera beaucoup de nombreuses procédures bureaucratiques.

Pour conclure, notre thèse se compose de deux principales parties avec deux sous-parties. Dans la première partie, nous examinerons

1) les approches scientifiques théoriques envers l'étude de la société de l'information, d'Internet et des réseaux sociaux

2) le cadre juridique de la légalité de l'utilisation des réseaux sociaux au cours de la campagne électorale

3) le pourcentage d'accès à l'Internet et de présence sur les réseaux sociaux parmi les adultes et les jeunes en Russie et en France

4) les caractéristiques et fonctions principales des plus grands réseaux en Russie et en France

5) et enfin l'effet de la popularité des réseaux sociaux pour accéder à l'information sur l'utilisation de la presse écrite et de la télévision dans la vie quotidienne ;

Alors que dans la seconde partie nous étudierons

1) les étapes de la mise en œuvre d'une campagne électorale sur les réseaux sociaux

2) l'application pratique des réseaux sociaux par des candidats à la présidentielle en 2012 en Russie et en France afin d'augmenter leurs chances de gagner

3) les méthodes de mobilisation de la jeunesse russe et française en ligne au cours de la campagne présidentielle

4) l'organisation des campagnes municipales par des équipes professionnelles des candidats à Bordeaux et à Moscou dans la vie réelle ainsi que sur des réseaux sociaux

5) les réseaux sociaux comme moteur du développement d'une société civile dynamique, indépendante, capable d'agir librement, au cours des 5 dernières années en Russie

6) le mécanisme de recrutement de jeunes volontaires russes pour leur participation à la campagne électorale menée par Alekseï Navalny et de jeunes d'Alain Juppé et de Vincent Feltesse.

PREMIÈRE PARTIE

LES RÉSEAUX SOCIAUX DANS LE CONTEXTE DE LA FORMATION D'UNE SOCIÉTÉ GLOBALE DE L'INFORMATION ET DE SON DÉVELOPPEMENT EN FRANCE ET EN RUSSIE

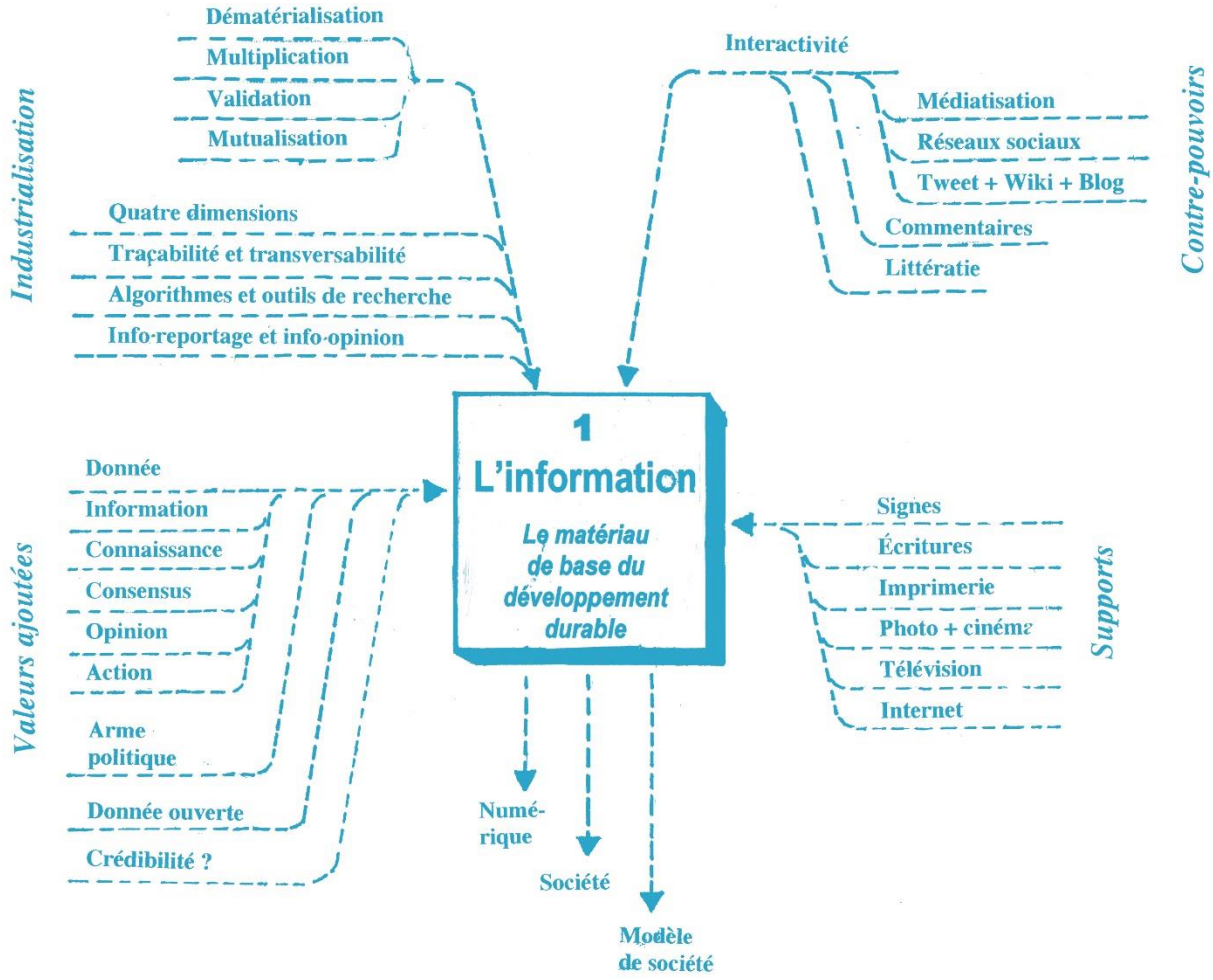
CHAPITRE 1 : LA FORMATION DE L'INFORMATION : LA TRANSMISSION DE L'INFORMATION COMME MOTEUR DE LA COMMUNICATION

Tout d'abord il est nécessaire d'examiner plus en détail une nouvelle notion de «la société globale de l'information» qui émerge dans notre ère informatique et couvre de plus en plus de régions et pays et ainsi révéler comment se déroule le processus d'intégration de la France et de la Russie dans ce système. Deuxièmement on va essayer d'analyser un des concepts clés de la société de l'information «Internet» qui est indissolublement lié à la notion des «réseaux sociaux», prendre conscience des aspects sociaux et juridiques de son développement y compris dans la politique mondiale. Par la suite on va passer à l'étude de la notion de «réseaux sociaux», l'histoire de leur origine et le développement dans l'espace informatique virtuel et limiter la notion de «réseaux sociaux», en énumérant et en révélant les principales caractéristiques des plus répandus et populaires en France et en Russie, des autres communautés informatiques connexes telles que les blogues, forums, chats en ligne, messageries instantanées, livres d'or etc. Enfin nous devons identifier les principales fonctions assignées aux réseaux sociaux, les principes généraux de leur travail et le principe valide de leur engagement social et politique.

A l'heure actuelle on voit arriver une nouvelle ère du développement des processus d'échange d'informations. «Les technologies de l'information et de la communication sont un des facteurs les plus importants dans la socialisation du XXIe siècle»[101] - est écrit dans la Charte d'Okinawa sur la société globale de l'information, adoptée le 22 Juillet 2011 par les dirigeants du G8. À cet égard, A.A. Chernov dans son article de recherche sur la création de la société globale de l'information écrit: «La mise en application intensive et le croisement des technologies de l'information moderne, de la télévision et de la radiodiffusion ainsi que de la téléphonie et des services de communication, la propagation rapide des réseaux de communication locaux et internationaux crée une nouvelle qualité de l'échange d'informations, y compris international, ainsi qu'elle crée de tous nouveaux instruments d'influence sur la conscience de masse en augmentant la valeur des aspects culturels et informationnels de la mondialisation».[102]

[101]Chernov AA. La formation d'une société mondiale de l'information : enjeux et perspectives. M : Société éditoriale commerciale «Dashkov et K», 2003. P. 6.
[102] Chernov AA. La formation d'une société mondiale de l'information : enjeux et perspectives. M : Société éditoriale commerciale «Dashkov et K», 2003. P. 6.

Image 1.2 L'information : le matériau de base du développement durable



A. Les approches théoriques de l'étude de la société globale de l'information : de la société industrielle à la société de l'information

L'apparition même de la notion de «la société de l'information» a été rendue possible par le développement des systèmes de communication et la tentative d'interpréter l'information en utilisant des algorithmes mathématiques. Claude Shannon, qui a essayé de considérer le concept de «communication» dans le contexte philosophique, a fait une contribution particulière à la théorie de l'essence de l'information. Il a étudié le flux d'informations à travers les processus liés à la transmission, la réception, la conversion et le stockage de l'information. Dans sa conception Claude Shannon est arrivé à la conclusion que l'information est une réduction de l'incertitude de nos connaissances sur quelque chose. Ce concept répondait aux besoins de son temps à savoir des années 50 du XXe siècle et a été basé sur une description mathématique claire des caractéristiques quantitatives de l'information, c'est à dire, dans ce cas,

faisant abstraction du contenu sémantique des messages transmis. L'information permet de définir le nombre de caractères nécessaires pour coder le modèle de l'information transmise.

Cette approche de l'information a influencé la formation du terme «société de l'information» et son interprétation. Ce concept a été formé presque simultanément aux États-Unis et au Japon, comme une tentative de comprendre le nouveau rôle de la connaissance dans le progrès de l'humanité. Le premier à avoir introduit le terme dans l'environnement scientifique a été professeur à l'Institut de Technologie de Tokyo, Y. Hayashi.

Progressivement le domaine de l'information à côté du domaine politique, culturel, économique etc. a commencé à se mettre en évidence, dont le développement tient à la multiplication des interactions informatiques et la circulation globale de l'information, bien que le développement du réseau informatique international jusque vers le début des années 90 du XXe siècle évolue très lentement et la situation n'a changé qu'avec l'avènement d'Internet. L'environnement de l'information a commencé à être une base et a servi à définir tous les aspects de la vie dans la société occidentale. Dans l'Ouest, les principales études dans ce domaine ont été menées par le sociologue américain E.Toffler.

Parmi les chercheurs russes de l'environnement de l'information on peut citer A.I.Rakitov, I .N. Kurnosov. Voici les idées principales qui ont été proposées dans leurs œuvres : d'abord, les nouvelles technologies de l'information sont un signe de naissance de la société de l'information, et d'autre part, l'impact des innovations technologiques sur la société est fort, c'est pourquoi ce fait peut conduire à une recomposition sociale, et troisièmement, les technologies informatiques sont devenues les mêmes valeurs pour l'âge de l'information que la mécanisation l'a été pour la révolution industrielle.[103]

Il est intéressant que la transition progressive de la société industrielle vers la société post-industrielle, selon certains chercheurs occidentaux, soit également comparable à la transition vers la société de l'information. Ainsi, dans le travail fondamental du sociologue américain Daniel Bell «Vers la société post-industrielle : essai de prospective sociologique» met en évidence le rôle prépondérant de la technologie et des évaluations technologiques, la création d'une nouvelle «technologie intelligente». Ainsi, une définition de la société de l'information comme «une société dans laquelle plus de personnes sont engagées à traiter des informations que des matières premières et des métaux»[104] devient de plus en plus courante.

[103] Skorodumova O.B. Les approches russes à l'interprétation de la société de l'information : les paradigmes postindustrielle, synergétique et post-moderne / / Connaissance. Compréhension. Capacité. URL : http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Skorodumova/

[104].Skorodumova O.B. Les approches russes à l'interprétation de la société de l'information : les paradigmes postindustrielle, synergétique et post-moderne / / Connaissance. Compréhension. Capacité. URL : http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Skorodumova/

L'une des approches les plus fréquentes de l'étude de la société de l'information est l'approche technologique. Elle est basée sur la nécessité de développer de nouvelles technologies de l'information. Ainsi les réseaux d'information se mettent en avant connectant les utilisateurs et pouvant avoir un impact profond sur l'organisation du temps et de l'espace, la structure de la société et de l'individu. La création d'une infrastructure d'information commune à mesure que se développe la mondialisation est perçue comme l'axe de départ pour la construction de la société de l'information. Plus fondamentalement cette approche est développée dans l'Europe de l'Ouest par P. Drucker et M. Castells.

Cependant, un sociologue, Castells, évite le terme «société de l'information». Selon lui toutes les sociétés d'une certaine manière ont utilisé l'information et par conséquent étaient informationnelles, de même que toutes les sociétés dans une certaine mesure ont été industrialisées. Le sociologue utilise plutôt le terme «âge de l'information», qui selon lui a une grande valeur analytique et nous permet de décrire une période de changements qui ont augmenté progressivement depuis les années 1970. M. Castells introduit également un nouveau terme «informationnalisme», qu'il définit comme «l'impact de la connaissance sur la connaissance comme la principale source de productivité». Le développement de l'informationnalisme selon M. Castells conduit à l'émergence de la société en réseaux et de la «nouvelle économie».

Le sociologue examine l'ère de l'information comme l'ère de la mondialisation et, à son avis, les structures en réseau représentent en même temps ses moyens et ses résultats.

En nommant un nouveau type de société en réseaux, M. Castells cherche à démontrer le rôle prépondérant des lignes de communication informatisées qui pénètrent dans la vie sociale du monde moderne de plusieurs façons – horizontalement et verticalement, dans certains pays ou régions, et transnationallement formant un vaste réseau de communications, dont les fonctions sont souvent comparées aux fonctions du système nerveux central qui contrôle l'ensemble de l'organisme.

C'est dans cette approche que l'accent est concentrée sur la formation d'un espace unique d'information globale ce qu'on peut constater dans les œuvres des chercheurs russes G.L. Smolyan et D.S.Chereshkin. En conséquence, l'économie a généré de nouveaux moyens de fonctionnement qui sont fondés sur les possibilités des technologies réseautiques et des interactions de communication en ligne. Selon les auteurs cités ci-dessus, l'émergence des technologies de l'enseignement à distance et le développement des conditions d'un échange d'information à l'échelle internationale, contribue à l'amélioration des compétences professionnelles et à la capacité de création des citoyens. Les auteurs estiment qu'il est nécessaire de développer les technologies qui assurent la sécurité d'information d'un individu

ainsi que de la société et de l'État dans son ensemble. En outre les technologies assurant une protection juridique, l'accès gratuit et rapide à l'information ouverte d'Etat et de ministère à différents niveaux.

Parmi les chercheurs russes il y en a tels que A. Abdulov et A.M. Kulkin qui critiquent l'approche précédemment citée, dans laquelle les technologies de l'information, leur développement et la croissance sont considérés comme caractéristiques de la société de l'information en elle-même. Dans leurs recherches la société de l'information est considérée seulement comme la première étape de celle-ci post-industrielle.

Le développement des innovations est étroitement lié au développement du potentiel scientifique et technologique. Dans la société de l'information on met en avant la science en faisant reculer des facteurs tels que la taille du territoire, le chiffre de la population, la présence des ressources du sous-sol, le climat, etc. L'investissement dans la science dans la société de l'information influence directement sur le bien-être des citoyens. Les connaissances et les communications deviennent une source de richesse de la société. On voit se développer d'une manière plus intense des technologies sophistiquées telles que : l'électronique, l'optoélectronique, les nanotechnologies, les télécommunications, les biotechnologies, etc.

Les changements novateurs affectent également l'organisation du business : un soi-disant commerce électronique se forme. Les petites et moyennes entreprises deviennent les plus mobiles et sensibles au développement et à la mise en œuvre des innovations. C'est leur développement et diffusion qui sont une caractéristique pour la société de l'information. Dans son livre «La troisième vague», le futurologue Toffler justifiait ce phénomène économique: «Les plus grandes usines et les institutions vont se dépeupler, se transformer en halls de stockage ou logements, et avec l'avènement de la technologie abordable qui permet d'équiper l'espace de travail de la «machine intelligente à imprimer», la machine à copier, la télécommande informatique et du matériel du télécom - les possibilités d'organiser le travail à domicile vont augmenter considérablement».[105]

Sur la base des technologies de réseau se modifie la nature des relations entre la science et la culture, ce qui conduit selon l'opinion d'A.N. Abdulov et A.M. Kulkin à la formation de «l'univers virtuel».[106] La société de l'information est étroitement liée aux processus de mondialisation, qui s'érige en fond général sur lequel sont formées et déployées des innovations.

Le critique de l'approche post-industrielle sur les spécificités de la société de l'information est D. Ivanov qui préfère considérer les réalités de la société moderne en termes

[105] Toffler A. La troisième vague. Moscou : AST, 2004. S. 356.
[106] Abdulov A.N., Kulkin A.M. Les contours de la société de l'information. M : INION, 2005. P.8.

du postmodernisme. Selon le chercheur l'erreur principale des adhérents de cette approche réside dans le fait qu'ils identifient l'information et les connaissances. «Il y a beaucoup d'information dans la société moderne, elle joue un rôle colossal, mais il ne s'ensuit pas de là que dans la société d'aujourd'hui la connaissance est la puissance».[107] Notre société moderne se distingue de toutes les précédentes par le caractère des interactions de communication. C'est déjà les moyens de transmission qui prévalent le volume de l'information, c'est pourquoi une personne de la société de l'information peut avoir une plus petite quantité de connaissances mais participer plus activement dans la communication. La personne la mieux informée n'est pas celle qui sait le plus de choses mais celle qui appartient à un plus grand nombre de communications.

Nous voyons comment dans la société actuelle l'information devient une sorte d'idole. D.Ivanov définit l'information de la manière suivante : «L'information est la communication, l'opération de transmission des caractères encourageant l'action».[108] Dans le cadre de la révolution informatique Internet obtient le principal avantage des utilisateurs, alors que selon le chercheur : «...dans Internet aucune connaissance ne se crée : une fin en soi est une transmission qui constitue un nouveau genre de la réalité virtuelle capable de remplacer fortement la réalité sociale par le biais de simulations informatiques au stade actuel du développement et de l'utilisation des technologies informatiques».[109] Ainsi on voit apparaître des bibliothèques virtuelles, des musées, des boutiques, des concerts ; les gouvernements de même que des rapports amoureux et religieux gagnent du terrain en ligne.

En raison d'un nouveau type de société de l'information qui se passe sous nos yeux l'une des tâches les plus importantes de chaque Etat est la formation et le développement d'une structure informatique et l'intégration dans la société mondiale de l'information. Pendant la formation de cette société les frontières entre les pays et les peuples s'effacent imperceptiblement, la structure de l'économie mondiale se régénère radicalement, le marché devient plus dynamique et compétitif et, de plus, l'accès au savoir et à l'information est une condition préalable au développement socio-économique durable d'un pays.

La Charte d'Okinawa sur la société mondiale de l'information souligne que les technologies de l'information et de la communication deviennent un stimulant important pour l'économie mondiale. Ils font figure de facteurs les plus importants contribuant au fonctionnement des marchés mondiaux de l'information et des connaissances, du capital et du travail. Dans ces circonstances l'expression populaire « Celui qui détient l'information est celui qui détient le pouvoir» prend un nouveau sens et devient plus pertinente que jamais

[107] Ivanov D. La société comme une réalité virtuelle // Société de l'information. Moscou : AST 2004, P.359.
[108] Ivanov D. La société comme une réalité virtuelle // Société de l'information. Moscou : AST 2004, P.361.
[109] Ivanov D. La société comme une réalité virtuelle // Société de l'information. Moscou : AST 2004, P.361.

B. Mise en pratique : la nouvelle gestion organisationnelle dans les deux pays

Déjà, on constate l'impact de la société de l'information sur les organisations, l'économie, la politique, l'éducation ou les transports. La structure des organisations change. De plus en plus important pour le développement économique fructueux devient «e-readiness» de l'État de participer aux réseaux mondiaux d'information. En effet 74% des utilisateurs d'internet ont une impression plus favorable des sociétés qui utilisent les nouveaux médias comme moyen de communication[110].

En 2005 l'écrivain américain et consultant du gouvernement américain Tel Bill Eggers, de son propre aveu, a inventé le néologisme GOV 2.0[111] à savoir le Gouvernement 2.0. Si on essaye de donner une définition exhaustive de cette innovation le Gouvernement 2.0 c'est le gouvernement transparent, responsable et ouvert auquel la société fait confiance, envisageant une coopération avec les citoyens et leur participation active dans sa vie au moyen des dernières technologies d'information et de communication et en utilisant la construction de plates-formes de communication efficaces entre la société et le pouvoir. Pour cela le projet prévoit l'intégration des structures étatiques et l'arrivée des fonctionnaires (peut-être avec l'aide de ses assistants ou secrétaires) sur les réseaux sociaux et la blogosphère, la formation des communautés où les structures étatiques mises en contact avec les citoyens, la création des blogs où les services publics sont présentés et discutés, l'entraînement du public dans l' amélioration de la législation, le libre accès des citoyens à l'information du secteur public ainsi que l'accès en ligne aux lois en vigueur ou en cours d'élaboration et les comptes rendus des fonctionnaires pour les citoyens.

Si l'on considère les avantages éventuels du GOV 2.0, il est capable d'augmenter l'efficacité des processus pour rendre des services publics aux personnes physiques et morales et permettre à ces personnes physiques et morales de recevoir des services publics en ligne sans

---

[110] eMarketer, octobre 2009. URL : http://rh.sia-partners.com/20111018/les-outils-web-2-0-facilitent-ils-lintegration-des-nouveaux-collaborateurs/

[111] Pour appliquer le concept de Gouvernement 2.0, il est nécessaire de mentionner la notion de Web 2.0 qui a été inventé par Tim O'Reilly. Web 2.0 n'est pas que les médias sociaux ou les «nuages» à la mode, ce sont des milliers de serveurs qui stockent les informations utilisateur. Tout d'abord Web 2.0 est une plate-forme sur laquelle on peut créer des choses inattendues en combinant des possibilités des plusieurs sites web à la fois. Les serveurs 2.0 permettent aux utilisateurs de partager et d'utiliser des documents simultanément : on peut créer, modifier, supprimer les informations disponibles pour l'usage du public. Web 2.0 est un environnement unique liant des sites tandis que Web 1.0 est des sites qui existent séparément les uns des autres. Si on fait usage de ces termes, la majorité des gouvernements électroniques ont maintenant la version 1.0. Ils demandent de différents ministères et organismes de créer leurs représentations en ligne, mais se soucient rarement que ces sites fassent partie d'un système.
(Grigoriev Pavel. Le gouvernement électronique 2.0// EOS.ru. URL : http://www.eos.ru/eos_delopr/eos_delopr_intesting/detail.php?ID=79723&SECTION_ID=595)

s'adresser aux fonctionnaires, ce qui économise le temps et l'argent des citoyens et le budget de l'Etat. On constate des appels d'offres sont plus ouverts et efficaces, une diminution de la charge de travail pour le GOV 1.0, c'est à dire pour des portails des Gouvernements et des sites Web, ainsi que la réduction de la corruption en améliorant la transparence.

Il s'agit dans ce projet de l'utilisation des comptes rendus sur la dépense du budget de l'Etat, l'augmentation du rapport coût-efficacité et on voit une meilleure compréhension par des citoyens de la hiérarchie du pouvoir administrativement et géographiquement. Une transparence de la procédure judiciaire s'accroît ainsi que la sensibilisation des citoyens sur leurs droits et obligations, les fonctionnaires acquièrent des compétences en leadership, et enfin il devient possible de créer des communautés d'intérêt des citoyens dans les différents segments de l'interaction avec l'appareil d'Etat.

Le principal problème du GOV 2.0 pour le moment est que la majorité des citoyens dans le monde n'ont pas d'éducation supérieure (sans parler de l'éducation juridique et économique), et ne sont pas en mesure de discuter correctement à propos du cadre législatif existant, des projets de loi, des dépenses des budgets, du droit, des contenus juridiques et économiques.

En général ce projet tourné vers l'avenir doit renforcer de manière significative la démocratie et éliminer la bureaucratie dans les pays où il a déjà été appliqué ou sur le point d'être mis en œuvre, puisque le manque de développement de services électroniques conduit au développement de la bureaucratie. «Plus les services sont rendus sous forme électronique, moins d'impact a la bureaucratie sur la vie quotidienne»,[112] - a déclaré l'ancien président de l'Etat russe Dmitry Medvedev lors d'une réunion avec les membres du forum de la jeunesse «Séliger -2011».

Il a conclu qu'il voit «un grand avenir politique d'Internet». «Alors le vote sur certaines questions, y compris, par exemple, sur les référendums locaux, que je ne peux pas nier, sera juste là-bas (sur Internet)»,[113] - a déclaré M. Medvedev.

En Russie le projet du gouvernement 2.0. commence à peine à se développer. Pour le moment la Russie cherche à assurer sa bonne volonté, en mettant le cap sur le développement des institutions de la société de l'information déclaré par le gouvernement de la Fédération de Russie et impliquant un haut niveau de développement des technologies de l'information et de la télécommunication et leur utilisation intensive dans la vie quotidienne. En raison de ce cap

[112] Medvedev D.A : le manque du développement des services électroniques conduit à la bureaucratie // BFM.ru. URL : http://www.bfm.ru/news/2011/07/07/medvedev-uvjazal-bjurokratizm-s-razvitostju-elektronnyh-uslug.html

[113] Medvedev D.A : le manque du développement des services électroniques conduit à la bureaucratie // BFM.ru. URL : http://www.bfm.ru/news/2011/07/07/medvedev-uvjazal-bjurokratizm-s-razvitostju-elektronnyh-uslug.html

la stratégie de développement de la société de l'information et le planning à l'horizon 2020, sont adoptés, le Conseil pour le développement de la société de l'information est créé, un groupe de travail sur les problèmes du développement de la société de l'information est formé auprès de la Chambre publique de la Fédération de Russie ainsi qu'on organise le Forum social et économique «Société de l'information» chaque année à Tver.

«Comme il est indiqué dans la Stratégie la dynamique des indices du développement de l'infrastructure d'information et de télécommunication et de la haute technologie en Russie ne permet pas de compter sur des changements significatifs dans un avenir proche sans les efforts concertés conjugués du gouvernement, des entreprises et de la société civile».[114] La stratégie répond au besoin dans un avenir proche de réaliser le potentiel culturel, éducatif, scientifique et technologique du pays pour assurer à la Fédération de Russie sa place parmi les leaders de la société mondiale de l'information.

Selon la stratégie on envisage dans un proche avenir d'augmenter le volume et la qualité des services publics fournis aux organisations et aux citoyens sous forme électronique, ainsi que d'améliorer le système de la prestation des services publics et municipaux aux citoyens et organisations. Cela devrait augmenter l'efficacité de l'administration d'Etat, l'interaction entre les entreprises, la société civile et les autorités de l'Etat, la qualité de l'efficacité de la prestation des services publics.

Dans la pratique une telle interaction commence juste à se constituer, et la Russie est encore en retard à cet égard par rapport aux autres pays développés. Cela pose, en particulier, une question à discuter pour des experts en sciences sociales. Donc le professeur K.K. Colin note que selon le rythme de développement de la société de l'information aujourd'hui, la Russie est derrière non seulement les pays développés de l'Occident, mais aussi des pays en développement comme la Chine, l'Inde et la Malaisie. Au cours des dernières années l'écart ne s'est pas réduit mais accru, et dans le classement international du développement de réseau (publié à la veille d'un forum économique international à Londres en mars 2009) la Russie s'est classée 74ème parmi 170 pays du monde. Citant ces données K.K. Colin commente : « Les principales raisons de ce retard les experts le voient dans le développement insuffisant de l'infrastructure d'information de notre pays ainsi que dans le développement inégal de ses régions».[115]

[114] Pogorsky E.K La formation de la société de l'information dans la Fédération de Russie : les possibilités de communications entre les citoyens et les autorités locales // Slideshare. URL : http://www.slideshare.net/pogorsky/ss-6809893

[115] Colin K. La qualité de vie dans la société de l'information // L'homme et le travail. Numéro 1. 2010. URL : http://www.e-joe.ru/i-joe/i-joe_01/files/kolin.pdf

Tableau 1.3 TOP 20 COUNTRIES WITH HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS - NOVEMBER 30, 2015 [116]

#	Country or Region	Population, 2015 Est	Internet Users Year 2000	Internet Users 30 Nov 2015	Penetration (% Population)	% Growth 2000 - 2015
1	China	1,361,512,535	22,500,000	674,000,000	49.5 %	2,895.6 %
2	India	1,251,695,584	5,000,000	375,000,000	30.0 %	7,400.0 %
3	United States	321,368,864	95,354,000	280,742,532	87.4 %	194.4 %
4	Brazil	204,259,812	5,000,000	117,653,652	57.6 %	2,253.1 %
5	Japan	126,919,659	47,080,000	114,963,827	90.6 %	144.2 %
6	Russia	146,267,288	3,100,000	103,147,691	70.5 %	3,227.3 %
7	Nigeria	181,562,056	200,000	92,699,924	51.1 %	46,250.0 %
8	Indonesia	255,993,674	2,000,000	78,000,000	30.5 %	3,800.0 %
9	Germany	81,174,000	24,000,000	71,727,551	88.4 %	198.9 %
10	Mexico	121,736,809	2,712,400	60,000,000	49.3 %	2,112.1 %
11	United Kingdom	64,767,115	15,400,000	59,333,154	91.6 %	285.3 %
12	France	66,132,169	8,500,000	55,429,382	83.8 %	552.1 %
13	Bangladesh	168,957,745	100,000	53,941,000	31.9 %	53,841.0 %
14	Egypt	88,487,396	450,000	48,300,000	54.6 %	10,633.3 %
15	Vietnam	94,348,835	200,000	47,300,000	50.1 %	23,550.0 %
16	Philippines	109,615,913	2,000,000	47,134,843	43.0 %	2,256.7 %
17	Iran	81,824,270	250,000	46,800,000	57.2 %	18,620.0 %
18	Turkey	77,695,904	2,000,000	46,282,850	59.6 %	2,214.1 %
19	Korea	49,115,196	19,040,000	45,314,248	92.3 %	138.0 %
20	Thailand	67,976,405	2,300,000	38,000,000	55.9 %	1,552.2 %
TOP 20 Countries		**4,921,411,229**	**257,186,400**	**2,455,770,654**	**49.9 %**	**854.9 %**
Rest of the World		2,338,491,014	103,799,092	910,490,502	38.9 %	777.2 %
Total World Users		**7,259,902,243**	**360,985,492**	**3,366,261,156**	**46.4 %**	**832.5 %**

En revanche, la Russie a réussi à dépasser plusieurs pays dans le classement des pays avec le plus grand nombre d'internautes et à faire le grand saut en 15 ans, en ayant pris la sixième place. La France est en douzième place dans le même classement.

La question de l'adoption législative de la liste des services de l'Etat et des municipalités rendus par voie électronique par les collectivités locales est encore très aiguë, d'ailleurs la question de la reconnaissance d'un document papier équivalent à celui électronique

[116] Le classement en ligne «Top 20 Internet countries versus World – November 30, 2015» // Internet World Stats. URL : http://www.internetworldstats.com/top20.htm

n’est toujours pas résolue. «L'indicateur de la proportion des services que la population de la Fédération de Russie peut obtenir en utilisant les technologies d’information et de communication a atteint 39% en 2011, et d'ici 2018 devrait atteindre 70% du montant total des services publics dans la Fédération de Russie, cependant 90% des personnes devraient être contents de la qualité des prestations de services rendus par Internet».[117]

Par contre en France, la mise en place du gouvernement électronique a été proclamée comme l'une des priorités du programme de l’action gouvernementale sur la société de l'information (PAGSI), adoptée le 18 Janvier 1998. Ce document stipule que les nouvelles technologies de l'information et de la communication peuvent être utilisées pour créer un contact permanent entre la population et les entreprises de l'appareil d'État, offrant un large accès aux nouvelles technologies, ce qui devrait accélérer le rythme de l'entrée de la France dans la société de l'information.

Alors toutes les informations sur les questions d'intérêt public doivent être mises en ligne. Dans le programme d’une formation de la société de l'information en France beaucoup d'attention a été accordée à l'établissement de contacts entre les citoyens et le gouvernement grâce au courrier électronique.

En 2000 tous les ministères et autres services publics ont reçu des adresses e-mail. Le gouvernement français estime que puisqu’à l'heure actuelle les activités des ministères sont à la vue des utilisateurs d'Internet, alors il n’y a aucun doute que ceci améliore la responsabilisation et l'efficacité des fonctionnaires. Une grande attention est accordée à l’amélioration de la culture informatique de la population et de fonctionnaires en France. Ainsi, le gouvernement a organisé un programme spécial pour les fonctionnaires sur l’apprentissage du travail avec les ordinateurs personnels et Internet. En outre, la maîtrise des nouvelles technologies de l'information est entrée dans un programme de formation des classes préparatoires pour les fonctionnaires. Le programme «L’utilisation des technologies de l'information et de la communication par le gouvernement - la base pour les réformes gouvernementales» a été également réalisé en France. Pour financer ce programme un fonds de 130 milliards de francs a été créé. C'est le projet de création d’«administration informatique» qui est en priorité (y compris sur son financement). En outre, un comité interministériel sur le soutien technique pour le développement des technologies de l'information et de la communication dans les services publics a été formé, sa tâche réside dans l'approvisionnement de matériel et de logiciel informatiques pour les services gouvernementaux, la création des

[117] Le Programme d'Etat de la Fédération de Russie «Société de l'Information (2011 - 2020 ans)» : approuvé par arrêté gouvernemental de la Fédération de Russie du 20 octobre 2010. Numéro 1815-P. URL : http://www.eos.ru/upload/pril_norm_akt/1815.doc

réseaux ouverts au public et la surveillance de l'application des normes d'Internet dans la pratique.

Les business structures et le public peuvent obtenir tous les services nécessaires en utilisant les sites gouvernementaux. Ainsi les pages web du Parlement et du Sénat français ont été créées, et les débats et les discours sont retransmis en direct sur de nombreuses questions d'intérêt public. En outre, actuellement chaque français a l'accès aux matériaux archivistiques. Sur les sites gouvernementaux on peut trouver des documents intéressants, des discours, des interventions et des annonces. Or, chaque personne doit connaître ses droits et responsabilités. C'est pour aider les gens dans le système juridique qu'a été établi le système Legifrance. Il offre un accès gratuit aux principaux éléments de la loi française, tels que : la Constitution, le Journal Officiel, des codes civil, commercial et constitutionnel, et plus récemment les décisions de la Cour d'appel.

Le site offre une multitude de services, y compris les moyens de modifier les lois, les droits des citoyens dans leurs relations avec les pouvoirs publics, les adresses de sites de tous les ministères et les sites gouvernementaux. Il y a aussi une section de «vos droits» où sont contenus les droits de la population dans des domaines importants tels que la propriété, la famille, etc. Sinon sur le site Internet du Ministère des Finances le public peut trouver des informations très pertinentes, comme la façon de calculer l'impôt sur le revenu.

À l'heure actuelle la France contrairement au Royaume-Uni ne se donne pas pour objectif d'atteindre le niveau d'un gouvernement entièrement électronique. En ce qui concerne les nouvelles fonctionnalités, l'e-gouvernement les fournit aux citoyens et aux entreprises. Mais en France la création de l'e-gouvernement est le plus important pour le public, car le gouvernement est ainsi à la disposition du public. Tout le monde a le droit à l'information, voilà le slogan du gouvernement français qui est mis en œuvre activement. En évaluant la qualité des services fournis par le gouvernement français on peut dire que d'après ce critère la France suit les Etats-Unis, le Royaume-Uni et l'Allemagne. Toutefois, les chiffres sont assez élevés en France et finalement le pays pourrait encore les améliorer.

Au cours des deux prochaines années en France on envisage de transférer sous forme électronique environ 80 des 500 services publics. Le plan de transition a été formé en fonction des priorités des citoyens et des entreprises, identifiées sur la base des enquêtes détaillées. Pour chaque service prioritaire on crée un «mandat» c'est-à-dire un plan détaillé pour la transition vers une forme électronique. Il s'agit de l'état actuel du service et de la «feuille de route» pour l'améliorer en indiquant le coût de l'information. «Le mandat » spécifie le format de la prestation du service sous forme électronique et ses paramètres qualitatifs.

Le développement des services de l'e-gouvernement nécessite le développement de nouveaux outils permettant aux citoyens de coopérer efficacement et facilement avec l'Etat. Les citoyens français peuvent, par exemple, créer des comptes individuels où ils déposent leurs données électroniques, des documents personnels, des données fréquemment utilisées, les résultats officiels des appels aux autorités. Dans ce «coffre-fort électronique» on peut, par exemple, placer une copie du passeport, et si cela se fait avec le concours des autorités publiques, elle aura le même effet juridique qu'un document papier. Le plein accès à une base de données personnelles est réservé seulement à son propriétaire, et les pouvoirs publics ne sont informés qu'avec sa permission. Toutes les interactions sont enregistrées, afin que le citoyen sache qui et quand on utilise ses données personnelles.

La formation à grande échelle des bases électroniques des données personnelles et la forte hausse de l'échange électronique de documents cause une préoccupation naturelle : aujourd'hui il est techniquement plus facile de mettre en œuvre un contrôle total sur l'individu. Pour garantir les droits et libertés individuels en France, la Commission nationale de l'informatique et des libertés a été créée, et ses représentants sont «détachés» auprès de différentes agences pour superviser leurs activités. La Commission nationale surveille les formats de documents électroniques, des demandes d'information, la documentation, le processus de formation et d'utilisation des bases de données et a le pouvoir d'interdire la collecte d'informations redondantes et leur utilisation abusive. La Commission contrôle la transparence et la légitimité de la collecte de données, interdit de collecter des informations superflues et de les utiliser à d'autres fins. Les citoyens peuvent faire appel auprès de la Commission aux actions illégales dans le domaine de l'obtention des données personnelles.

Actuellement en France comme en Russie le nombre de services électroniques de l'État mis en vigueur est faible. Cependant, les Français ont fait beaucoup de travaux préparatoires qui vont bientôt augmenter considérablement le nombre de ces services. Cette expérience va contribuer à accélérer la résolution des problèmes liés à la création de l'e-gouvernement en Russie.

Pourtant il faut considérer que la croissance phénoménale de la production du matériel informatique est la principale condition pour la transition vers la société de l'information. Depuis quelque temps seulement les ordinateurs travaillent principalement de façon indépendante les uns des autres. Les réseaux locaux, les systèmes de gestion de bases de données et les technologies multimédia ont été utilisé principalement comme un moyen de l'automatisation interne des entreprises individuelles et des sociétés. Le développement des réseaux informatiques mondiaux qui a considérablement augmenté la puissance et les

possibilités informatiques des ordinateurs individuels, est devenu la prochaine étape dans la révolution de l'information.

Depuis 1995, la situation a commencé à changer rapidement dans les différents pays à différentes vitesses et avec des variations, mais en général dans le même sens. Le principal catalyseur de ce processus a été la reconnaissance de la communauté internationale Internet. C'est elle qui a été capable d'unir des millions de personnes et des centaines de pays, de réduire les distances géographiques et d'éliminer les obstacles à la communication dans divers domaines de la science, de la culture et de l'éducation. Pour revenir à la question des réseaux sociaux, nous ne pouvons pas ignorer la nécessité d'en appeler directement au concept d'«Internet» dans l'espace duquel ils existent. Nous devons comprendre comment le processus de la formation et de la propagation sur tout le globe terrestre de la toile d'araignée mondiale, y compris sur le territoire de la France et de la Russie, se déroule, et identifier ses objectifs principaux, fonctions et possibilités, qui sont souvent assignées de l'épithète «illimitées». Néanmoins il ne faut pas négliger les faiblesses et les lacunes, afin de former la vision la plus complète et correcte du réseau, qui ne représente pas qu'une base de données, de stockage et de réception de tout type d'information universelle, mais aussi un moyen de communiquer avec les gens sur la planète. On va considérer tous ces points dans le sous-chapitre suivant.

1.1 Internet comme un produit essentiel de la société globale de l'information

Initialement on va essayer de répondre à la question suivante : quelle notion sur Internet s'est formée dans l'esprit humain pour le moment ? Dans le sens le plus général du mot Internet «c'est des réseaux informatiques interconnectés, le système mondial de transmission des données par le biais des ressources informatiques».[118] On peut ajouter qu'il sert principalement à découvrir et à obtenir des informations instantanées et diverses formes de communication entre des gens y compris se trouvant dans différentes parties du globe.

Dans le monde globalisé d'aujourd'hui, l'humanité a du mal à imaginer sa vie sans l'existence du «World Wide Web». ««World Wide Web» qui joue au XXI e siècle à peu près le même rôle que le forum pour les anciens Romains. La seule différence est que notre «forum» est global et virtuel. Aujourd'hui il permet aux gens partout dans le monde de communiquer avec des amis, trouver un emploi, s'engager dans la promotion de leur propre entreprise ou

[118] Qu'est-ce que c'est Internet ? // Tous les secrets.ru. URL : http://vse-sekrety.ru/149-chto-takoe-internet.html

l'organisation du rallye»,[119] - dit Stefanie Babst, la secrétaire générale adjointe déléguée de l'OTAN sur les questions de la diplomatie publique.

Le développement des technologies de l'information nous permet sans quitter la maison de travailler sur Internet, de communiquer, d'obtenir des informations, de profiter des divers services en ligne et même d'avoir une seconde vie virtuelle et parfois même plusieurs, différente entièrement de la vraie et parfois la remplaçant complètement dans laquelle un individu peut prétendre être absolument une autre personne ou s'attribuer des qualités qu'il n'a pas en réalité. On peut dire que la vie du citoyen moderne se déplace dans le cyberespace peu à peu, et selon les résultats des sondages menés en 2009, Internet a apporté à la vie quotidienne de la population du monde l'un des changements les plus passionnants. Ainsi, 48% des personnes interrogées en Europe ont nommé Internet comme le «symbole de la dernière décennie».

1.1.1 Le développement d'Internet à travers les 50 dernières années…

Afin de comprendre quelle voie de mise en application et de développement ce symbole a transmis, il est nécessaire de commencer l'analyse depuis la période de son apparition. L'histoire de la création du réseau remonte au début des années 60 du XX siècle. En ce temps-là le Ministère de la Défense des USA a assigné une mission stratégique difficile, comment diriger le pays avec une déclaration possible de la guerre nucléaire à l'Union Soviétique. Les préoccupations ont été les suivantes : par quel intermédiaire la communication du commandement militaire du pays sera faite avec des forces stratégiques américaines s'il y a un coup sur le centre de communication national américain. Il a été décidé de confier cette tâche à l'agence du département du Ministère de la Défense portant le nom ARPA (Defense Advanced Research Projects Agency ; l'agence du département de la Défense des États-Unis chargée des nouvelles technologies militaires). La recherche menée a montré qu'il est nécessaire de créer un réseau qui sera composé de segments distincts et indépendants, en d'autres termes, un système décentralisé. Son travail était assuré grâce au système élaboré de distribution des données informatiques en petites portions - "paquets" qui arrivaient chez les destinataires de manières différentes. Autrement dit, chaque «paquet» a été doté d'une certaine adresse, et si pour une raison quelconque il n'avait pas atteint le destinataire on le

[119] Babst S. La stratégie de la sécurisation 2.0 // Gazeta.ru. URL : http://www.gazeta.ru/comments/2011/10/19_x_3805886.shtml

retransmettait. Ainsi en 1969 ARPANET est apparu.[120] Il est d'usage de croire que 1986 est l'année d'une émergence du réseau informatique mondial, lorsque le Fond National de la Recherche Scientifique a créé un réseau informatique scientifique et l'a combiné avec l'ARPANET. Depuis lors, sa popularité prend de l'ampleur et l'accroissement du nombre d'utilisateurs, selon certaines estimations, est de plus de 10 % par mois. Au-delà de la fonction de transmettre des messages électroniques, Internet représente aujourd'hui un lieu de rencontres, plein de personnes et d'idées, le cyberespace, le monde de la communication, de l'information et de divertissement, dans lequel la notion «distance» n'existe pas.

L'émergence du réseau mondial et par conséquent la libéralisation du marché à travers le monde entier, entraînant une baisse des prix aux services de communication sont les deux principaux facteurs qui ont beaucoup contribué au développement de la société de l'information et au renforcement de sa dimension sociale. Grâce à la diminution des prix sur les ordinateurs et la communication non seulement des entreprises et des organismes gouvernementaux y ont eu l'accès mais aussi un public plus large ce qui, à son tour, a considérablement influencé l'industrie des médias qui a acquis de vastes marchés et des millions de nouveaux consommateurs. Des études menées par le Ministère du Commerce des États-Unis ont montré qu'il a fallu près de 38 ans à la radio pour atteindre une audience de 50 millions de personnes, la télévision a mis 13 ans, Internet 4 ans et Facebook 2 ans pour atteindre ce chiffre.[121]

1.1.1.1 Le taux d'accès à Internet en Russie et en France

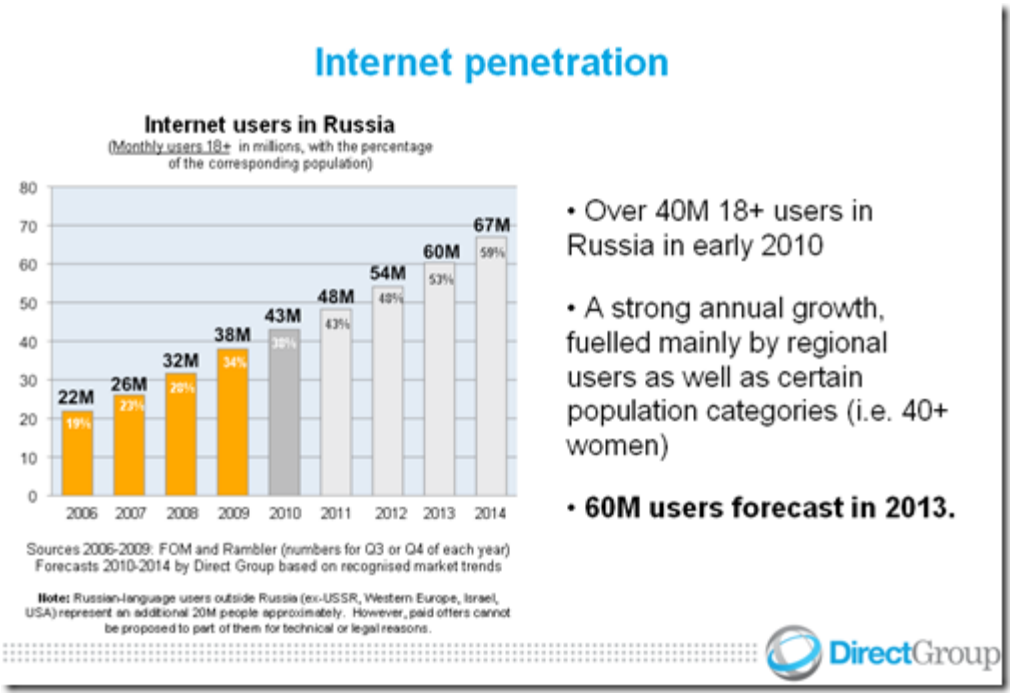
Le rythme de développement du réseau est frappant. Selon les données publiées par une ressource en ligne The Royal Pingdom en 2011, le nombre d'utilisateurs d'Internet a franchi la barre des 2 milliards de personnes, et s'élève désormais à environ 2,1 milliards. Il est évident que la plupart des gens vivent dans les régions les plus densément peuplées du monde - en Asie. Selon la publication, 922,2 millions de gens y utilisent Internet contre 476,2 millions en Europe, 271,1 millions en Amérique du Nord, 215,9 millions en Amérique Latine et dans les Caraïbes. Dans les Etats arabes le nombre estimé d'utilisateurs d'Internet a atteint 88 millions doublé en l'espace de cinq ans. La croissance dans la Communauté des Etats indépendants a été encore plus rapide : 127 millions de personnes y utilisaient Internet la dernière année, comparativement à 51 millions en 2007, selon les estimations de l'Union internationale des télécommunications

[120] **ARPANET** ou **Arpanet** (acronyme anglais de « Advanced Research Projects Agency Network », souvent typographié « ARPAnet ») est le premier réseau à transfert de paquets développé aux États-Unis par la DARPA. Le projet fut lancé en 1969 et la première démonstration officielle date d'octobre 1972.
[121] Le Ministère du Commerce américain a rapporté... // Le Monde d'Internet 1998, № 6.

(UIT). D'après les calculs, dans la population mondiale qui dépasse actuellement 7 milliards, une personne sur trois demeure dans le réseau international.

«D'après une récente enquête du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Crédoc), 75% des Français disposent d'un accès Internet à leur domicile et 24% des possesseurs de téléphone portable s'en servent pour naviguer sur Internet».[122] Les usages ont évolué avec l'apparition des réseaux sociaux et avec le développement de technologies comme l'Internet sans fil ou les smartphones qui permettent d'être connecté de façon quasi permanente. Cette large diffusion fait d'Internet un véritable media de masse ainsi qu'un outil de communication et d'expression politique. En outre, les sites Internet ou les réseaux sociaux ne sont pas soumis aux règles édictées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) qui encadrent les temps de parole des candidats en France.

Graphique 1.2 Le taux de pénétration d'Internet



En ce qui concerne la diffusion d'Internet dans l'espace russe, on peut dire d'après le diagramme présenté par DirectGroup qu'on voit ci-dessous que sur la période du printemps 2013, 53% ou 60 millions de personnes sont des utilisateurs réguliers d'Internet. Dans ce cas, il y a une tendance positive de l'élargissement du public en ligne selon l'âge et selon la géographie de résidence aussi.

«La Russie est reconnue comme le pays le plus dynamique en termes de croissance des utilisateurs : l'augmentation annuelle est estimée à plus de 2 millions de personnes - plus de

[122] La campagne électorale et internet// Vie-publique.fr. URL : http://www.vie-publique.fr/actualite/dossier/election-presidentielle-2012/campagne-electorale-internet.html

20 % d'augmentation par rapport à l'augmentation de 12 % dans le monde»,[123] - a déclaré le chef du ministère des Communications Igor Shchegolev.

1.1.1.2 Le taux d'utilisation d'Internet par les jeunes dans les 2 pays

Dans chaque Etat la jeunesse accomplit la fonction d'une reproduction sociale et de la succession de tout le développement. Elle forme en soi une image de l'avenir, et ce qui est plus particulièrement important, elle est un sujet potentiel des réformes démocratiques. Le sort de l'évolution démocratique de la France et de la Russie va dépendre du fait avec quelles valeurs, quelles orientations politiques et attitudes, avec quelles qualités et capacités de la résolution des problèmes du développement social et étatique elle remplacera les forces actuelles sociales et politiques du pays.

Dans les derniers temps, à l'échelle mondiale, on constate un grand élargissement des formes de la participation politique des organisations de jeunes : les parlements des jeunes, les gouvernements des jeunes, des branches de jeunesse des partis politiques. En conséquence, dans le processus politique le rôle des organisations de jeunesse comme l'institution de la participation politique augmente.

«En Russie 83% des personnes de 18 à 24 ont utilisé Internet au moins une fois par mois cette année, parmi les personnes de 25 à 34 ans il y a 72% de ceux qui étaient en ligne. Mais parmi ceux qui ont plus de 45 ans il y a encore peu d'utilisateurs - 22% en Russie et 38% à Moscou. Par contre c'est le groupe des gens de plus de 25 ans qu'on voit l'augmentation la plus active des utilisateurs - si le public de 12-24 ans n'a numériquement augmenté que de 6%, de 25-44 ans – de 23%, et de 45 + - de 26%».[124]

«La plupart des Russes accèdent à Internet avec leurs ordinateurs à la fois à la maison (61%) ou à la maison et au travail (14%)».[125] La popularité du réseau sur les appareils mobiles est encore faible et la dernière année n'a pas changé selon le groupe de recherches TNS. «Dans la catégorie de 12 à 34 vers la fin de l'année 2012 36 millions des russes consultaient au moins une fois par semaine des sites sur leurs téléphones portables ou sur des smartphones».[126]

---

[123] Le nombre d'utilisateurs d'Internet en Russie en 2011// Point de vue. Un journal d'affaires. URL : http://www.vz.ru/news/2011/12/27/550090.html?utm_campaign=vz&utm_medium=referral&utm_source=newsanons

[124] 83% des jeunes de 18-24 ans utilisent Internet / / Marketing Service. URL : http://www.marketing-services.ru/directory_marketing/analytics/reviews_market/6878.html

[125]La dynamique d'une pénétration d'Internet en Russie. Automne 2011//Fom Runet. URL : http://runet.fom.ru/Proniknovenie-interneta/10283

[126]La dynamique d'une pénétration d'Internet en Russie. Automne 2011//Fom Runet. URL : http://runet.fom.ru/Proniknovenie-interneta/10283

«L'activité la plus populaire parmi les utilisateurs de Runet est la lecture des nouvelles - 77% fréquentent les sites de médias. 74% vérifient leur courrier électronique, 68% utilisent les moteurs de recherche, 68% se renseignent sur la météo, 46% regardent des photos et des vidéos, 44% téléchargent un logiciel, 41% lisent des blogs et des forums, 39% téléchargent de la musique, et 34% communiquent en utilisant les messageries instantanées (ICQ, Skype etc.)».[127]

L'année dernière les réseaux sociaux se sont trouvés dans les dix sites les plus populaires où les jeunes apprennent les nouvelles. Et avec cela 37% ont toute confiance dans les nouvelles sur «VKontakte» et sur «Odnoklassniki», c'est pourquoi la voie du développement à long terme, selon les experts, deviendra bientôt un système de Facebook : un réseau social et les nouvelles avec des vidéos, des photos et l'audio. Bien que parmi les adultes la télévision, la radio et les journaux traditionnels restent toujours les plus populaires. Ces résultats étaient annoncés en Russie par le Fonds «Opinion publique».

En ce qui concerne la situation en France «93 % des adolescents de 15 ans ont un téléphone mobile, 10 % des moins de 10 ans, 31 % des jeunes de 11 ans, 100 % des 18-24 ans. Chez les 18-24 ans, 60% (+ 14% par rapport à 2011 et + 30% par rapport à 2010) qui se connectent à Internet via un portable ou un smartphone ; chez les 12-17 ans, 49% (+21% par rapport à 2011 et + 29% par rapport à 2010) qui font pareil».[128] C'est grâce au Spécialiste du numérique éducatif (TICE), Michel Guillou qui a diffusé en mars 2012 sur son blog une présentation intitulée «les pratiques numériques médiatiques des jeunes**»,** qu'on a ces données.

Selon une première enquête, qui a été menée en février-mars 2012 par le Clemi de l'académie de Dijon auprès de collégiens et lycéens, «65% des collégiens et 70% des lycéens questionnés disposent d'un compte Facebook ; ils y consacrent souvent plusieurs heures par semaine (par exemple : 15% des collégiens y passent plus de 14 heures par semaine, 26% entre 1 heure et 3 heures)».[129] On remarque d'ailleurs que l'usage intensif de Facebook n'exclut pas d'autres territoires numériques : «78% des collégiens ont aussi recours à MSN, 18% déclarent avoir un compte Twitter, 23% un blog et 10% plusieurs».[130]

Internet est bien devenu pour eux une voie d'accès essentielle à la culture, comme un prolongement du bouche-à-oreille : «87% déclarent utiliser Internet pour découvrir de

[127]Les jeunes russes vont sur Internet pour une nouvelle vie // Nouvelles quotidiennes de Vladivostok. URL : http://novostivl.ru/msg/12094.htm

[128]Les jeunes russes vont sur Internet pour une nouvelle vie // Nouvelles quotidiennes de Vladivostok. URL : http://novostivl.ru/msg/12094.htm

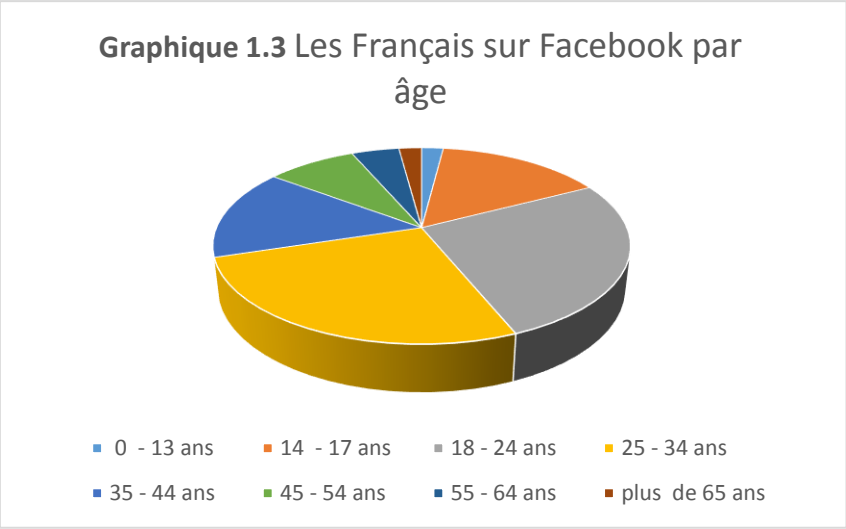
[129]Pratique des médias sociaux chez les collégiens et lycéens : l'exemple de Facebook//Eduscol. URL: http://eduscol.education.fr/numerique/actualites/veille-education-numerique/decembre-2012/pratiques-des-medias-sociaux-chez-les-collegiens

[130]Pratique des médias sociaux chez les collégiens et lycéens : l'exemple de Facebook//Eduscol. URL: http://eduscol.education.fr/numerique/actualites/veille-education-numerique/decembre-2012/pratiques-des-medias-sociaux-chez-les-collegiens

nouveaux objets culturels, 83% ont plus particulièrement recours aux réseaux sociaux pour stimuler et nourrir leur curiosité, des plug-ins comme les commandes « like » ou « j'aime » constituent même pour 77% une voie d'accès et de partage».[131] «Le contenu culturel le plus populaire est la musique pour 94% des jeunes interrogés, la vidéo et les films pour 92% et les photos et images pour 91%».[132]

Les jeunes sont la population internaute la plus présente sur les réseaux sociaux. Selon une étude menée par l'Ifop, «84 % des internautes âgés de 18 à 24 ans ont un compte sur Windows Live, devant Facebook (77 %), Copainsdavant.com (47 %), Youtube (46 %), et Dailymotion (30 %)».[133] «Les étudiants sont à 93 % présents sur Windows Live et à 85 % sur Facebook. Par ailleurs 62 % des 18-24 ans sont membres de 4 ou plus de 4 réseaux sociaux, contre une moyenne d'utilisation de 2,9 sites».[134]

A fin octobre Facebook a recensé 542 millions d'utilisateurs dans le monde et 19,6 millions d'utilisateurs en France. Parmi ces derniers, «26,5 % ont entre 18 et 24 ans, 26,5 % ont entre 25 et 34 ans, devant les 14-17 ans (15,4 %), les 35-44 ans (15 %), les 45-54 ans (8,3 %), les 55-64 ans (4,4 %), 2,1 % de plus de 65 ans et 2 % de moins de 13 ans».[135] Sur l'ensemble des membres en France, 8 millions sont des utilisateurs quotidiens.



[131] Les rapports des jeunes à la culture à l'ère des technologies numériques//Eduscol. URL : http://eduscol.education.fr/numerique/actualites/veille-education-numerique/decembre-2012/rapports-des-jeunes-culture-numerique

[132] Les rapports des jeunes à la culture à l'ère des technologies numériques//Eduscol. URL : http://eduscol.education.fr/numerique/actualites/veille-education-numerique/decembre-2012/rapports-des-jeunes-culture-numerique

[133] Les jeunes sont premiers sur Facebook et Twitter//JDN l'économie demain. URL : http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/usages-internet-des-jeunes/focus-reseaux-sociaux.shtml

[134] Les jeunes sont premiers sur Facebook et Twitter//JDN l'économie demain. URL : http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/usages-internet-des-jeunes/focus-reseaux-sociaux.shtml

[135] Les jeunes sont premiers sur Facebook et Twitter//JDN l'économie demain. URL : http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/usages-internet-des-jeunes/focus-reseaux-sociaux.shtml

Selon Médiamétrie, 22 % des utilisateurs de réseaux sociaux sont des utilisateurs quotidiens. «Parmi les moins de 25 ans, 45,5 % des utilisateurs vont sur leur profil tous les jours. Enfin, 36 % des moins de 25 ans inscrits sur un réseau mettent à jour leurs informations tous les jours, contre 21 % de tous les inscrits».[136]

«Le réseau social montant Twitter est utilisé en priorité par des internautes âgés de 18 à 24 ans (17 % contre une moyenne de 7 %), et 20 % des étudiants en sont membres».[137]

1.1.2. ...et les défis qu'il pose à la société civile

Le phénomène Internet génère une production de données qui peuvent être utilisées à des fins diverses par des multitudes d'acteurs à travers le monde sans que la personne concernée ait réellement conscience de la portée des informations qu'elle met à disposition de manière plus ou moins librement accessible ou sans qu'elle sache qui collecte ou intercepte des informations à son égard (allusion notamment aux cookies ou autres mouchards informatiques qui permettent notamment de sélectionner les messages publicitaires à envoyer aux internautes et de profiler ou de contrôler les utilisateurs).

Cette globalisation de la société et des échanges d'informations sans considération de frontières, constitue un défi redoutable pour la protection des données et les autorités chargées de veiller au respect des dispositions légales. Les flux de données se font indépendamment des frontières. Cela engendre des risques importants pour le respect de la vie privée du fait de la disparité des réglementations de la protection des données dans les pays tiers, voire du fait que de nombreux responsables de traitement ou destinataires des données ne sont pas soumis à des règles de protection des données. Le monde se partage entre les pays qui ont encadré le traitement de données personnelles par une législation, c'est le cas de la majorité des pays membres du Conseil de l'Europe, de ceux qui, sans nier la nécessité d'une protection, estiment à l'instar des Etats-Unis qu'il revient au marché de s'autoréguler et de ceux qui ignorent le problème. La communication des données en-dehors du champ d'application d'une loi nationale de protection des données risque d'affaiblir considérablement la protection des données. Cette communication limite en particulier les droits découlant du respect de la vie privée et notamment du droit à l'autodétermination individuelle si le destinataire n'est pas lui-même soumis à des normes de protection des données suffisantes découlant notamment des

[136] Les jeunes sont premiers sur Facebook et Twitter//JDN l'économie demain. URL : http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/usages-internet-des-jeunes/focus-reseaux-sociaux.shtml
[137] Les jeunes sont premiers sur Facebook et Twitter//JDN l'économie demain. URL : http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/usages-internet-des-jeunes/focus-reseaux-sociaux.shtml

standards de la Convention du Conseil de l'Europe pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel (Convention 1088) et de son protocole additionnel sur les autorités de contrôle et les flux transfrontières de données.

Il est dès lors important que les flux transfrontières de données à caractère personnel soient encadrés et que les autorités de protection des données soient en mesure de veiller à ce que les principes de la protection des données soient pris en compte lors de transferts pour garantir le respect de la vie privée des individus et des droits qui en découlent.

1.1.2.1 Les aspects juridiques de la gestion d'Internet

À l'heure actuelle, le réseau mondial fait déjà une partie de la société civile et représente le moyen de communication internationale dont l'accès gratuit est soumis à la liste de l'ONU des droits fondamentaux de l'homme. Internet est un outil indispensable pour une réalisation d'un certain nombre de droits de l'homme, la lutte contre les inégalités et le développement du progrès.

L'attractivité principale d'Internet réside dans l'égalité de droits sur laquelle le principe universel du statut juridique de l'individu est basé. Internet peut être un exemple de communication équitable entre les membres du réseau. Ceci se reflète non seulement dans l'égalité du caractère social ou de genre mais aussi dans des conditions égales de communication des personnes de différentes générations d'âge.

En outre, grâce à Internet on change d'attitude envers la connaissance. A cette occasion l'écrivain et sociologue américain Daniel Bell affirme que la connaissance devient un produit social important, «sa caractéristique réside dans le fait que même après avoir été vendu, il reste également chez son producteur, la connaissance est un «bien public», en raison de sa nature elle devient accessible à tous depuis sa création».[138]

Si l'on considère le développement d'Internet en termes de la loi, en particulier en Russie d'après le message de l'ancien président de la Russie Dmitry Medvedev à l'Assemblée Fédérale du 5 Novembre 2008 l'un des axes principaux politiques «c'est l'expansion et l'omniprésence d'Internet et de la télévision numérique comme moyens de communication au-delà du contrôle des fonctionnaires».[139] Ainsi, la communication via le réseau Internet doit se transformer en

[138] Bell D. Le cadre social de la société de l'information // Nouvelle vague technocratique à l'Ouest. Moscou, 1986. P. 335.
[139] Le site de Medvedev D.A. URL : http://archive.kremlin.ru/appears/2008/11/05/1349 _type63372 type63374 type63381type 82634_208749.shtml

source primordiale de l'information et devenir une garantie du respect des libertés démocratiques d'un homme et de la Constitution de la Fédération de Russie dans son ensemble.

En particulier, Dmitry Medvedev a déclaré : «La liberté d'expression devrait être garantie par des innovations technologiques. L'expérience a montré que de persuader les fonctionnaires de «laisser en paix» les médias, est pratiquement inutile. Il est nécessaire de ne pas convaincre, mais le plus activement possible élargir l'espace libre d'Internet et de la télévision numérique. Aucun fonctionnaire ne peut empêcher le débat sur Internet ou censurer des milliers de canaux à la fois. Je suis convaincu que les mesures susmentionnées vont aider à améliorer la qualité de la représentation nationale, à rendre un respect total des intérêts des personnes, à renforcer la confiance des citoyens dans le pouvoir et la solidarité de la société».[140]

Pour que la crédibilité envers Internet comme une source fiable d'informations pour la population, continue à se développer et le nombre d'utilisateurs d' Internet augmente, il est nécessaire d'éliminer un certain nombre de problèmes qui se posent lors de l'utilisation d'Internet et ont un caractère éthique: la présence du contenu agressif, fragmenté et varié, les questions de la censure et de la liberté d'expression sur Internet, la dépendance enfantine d'Internet, les virus dans le réseau - ainsi que juridique: le piratage, la fraude par le biais de différents sites et l'accès non autorisé aux données confidentielles. Dans le réseau mondial on se heurte à un certain nombre de cas lorsque les gens cessent de faire confiance à des sites bien connus qui ont de la gêne des fenêtres pop-up sur l'écran, de la publicité amorale et de l'information placée analphabètement. Des mesures sont nécessaires pour réduire le contenu disparate sur les sites Web, sinon Internet sera bientôt considéré comme «la presse tabloïde».

La solution à ces problèmes nécessite l'intervention du gouvernement sous la forme de l'adoption des lois à cet effet régissant les activités effectuées dans l'espace virtuel. En outre, compte tenu de la nature mondiale d'Internet il n'est possible de résoudre ce problème que dans le cadre de la coopération internationale. Il y a différents points de vue sur la réglementation d'Internet qui peut être exercée par l'Etat, et dans certains pays (les pays musulmans, la Chine) l'intervention auprès des services secrets et du gouvernement est considérable. Par exemple, en Chine une censure active de l'espace Internet est mise en place : en 2009 l'accès à « Google» s'est vu refuser, on a désactivé les services «YouTube», «Twitter», «Facebook» et on propose de bloquer l'accès à Skype.[141] Plusieurs fois au cours des dernières années l'accès à Wikipédia chinois se bloquait.

[140] Le site de Medvedev D.A. URL : http://archive.kremlin.ru/appears/2008/11/05/1349 _type63372 type63374 type63381 type82634_208749.shtml

[141] En Chine on interdit les réseaux sociaux, aux Etats-Unis on les contrôle et en Arabie Saoudite on veut les acheter// Smallbiz.ru. URL : http://smollbiz.ru/v-kitae-socialnye-seti-zapreshhayut-v-ssha-proveryayut-a-v-saudovskoj-aravii-xotyat-kupit.html

Il convient de noter que l'intervention active des pouvoirs publics peut conduire à une restriction des libertés différentes et n'est pas toujours justifiée. Par exemple, le gouvernement intervient souvent dans les activités des médias et d'autres organismes, ce qui limite l'accès des populations à l'information, ou se met à diffuser les informations qu'il veut imposer. En même temps les fonctionnaires au lieu de travailler réellement pour le bien de la société, sont souvent très occupés par des essais pour créer leurs propres images et l'opinion publique favorable, ce qui sera étudié dans notre recherche un peu plus tard, lorsque nous passerons directement à l'étude et l'analyse de la dimension politique des réseaux sociaux.

Il faut remarquer que les lois particulières pour réglementer le contenu d'Internet et en particulier dans le domaine du commerce électronique, ne sont pas prévues dans de nombreux pays, ce qui pose un autre problème. En cas de déclenchement d'un conflit, en règle générale les réglementations traditionnelles sont appliquées des Etats dont les lois sont violées dans ce cas-là. Cependant, il est alors possible d'avoir des conflits de lois - les actions autorisées par la loi dans un pays peuvent être illégales dans un autre. La solution à ces problèmes semble être une élaboration de la législation unique régissant Internet indépendamment de la géographie. Ainsi, la solution aux problèmes de la réglementation juridique des nouvelles activités dans les circonstances du développement des technologies de l'information est essentielle pour le maintien de l'ordre et du développement durable de la société.

1.1.2.2 L'impact d'Internet sur l'humanité révélé aux niveaux personnels et étatiques

Entre autres choses, les dommages causés par l'utilisation du réseau mondial peuvent être révélés aux niveaux personnel et étatique simultanément. Dans la société on constate une unification perceptible de la conscience de masse puisque les gens consomment les mêmes produits d'information de caractère global (des nouvelles, la publicité, des œuvres d'art, etc.), on voit se dérouler une propagande massive du mode de vie des étoiles du show business ou juste des gens riches. Ce mécanisme de «la mondialisation de la conscience de masse» a une influence malfaisante surtout sur les jeunes. Ainsi, la jeune personne passe en moyenne la plupart de son temps libre sur Internet, perd la conscience de son identité nationale au fur et à mesure, puisque dans le réseau il n'y a pas de frontières, on observe la dégradation de la langue à un certain point à cause de l'utilisation de courts symboles et des abréviations au détriment du langage tenu, les principes moraux et éthiques sont nivelés. On peut en conclure qu'en raison

de l'impact d'information et psychologique sur la conscience individuelle et sociale l'expansion politique, économique et culturel continue dans les pays développés.

Au niveau de l'Etat, le phénomène de la «guerre de l'information» devient plus répandu. Dans le sens le plus général la guerre de l'information est toute l'activité en l'espace d'information associée à des objectifs antagonistes (la supériorité matérielle ; la décision prise par une personne ou un groupe de personnes, etc.). Plus précisément c'est «l'ensemble des méthodes et actions visant à infliger un dommage à un adversaire ou à se garantir une supériorité. Généralement, la propagation soigneusement organisée et contrôlée, auprès de cet adversaire, de toute une diversité de messages au contenu destiné à servir la stratégie de son propre camp».[142]

On peut également ajouter qu'à notre époque son objectif est souvent d'imposer ses valeurs à un autre ainsi que le style et le mode de vie, et finalement de changer l'ensemble du système socio-politique.

On doit indiquer que l'idée de guerre de l'information est née il y a longtemps. L'information servait comme une arme dans les guerres et un instrument principal de la lutte politique (la collecte d'informations confidentielles, l'agitation, la désinformation, la propagande, etc.). Cependant, à la fin du XX e siècle l'idée de la guerre de l'information prend une nouvelle signification dans le cadre de la formation d'un espace d'information global.

On voit apparaître la guerre de l'information - un nouveau type de guerre menée non par les armes conventionnelles qui peut même ne pas causer de morts, mais dans la confrontation des Etats cette guerre est capable d'être beaucoup plus efficace.

Par définition de l'ancien directeur de FAGCI (Agence fédérale pour les communications gouvernementales et de l'information auprès du Président de la Fédération de Russie) Alexander Starovoytov : «L'arme de l'information est un ensemble de moyens d'accès non autorisé à l'information et de désactivation des systèmes de contrôle électronique. L'attaque de l'information menace de désactiver tous les systèmes électroniques de la gouvernance, de ses forces armées, l'infrastructure publique, etc. Les systèmes des transports et de l'énergie (y compris nucléaire) vont se détruire. L'armée et la marine seront impuissants à résister à l'agression. Les dirigeants du pays sont incapables d'obtenir l'information nécessaire pour prendre et faire appliquer des décisions. L'utilisation d'une telle arme avec ses conséquences catastrophiques est tout à fait comparable à l'utilisation d'armes de destruction massive».[143]

Néanmoins l'arme de l'information en plus du fait qu'elle peut viser à la destruction de l'infrastructure publique, de l'économie et d'autres choses, peut également viser directement la

[142] La définition de Wikipédia. URL : http://fr.wikipedia.org/wiki/Guerre_de_l%27information
[143] A. Lenkevitch. Le cavalier de l'apocalypse psychotronique // Pravda.ru. URL : http://www.pravda.ru/science/planet/humanbeing/25-07-2003/30038-psigans-0/

population. Les gens sont facilement affectées par les promotions, la désinformation, la propagande par le biais de la télévision, d'Internet, qui peut sans filtrer l'information faire l'effet de «décérébration des masses». Ainsi on façonne l'opinion publique modifiant notamment les systèmes de valeurs. Il peut en résulter que la guerre au sens classique ne va pas avoir de sens.

1.2 La formation de la théorie de «la société en réseaux» et l'apparition des réseaux sociaux

Les modernes croient que les réseaux sociaux sont une invention relativement nouvelle, un phénomène qui ne peut se produire que dans l'ère d'Internet. Toutefois, le partage d'informations au sein d'un réseau d'amis et de connaissances est en effet beaucoup plus ancien que Facebook, Twitter et MySpace.

On va considérer comment les gens échangeaient des informations à l'ère de la République romaine tardive, au 1er siècle avant JC. En ces jours-là les imprimeurs et le papier n'existaient pas encore. L'information circulait alors au sein des familles de l'élite romaine qui étaient apparentés par des contrats de mariage, dont les membres échangeaient des rouleaux de papyrus. La correspondance de l'homme d'État célèbre Mark Tullius Ciceron, qui est parfaitement conservée de l'époque prouve que lui et ses amis s'écrivaient régulièrement des lettres dans lesquelles ils avaient parlé en détail de la dernière intrigue politique, avaient commenté et exprimé leurs attitudes face aux différents événements et personnes.

Alors les gens avaient souvent copié, passé à des amis et cité des lettres d'autres personnes. Certains des messages ont été adressés à plusieurs destinataires, et parfois ils étaient lus à haute voix en public ou accrochés dans des lieux publics. Quand Cicéron ou un autre homme politique respecté prononçait un discours, il distribuait son texte, en le donnant à ses amis, qui ensuite à leur tour le faisaient passer à leurs amis et connaissances. Ainsi, beaucoup plus de gens pouvaient lire le discours sur le papier que l'entendre en direct.

De même, les gens se passaient les uns aux autres des livres à savoir les ensembles de papyrus qui changeaient de main tout le temps. Si quelqu'un voulait faire une copie d'un discours ou d'un livre, il avait pu embaucher des scribes qui l'avaient copié, après quoi on l'avait fait passer ailleurs. Les citoyens de Rome envoyaient également les uns aux autres des extraits du journal officiel de l'État - une fiche d'information, qui apparaissait sur le forum tous les jours et qui contenait des annonces importantes et un résumé du principal débat politique.

Ce système informel de communication permettait aux nouvelles d'atteindre les coins les plus éloignés de l'Empire romain en seulement quelques semaines. Il fallait environ cinq

semaines pour que les nouvelles de Rome atteignent les côtes du Royaume-Uni et sept semaines pour parvenir en Syrie. Les marchands, les soldats et les fonctionnaires dans les coins les plus reculés de l'Empire romain pouvaient échanger des informations à travers leurs propres réseaux sociaux, en partageant des extraits de lettres, des discours ou des annonces officielles avec leurs amis et en même temps en passant des nouvelles et des rumeurs des zones frontalières aux personnes de leur connaissance à Rome .

C'était un monde dans lequel les gens accumulaient, traitaient et distribuaient l'information au sein de leurs milieux. Il en résulte que c'était leur propre réseau social.

Et l'exemple de l'Empire romain n'est pas le seul prototype historique des réseaux sociaux modernes. Comme d'autres exemples peuvent servir l'échange de lettres et de documents à l'aube de l'Église chrétienne, une grande quantité de traités imprimés qui avaient circulé en Allemagne au XVIème siècle, à l'époque de la Réforme, l'échange et la transcription des vers satiriques sous les Tudor et les Stuart, les pamphlets politiques au cours de la guerre civile en Angleterre, le flux de brochures d'information et de dépliants qui ont été distribués dans les cafés au siècle des Lumières, des revues et des communautés par correspondance qui avaient permis aux scientifiques qui ont été à de grandes distances les uns des autres de discuter et de s'appuyer sur les recherches de leurs collègues, des brochures et des journaux locaux dans lesquels les auteurs avaient appelé à l'indépendance de l'Amérique, ainsi que des poèmes écrits à la main et des fiches d'information en France prérévolutionnaire, grâce auxquels les rumeurs se sont accréditées à Paris et ailleurs.

Au cours d'une grande partie de l'histoire les moyens de diffusion de l'information étaient sociaux. L'émergence des médias centralisés tels que les journaux, la radio et la télévision est un phénomène relativement nouveau qui devrait probablement être considéré comme une anomalie historique. Aujourd'hui nous aimons faire la distinction entre «nouveaux» moyens de communication, basés sur les technologies numériques et les «anciens» moyens qui existaient autrefois. Cependant, des systèmes centralisés de distribution impersonnelle des «vieux» moyens ont pris naissance seulement au milieu des années 1800, et la situation qui a été observée avant cette époque - l'ère de «vraiment anciens moyens de diffusion de l'information» était très semblable à la sphère des médias modernes. A bien des égards, l'émergence des réseaux sociaux au cours des dernières années est un retour aux sources.

L'expérience moderne des réseaux sociaux nous permet de jeter un nouveau regard sur le passé. La chose importante est que lorsqu'on envoie un tweet ou on partage le lien sur Facebook, on garde une tradition ancienne et riche d'échange d'informations, qui remonte à l'époque de l'Empire romain, qui a existé il y a plus de 2000 ans.

Toutefois, un appel à la notion de réseau entraîne un certain nombre de difficultés pour les chercheurs en sciences sociales, car elle les oblige à plonger dans le domaine complexe et inconnu pour eux - la théorie de l'information et de la communication. Le réseau est apparu et s'est développé comme un phénomène purement technique des nouvelles technologies de communication. Sans avoir recours aux concepts de l'informatique on ne peut pas comprendre les propriétés émergentes des nouveaux processus sociaux, de surcroît, le concept de la société de réseau représente simplement une nouvelle approche envers l'étude des phénomènes sociaux, situés à la charnière de l'informatique et de la sociologie. Il ne s'agit pas de transfert de concepts techniques en sciences sociales - la procédure autant discutable qu'improductive. Le défi réside dans l'étude indépendante de l'émergence d'une toute nouvelle qualité de la communication sociale, transformant rapidement les institutions et les pratiques de la société moderne. Certains sociologues parlent de «société en réseaux» d'une manière argumentée mais un peu timide.

1.2.1 La morphologie du réseau

A la base du concept de la société en réseaux il y a une idée sur l'information comme une connaissance générant des changements structurels dans le système. Dans la théorie mathématique de l'information qui remonte à K. Shannon et N.Wiener, l'information est considérée comme une caractéristique des possibilités du système, l'option d'une probabilité d'événements subséquents.[144] L'information est une connaissance d'une finitude des possibilités existantes. Plus la probabilité est petite et la netteté des événements est claire, plus le système d'information est sensibilisé.

Le système a besoin d'informations afin de gérer ses activités. Tout changement dans l'état est l'information et l'information elle-même implique toujours un changement dans l'état du système. Par conséquent, la capacité à diffuser c'est-à-dire la communication porte sur la notion d'information. La communication n'est pas simplement un processus de transmission de l'information de l'émetteur vers le récepteur, il s'agit d'un changement continu de l'état des systèmes d'interaction, et en même temps, elle implique un échange cohérent entre le système et l'environnement. Puisque tout récepteur fait partie de l'environnement encore de certains systèmes, il sert comme l'émetteur de l'information notoirement pour eux.

La vitesse d'échange de l'information dépend des qualités du conducteur. La communication par les messages dans l'air se produit avec la vitesse du son. Ceci détermine

[144] Shannon S.E., Weaver W. La théorie mathématique de la communication. Urbana, 1949 ; Wiener N. Cybernétique. N.Y, 1949.

l'activité vitale des êtres vivants, capables de percevoir et de réagir aux sons. La vision constitue le milieu de communication qui utilise des effets de lumière. L'homme en tant que mammifère a créé ses conditions humaines dans ces milieux de communication. Certes, à part l'échange d'informations les échanges matériels jouaient un grand rôle dans ces conditions humaines. Mais tous les échanges matériels sont corrélés avec des équipes et inconcevables sans communication, autrement les transferts d'objets matériels seraient insensés.

Outre des échanges spontanés d'informations, les gens ont appris à transmettre des informations d'une manière ciblée : primordialement par son transfert physique (y compris à l'aide du moyen de transport le plus rapide pour son temps - le cheval), puis au moyen des champs électromagnétiques – par des signaux radio et électriques. La proportion des échanges matériels et d'information se modifiait aussi. Avec le passage du temps, il était impossible de dire que seuls les échanges d'information accompagnaient ceux matériels. Au contraire, les échanges matériels ont commencé à jouer un rôle auxiliaire par rapport aux échanges d'informations ; dans la terminologie de Habermas les actions instrumentales étaient réduites à un fragment de l'agir communicationnel.[145]

Cette transition délimite la différence entre les milieux de communication et sépare deux époques civilisationnelles. La première est induite par les vitesses des mouvements physiques avec le flux de communication dans l'air et l'environnement lumineux, à savoir par les mouvements décrits par les lois de la physique classique. La seconde est due à des mouvements exprimés par des vitesses et des lois de l'électrodynamique, c'est-à-dire approximatives à la vitesse de la lumière. Si au cours de la première époque les échanges d'information ont été, pour la plupart, des contacts «face à face», réalisé au sein de l'espace local, pendant la deuxième époque les contacts à distance et indirects commencent à dominer, les contacts, effectués dans un environnement réparti de communication.

La notion de réseau est incontournable pour la logistique de systèmes complexes de communication. Qu'il s'agisse de réseau de transport, d'une liaison par câble ou d'une communication mobile, tout est basé sur la tâche de couvrir une superficie maximale, garantir l'accès d'un point à un autre sur cette superficie.

Les technologies informatiques donnent de nouveaux contours à un concept de réseau : le réseau ce n'est pas seulement une méthode de transport de l'information, mais aussi la possibilité de son traitement. Les réseaux intégrés des interactions de communication d'un ordinateur ont créé une forme particulière de communication distribuée qu'il était possible de projeter sur la communication sociale. Les personnes incluses dans les processus de

[145] Habermas J. Théorie de l'agir communicationnel. Tome 1 : Rationalité de l'agir et rationalisation de la société ; Tome 2 : Pour une critique de la raison fonctionnaliste, Paris : Fayard. 1987.

communication automatisés, au service de ces réseaux et subordonnés aux normes technologiques donnés, se sont mis à reproduire ce système dans leur propre communication.[146]

Leur communication a été organisée grâce à un programme de procédés de réseau inhérents à l'informatique. En conséquence, leur communication a été formée en tant que projection de réseaux informatiques, a pris la forme des communications d'information et de réseau. Si les anciennes interactions de réseau évoluaient avec un contact humain spontané et donc n'étaient pas perçues comme le réseautage, la communication aujourd'hui se construit méthodiquement sur les modèles donnés par les technologies de l'intégration de système des processus du traitement et de la transmission de l'information. À leur tour, ces technologies adaptent les standards de l'interaction participative homme-machine aux domaines variés de mise en œuvre humanitaire. La communication humaine est plus densément couverte par un réseau de normes techniques, qui interviennent dans toutes les interactions sociales et les enferme dans un cadre technologique spécifique qui peut être nommé le modèle de réseau.

1.2.1.1 Les caractéristiques de la communication en réseau

La communication en réseau a un certain nombre de particularités et de caractéristiques qui la distinguent des autres types de communication. Comme dans tout réseau la notion d'une ligne de communication, qui remonte au modèle de communication de Wiener, se relativise. Le réseau est une structure de multi conduite dans laquelle deux points sont toujours liés par une multitude de lignes et chaque ligne est constituée d'une pluralité de segments et de voies.

Pour la notion de réseau une structure répétitive cellulaire est aussi typique. Comme un filet de pêche, cette structure se réduit à une répétition d'un même élément. Grâce à un tel principe simple il est possible de couvrir de grandes zones, de réaliser un degré élevé de complexité. Il ne fait aucun doute que si dans la structure du réseau avait été créée une possibilité d'individualisation de chaque cellule, la zone couverte cellulaire aurait été nettement plus petite.[147]

---

[146] Exemple : la communication via des messages SMS. Face au scepticisme qu'il a eu récemment, aujourd'hui ce type de communication crée une façon de penser. Chaque moyen de transmission de l'information, lié à une technologie particulière, produit son propre type assez spécifique de communication. Voir Ivnitsky V.A. La théorie des réseaux du service de masse. Moscou, 2004. P. 18

[147] Durkheim E. caractérisait la société fondée sur le principe de répétition des cellules (villages) en tant que société mécanique de la solidarité, la société primitive. Il convient de noter que ces sociétés ont pu exister sans la force agglomérante du pouvoir, sans l'Etat. Aussitôt que les établissements humains ont trouvé la capacité de se développer, d'acquérir des caractéristiques individuelles, ils ont commencé à perdre leur solidarité, les espaces

Les réseaux sociaux ne sont jamais limités aux réseaux de communication, au mouvement de l'information disponible. Le nœud de communication est une entité sociale qui est capable, comme les ordinateurs dans les réseaux informatiques, de traiter et stocker, créer une nouvelle information, de plus, faire l'objet de l'expression de la volonté et de l'action libres. Cela peut être une structure de réseau d'individus (par exemple, des révolutionnaires et des terroristes), un réseau de filiales, un réseau d'organisations, un réseau d'institutions. Chaque cellule est capable non seulement de cloner la cellule maternelle, mais aussi de mettre en œuvre le principe individuel. Les communications modernes de la communication n'ont permis que de combiner dans le réseau les termes semblables, mais aussi différents, et non seulement des clones, mais aussi les individus qui sont en mesure d'effectuer non seulement des opérations linéaires, mais aussi non-linéaires. Pas seulement les réseaux sociaux rassemblent des acteurs, mais ces acteurs, y compris inclus dans les différents réseaux sont en mesure de connecter les réseaux. Les réseaux modernes sont capables de se dilater et de de contracter, s'ouvrir et se fermer, formant une couverture de géométrie très complexe, d'intégrer rapidement de nouveaux membres et se débarrasser d'eux. Tout cela signifie la réalisation d'un nouveau niveau de complexité sociale, qui a peu en commun avec la «solidarité mécanique» de Durkheim.

1.2.1.2 Les réflexions de Manuel Castells sur la société en réseaux

Dans la littérature actuelle sur la société en réseaux, les travaux de Manuel Castells sont les plus populaires.[148] Ses réflexions sur la société en réseaux Manuel Castells insère dans le contexte plus large de la révolution technologique et la théorie de la société de l'information. Manuel Castells est sociologue, et dans ses recherches il a pour point de départ l'enregistrement des modifications impliquées, en essayant de décrire leurs caractéristiques quantitatives. Mais le plus intéressant dans ces travaux c'est quand il fait les généralisations théoriques sur la nature de la société en réseaux et introduit les concepts fondamentaux tels que «flux», «société d'information», etc.

Manuel Castells affirme le fait de la transformation de la sociabilité dans la société d'aujourd'hui. Le sociologue utilise la définition de la communauté de B.Welman, qui inclut le concept du réseau : «Les Communautés sont des réseaux de liens interpersonnels qui assurent

communs avant se sont débranchés. Il a fallu le gouvernement. Voir E. Durkheim. De la division du travail social. coll. Les grands textes, éd. PUF, 2004, P.46

[148] Castells M. La société en réseaux : l'ère de l'information. Traduit de l'anglais par Philippe Delamare. Paris: Fayard, 2001. 674 p.

l'interaction sociale, le soutien, l'information, un sentiment d'appartenance à un groupe et l'identité sociale».[149] Si avant la base de toute société humaine était l'attachement à un lieu de résidence et de travail, la tendance du siècle dernier est l'affaiblissement de cet attachement et la transition vers des liens sociaux plus faibles. Les gens perdent leurs liens avec les communautés locales, non seulement en raison de nouvelles possibilités de communication, mais aussi à cause du fait qu'ils se rendent compte des besoins personnels, en s'appuyant sur ces nouvelles opportunités. Ce principe de la formation des communautés, Manuel Castells l'appelle l'individualisme en réseaux, «communauté personnalisée».

«Une telle relation individualisée avec la communauté est une forme spécifique de sociabilité, et pas un attribut psychologique. Tout d'abord, elle est basée sur l'individualisation des relations entre le capital et le travail, entre les travailleurs et le processus de travail au sein de l'entreprise en réseau. Elle est générée par la crise du patriarcat et désintégration ultérieure de la famille nucléaire traditionnelle, qui a existé à la fin du XIX e siècle. Elle est soutenue (mais pas effectuée) par de nouveaux modèles d'urbanisation, puisque des banlieues et des colonies à la campagne s'étalent dans toutes les directions, et le manque de communication entre la fonction et la sens dans les mégapoles résidentiels favorise l'individualisation et la désintégration dans le cadre spatial de vie. De même elle est soutenue par la crise de légitimité politique, car l'augmentation de la distance entre les citoyens et l'État influe sur les mécanismes de représentation, contribue au retrait de l'individualisme de la sphère publique. Le nouveau modèle de la sociabilité se caractérise par un individualisme en réseaux dans notre société».[150]

Dans l'étude complexe de Manuel Castells, où joue un rôle important non seulement l'étude de l'évolution de la production matérielle, mais aussi une surveillance attentive des spécificités culturelles régionales des processus sociaux, la technologie joue un rôle fondamental. Au cœur de tous ces changements se trouve la transition de l'ère industrielle à l'économie de l'information - l'économie, qui a affaire à la production et au traitement de l'information. Le générateur principal de modèles de réseaux s'y trouve - «entreprise en réseau» capable, en vertu des objectifs du «projet», de relier les activités des différents acteurs dans des directions différentes : dans les réseaux horizontaux, dans les fusions d'entreprises, dans les alliances mondiales. Manuel Castells suit scrupuleusement des conséquences des changements technologiques dans la division du travail, la production, la circulation des capitaux, les institutions publiques et gouvernementales, les médias, etc. La mobilité et la flexibilité croissantes qui ont touché toutes les sphères de l'activité humaine, font une transition naturelle vers les formes réseautiques d'organisation de diverses sphères de l'activité humaine c'est à dire

[149] Wellman B. Physical place and cyberplace: the rise of networked individualism // International Journal of Urban and Regional Research. 2000/1. P. 239.
[150] Castells M. La galaxie Internet. Paris : Fayard, 2001. 368 p.

plus diversifiées et «lointaines» et technologiquement impossibles hier. Dans l`économie c'est une entreprise en réseau, en politique c'est un système politique interactif, plus sensible à la volonté des citoyens, dans la culture c'est un réseau mondial de l'information Internet et les médias du monde entier.

En conséquence, Manuel Castells est convaincu qu'il y a un nouvel environnement de vie qui change le sens de l'espace et du temps. La société moderne est construite autour des flux de capitaux, de l'information, de la technologie, des relations organisationnelles, des symboles. Chacun des flux de mouvement de ces moyens est établi par les processus dans lesquels il est inclus. «L'espace des flux est l'organisation matérielle des pratiques sociales dans le temps divisé».[151] Les processus et les pratiques sont déterminés par leur valeur fonctionnelle, et non pas par un endroit où il y a des acteurs. Donc les endroits sont dérivés des mêmes nœuds fonctionnels. Par conséquent, la configuration de l'infrastructure technologique de ces processus, c'est à dire, du réseau devient la base de la structure spatiale de la vie sociale. «Dans ce réseau pas un endroit n'existe par lui-même, parce que les positions sont déterminées par les flux...L'infrastructure technologique sur laquelle le réseau est construit définit un nouvel espace presque de la même manière que les chemins de fer ont déterminé «les régions économiques» et «les marchés nationaux» de l'économie industrielle...Cette infrastructure technologique elle-même est une démonstration du réseau des flux, dont l'architecture et le contenu sont déterminés par les forces agissant dans notre monde...L' espace des flux est constitué de micro-réseaux personnels, où les intérêts sont transférés à travers la multitude globale des interactions dans l'espace des flux aux macro-réseaux fonctionnels».[152]

1.2.2 Les conceptions philosophiques du réseau et leur réflexion dans la nouvelle réalité sociale

Malgré le fait que les réseaux sociaux ont toujours existé, le problème des réseaux et de la société en réseaux a pris au dépourvu la science sociale. Avant d'aller par-delà et de construire une typologie des réseaux, nous tenons à souligner quelques approches pour comprendre le phénomène du réseau dans la littérature philosophique et scientifique moderne.

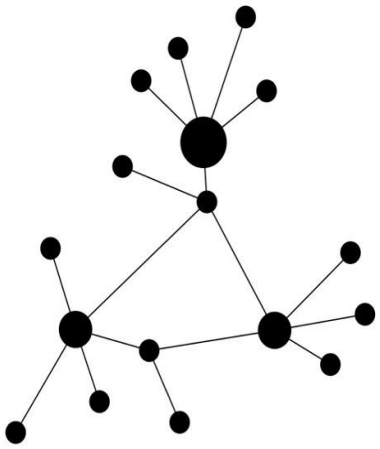
[151] «Sous les flux je sous-entend l'enchaînement des échanges et des interactions finalitaires répétitifs et programmables entre les positions physiquement disjoints qui sont occupés par des acteurs sociaux dans les structures économiques, politiques et symboliques de la société». M. Castells. La société en réseaux : l'ère de l'information. Traduit de l'anglais par Philippe Delamare. Paris : Fayard, 2001. P.110.

[152] Castells M. La société en réseaux : l'ère de l'information. Traduit de l'anglais par Philippe Delamare. Paris: Fayard, 2001. P.115

1.2.2.1 Le rôle des concepts du rhizome et de la synergie dans l'interprétation philosophique de la notion de réseau

Les résultats théoriques des recherches de Manuel Castells sont la synthèse la plus réussie des innovations dans la tradition de la théorie sociologique de la modernité venant de D. Galbraith, Daniel Bell, Alvin Toffler, A. Touraine.[153] Le savant a réussi à combiner la recherche sur les niveaux macro et micro, en utilisant des approches interdisciplinaires, à mettre en œuvre une véritable analyse multifactorielle, sans aller au-delà de l'appareil conceptuel du sociologue. Cela est suffisant pour le repérage de nouvelles frontières, mais à peine suffisant pour indiquer la profondeur de la transformation, pour proclamer l'ère de la «révision des valeurs». Du point de vue de la réflexion philosophique, les études des poststructuralistes français, qui sont prêts à prendre le risque de nouveaux concepts et de métaphores, présentent un grand intérêt. Tels sont les œuvres de Gilles Deleuze et Félix Guattari «Rhizome».[154]

Image 1.3 Le schéma du rhizome



Rhizome

Le terme «rhizome» a été emprunté par les auteurs à la botanique, où il est censé établir un système de racines dans lequel il n'y a pas de pivot central, dont l'endroit est occupé par des racines entrelacées au hasard. Dans le sens le plus large «rhizome» peut servir comme un mode du monde dans lequel il n'y a pas de centralisation, d'ordre et de symétrie. Selon Vladimir Emelin : «dans la littérature philosophique moderne il n'y a pas d'autres concepts qui pourraient ainsi transmettre clairement l'essence des technologies de réseau et en même temps indiquer leur corrélation avec le contexte idéologique de la culture postmoderne».[155]

[153] Webster F. Theories of the Information Society. L.: Routledge, 2006. 312 p.
[154] Deleuze G. Guattari F. Rhizome. Paris : édition de Minuit, 1976. 65 p.
[155] Emelin B. Rhizome et Internet. http://emeline.narod.ru/rhizome.htm

Le principe général qui est à la base d'une structure rhizome c'est «la connexion et l'hétérogénéité». Selon lui, chaque point du rhizome peut se lier avec tout autre – rhizome n'a pas de point de départ de développement et est décentré et antihiérarchique. En d'autres termes, aucun point ne doit l'emporter sur l'autre, ainsi que la connexion privilégiée ne peut pas exister entre deux points séparés. Deleuze et Guattari opposent les systèmes fermés et centrés tels une machine ou un organisme, aux ensembles rhizomatiques ouverts et décentrés, dans lesquels la coordination des opérations et la synchronisation du résultat général sont atteints sans une autorité centrale. Sur la même caractéristique est basé le principe de «rupture insignifiante». Selon lui, le rhizome peut être déchiré à n'importe quel endroit, sans préjudice de l'ensemble, en dépit d'une rupture, il peut repousser soit dans l'ancienne soit nouvelle direction.

L'idée fondamentale, qui réside dans l'intention des auteurs c'est de reconsidérer et de radicaliser le concept de diversité. Deleuze critique le principe classique de «l'unité dans la diversité», dans lequel la diversité, la dichotomie est toujours généré par une bifurcation d'une unité. Il estime que cette approche est une profanation de la notion d'unité, parce que la notion même d'unité englobe une diversité et la détruit. . «Le concept d'unité apparaît uniquement lorsque la prise du pouvoir se passe dans une diversité par un signifié».[156]

Le meilleur exemple pour illustrer le vrai concept de diversité c'est un marionnettiste qui manipule sa marionnette. Ce n'est pas la volonté du marionnettiste qui dirige les mouvements de la marionnette mais la «multiplicité des fibres nerveuses». Le marionnettiste se révèle finalement lui-même une marionnette de cette multiplicité. La dernière doit être entendue en elle-même, hors sujet et objet à la fois. Le rôle principal n'est pas assigné à des points de contact entre les fils et une poupée ou des points de contact entre les mains du marionnettiste et les fils, mais aux lignes reliant les points, voilà ce qui compte.

Deleuze et Guattari regardent différemment l'ordre et la structure du monde. Le monde peut être polycentrique, il peut ne pas avoir de système et d'unité. Et s'il est tel, il ne peut pas être compris dans son unité, ne peut pas être couvert par des catégories de pensée habituelles – spécialisées logocentristes. Les auteurs parviennent à montrer l'altérité du monde en réseaux, un sentiment d'impuissance en face de lui, et à rendre compte de la nécessité de la reprise de conscience de la réalité. Et si cela n'implique pas encore de projections sociologiques pratiques, un sens de la profondeur métaphysique des transformations en cours est suffisant pour éveiller à la naissance une nouvelle société. Le travail des philosophes français, poursuivant le débat classique offre beaucoup plus pour comprendre l'essence de la future société en réseaux que des livres qui se démultiplient comme des clones, vantant les merveilles des technologies de l'avenir

[156] Deleuze G. Guattari F. Rhizome. Paris : édition de Minuit, 1976. 65 p.

ou des romans littéraires inspirés de cyberpunk, jouant avec des métaphores de la «réalité virtuelle».

L'appareil philosophique des traditions du poststructuralisme et du postmodernisme donne un avantage à la philosophie française par rapport aux autres écoles nationales dans la compréhension des réalités de la société en réseaux.[157] Parmi les autres conceptions de cette école la valeur à réfléchir sur certains des aspects importants du réseau représente une conception sociologique de Bourdieu. Bourdieu ne se réfère pas spécifiquement aux problèmes de réseau. Il tente de proposer l'architecture de l'espace social. Néanmoins, ce sont des communications de réseaux qui offrent des solutions du génie de ce qui figure dans la conception architecturale de Bourdieu. Le réseau est un des principaux moyens par lesquels un effet de la structuration des influences sociales dans l'espace social est atteint. La capacité d'influencer et d'obtenir des réactions instantanées des acteurs à des changements de situation du milieu social Bourdieu l'appelle «le champ social».[158] Le champ est un environnement réactif qui permet aux classes sociales de se grouper et se regrouper, aux institutions sociales de se former et se reformer. Le champ forme un continuum unique d'information, où l'information se diffuse si librement qu'elle permet d'anticiper et de devancer les coups des joueurs, par conséquent, de se placer aux joueurs dans le champ les uns contre les autres. L'événement dans un endroit du champ change immédiatement la situation dans tous les autres endroits. La découverte de l'endroit et de la structure des dispositions dans ces influences mutuelles de réseau Bourdieu l'appelle «habitus». Habitus c'est une place des réseaux irréguliers dans leur entrelacement qui peut être occupée potentiellement par chacun. Après la prise de cette place, il n'est pas seulement tordu par une foule des fonctions de rôle et des relations, mais aussi enrichi par les privilèges de communication uniques qui ne sont pas disponibles dans d'autres habitus. La société c'est un ensemble d'habitus, dont chacun est individuel, mais ensemble ils définissent la structure de la sociabilité, la totalité des classes et des pratiques sociales dans la société. Le champ ce n'est pas un réseau de partenaires interconnectés mais un réseau de canaux de l'information. Ce ne sont pas des partenaires, ce sont des concurrents qui se trouvent et s'influencent mutuellement dans le champ. C'est dans le champ que pas des sujets non connectés mais des «ficelles» entre eux déterminent l'essentiel de la situation comme l'écrivait Deleuze. Le marché économique représente un «champ-réseau» typique pour les problèmes d'échange économique.[159] Bourdieu généralise la notion de

[157] Descombes V. Philosophie moderne française. Moscou, 2000.131 p.
[158] Bourdieu P. *Raisons pratiques : sur la théorie de l'action*. Paris, Seuil, 1994, 251 p.
[159] Dans la conception libérale du marché le problème des «bruits» est largement ignoré, ainsi que le problème de communication et de transmission de l'information. De nombreux modèles mathématiques du marché sont basés sur l'idéalisation (la «main invisible », « optimum de Pareto »), où il est supposé que l'information parvienne à tous les participants du marché, et cela se passe dans un temps infiniment court. Bourdieu reporte le

marchés pour toutes les sphères sociales, introduit le concept de capital social (politique, éducatif), qui intervient dans la lutte pour la domination sur le terrain. Des champs sociaux des réseaux se pénètrent les uns les autres et couvrent la réalité sociale dans des directions différentes. Ils ne peuvent pas être contrôlés. Mais être capable de les voir change l'optique du sociologue de manière décisive.

Des réflexions qui précèdent il devrait être évident que l'interprétation de la notion de société en réseaux est difficilement compatible avec les approches qui perçoivent la société comme un entier systémique ou un organisme dont les composants sont coordonnés entre eux et organisés selon les programmes fonctionnels. L'approche systémique orientée vers la logique des «processus» dynamiques temporaires et des cycles, peut difficilement saisir l'idée d'une matrice de la structure de réseau. Toutefois, vu l'influence de cette approche, les tentatives à considérer le réseau du point de vue du courant à la mode - de la synergie, méritent une attention particulière.

La synergie qui prétend être une approche universelle, capable d'englober des phénomènes physiques et sociaux, étudie les processus de l'auto-organisation des systèmes, de la formation des structures de l'ordre. Il est clair que l'étude de l'origine et de l'évolution du réseau, de ses caractéristiques comme une organisation de système spécifique et très viable devrait susciter l'intérêt ici. La synergie formule le concept de complexité, sans laquelle il est impossible de formuler d'autres concepts de base de la théorie moderne du réseau. Les représentants de cette approche en tête, Prigogine et Haken, ont été en mesure de reconsidérer la notion classique de causalité et d'introduire la notion d'éventualité, d'imprévisibilité, d'irréversibilité des processus physiques. Le sociologue allemand Niklas Luhmann a désigné l'idée de contingence de ce monde qui a remplacé une notion de causalité. Le concept de contingence est nécessaire pour tenir compte de la «non programmabilité» du monde, du sens alternatif de l'être, de l'impossibilité de réduire la diversité des attitudes vers une abstraction théorique, soit il s'agit de rapports «structurels» soit «systémiques». Le réseau est basé sur la contingence qui peut établir des relations facilement, leur donner un peu de temps pour prendre corps puis s'effondrer. Prigogine a noté que la caractéristique essentielle du comportement des systèmes sociaux est l'unité de l'éventualité du comportement individuel et la stabilité statistique des structures collectives. La viabilité du réseau est associée à l'incarnation réussie de ce principe. La synergie formule le concept de stabilité dynamique nécessaire pour la connaissance des réseaux.

concept du marché dans la sociologie traitant tous les marchés comme une sorte du marché symbolique et étudie les mécanismes et les effets de la communication du marché.

Le réseau c'est un système qui organise le processus de communication. Par conséquent, la définition suivante du réseau donnée par V.Arshinov est efficace : «L'une des définitions du réseau Internet ...on peut donner à travers la postulation d'un réseau informatique mondial comme une connexion synergique des communications, accouplée à des actes de connaissance et de création des mécanismes de la cohérence de l'individu des systèmes sémantiques».[160] Le lien synergique de communication générant et formant le réseau est le mot clé pour les recherches de réseau.

Pourtant, peut-être les savants, les approches desquels envers l'étude du réseau découlent des notions des mathématiques et logiques, travaillent plus efficacement avec le concept de réseau. Le réseau est un concept mathématique (géométrique). La possibilité d'établir des relations quantitatives entre les objets de réseau ouvre un nouvel espace pour la recherche en sociologie, économie, théorie de l'organisation. Les recherches quantitatives progressent dans deux directions. L'approche matricielle opérationnalise la notion de réseau dans le but de l'étude des relations de groupe. L'approche géométrique examine l'effet des communications sociales à travers le prisme des contacts spatiaux. Le paramétrage des contacts sociaux sous la forme de matrices aux fins d'effectuer des transformations mathématiques remonte aux représentants de «l'école américaine du pouvoir» du management stratégique tels que Mintzberg, Alstrendu, Lempelu: «Les organisations sont des coalitions de différents groupes et individus unis par un intérêt commun ...Les membres des coalitions, ils se distinguent par les systèmes de valeurs, les croyances, les niveaux de sensibilisation, les intérêts et la perception de la réalité».[161] Ces auteurs examinent les matrices de l'influence, c'est à dire, des contacts.

Des scientifiques russes A. Kotelkin, M. Musin, en travaillant sur les relations économiques importantes, visent à refléter la structuration des mouvements des sujets du marché, «donner la forme exacte et mesurable au contenu des structures de relations dans lesquelles, directement ou indirectement, par implication - chaque individu est intégré dans l'espace économique».[162] Les relations et les transactions sont traitées comme des procédures de communication liées à la place de l'individu dans le système des relations.[163] Ainsi, il s'agit d'apprendre des formules mathématiques des réseaux, qui comprennent les individus et les institutions.

---

[160]Archinov V.I., Danilov Y.A, TarasenkoV.V. La méthodologie de la pensée de réseau : le phénomène d'auto-organisation // L'ontologie et l'épistémologie de la synérgie. Moscou : IFRAN, 2000. P. 101 – 119.

[161] Kotelkin A.L., Musin M.M. Les matrices de l'influence. Théorie et pratique de la gestion économique. Moscou, 2003. P. 198.

[162] Kotelkin A.L., Musin M.M. Les matrices de l'influence. Théorie et pratique de la gestion économique. Moscou, 2003. P.27.

[163] Kotelkin A.L., Musin M.M. Les matrices de l'influence. Théorie et pratique de la gestion économique. Moscou, 2003. P.63.

Un représentant de l'approche géométrique envers l'étude des réseaux qui ressemble à celle ci-dessus indiquée, le scientifique américain R. Burt, utilise l'analyse de la microstructure des contacts sociaux en s'appuyant sur la notion de «sociogrammes», c'est-à-dire des schématismes, reflétant le mouvement des flux d'informations à l'intérieur et à l'extérieur de l'organisation. Dans son travail «Le capital social de trous structuraux»[164], il démontre beaucoup de différents schèmes de communication, dont l'existence est nécessairement associée à la présence d'interruptions de communication (trous structuraux) et à la nécessité de leur élimination. Les différentes configurations de réseau donnent un effet différent de communication et servent des objectifs différents. Ces études microsociologiques se transforment aussi facilement en conclusions pratiques de la théorie des organisations.

Malgré une diversité réelle d'approches dans l'étude des réseaux sociaux, ces derniers ne peuvent pas se cristalliser en une discipline indépendante ayant son propre sujet. Restant sur une base interdisciplinaire, ces études n'ont pas créé un fondement théorique suffisant qui pourrait être utilisé comme une base, et n'ont pas accumulé des preuves empiriques, sans quoi les généralisations sociologiques justifiées sont impossibles. Cette circonstance attribue à tout travail sur des réseaux, l'individualité forcée, en obligeant les chercheurs à construire leur propre plan d'étude du sujet.

1.2.2.2 L'approche réseau : un nouveau regard sur la réalité sociale

Dans ce sous-chapitre on va essayer de comprendre pourquoi c'est le réseau qui est devenu une forme d'organisation sociale qui est inhérente à une société post-industrielle ? Qu'est-ce qui dans les réseaux comme une forme d'organisation leur a permis aujourd'hui, pas hier ou demain, de commencer l'expansion, en pénétrant, en éliminant et en absorbant et d'asservir d'autres formes d'organisation ?

On peut répondre à cette question : les réseaux surgissent spontanément au cours de l'intensification des messages. La vitesse et la densité des flux de communication elles-mêmes font une structure de réseau. Des lignes principales filtrent ces flux de communication, elles-mêmes se concrétisent dans les réseaux. Il n'y a rien de nouveau dans la société en réseaux, excepté l'effet quantitatif. Et c'est pourquoi tous ne reconnaissent pas la cohérence conceptuelle de la notion de société en réseaux.

Nous devrions parler de ce que les réseaux sans changer fondamentalement le contenu fonctionnel de la vie sociale, parfois explicitement, parfois d'une manière latente,

[164] Burt R. The Social Capital of Social Holes // Guillen M., Collins R., England P. New Directions in economic Sociology. N.-Y., 2001. P. 201-246.

transforment le caractère et l'organisation des relations et des interactions sociales. Si avant les réseaux étaient un segment du monde hors réseau global, aujourd'hui tout ce qui n'est pas les réseaux ou n'est pas encore, constitue une partie marginalisée du monde, condamnée à être en réseaux.

La théorie de réseau permet à un chercheur en sciences sociales d'avoir un nouveau regard sur la société. En outre, on pourrait dire que cela conduit à un changement d'angle de vue sur la société. Dans les approches théoriques envers la création de la théorie de réseau, précédemment indiquées, le point commun, qui pourrait être dérivé, est mis en scène au centre de la communication sociale et des contacts sociaux. Le contact social, formant le sens de la socialité, dans les différentes traditions scientifiques est entendu à sa manière : comme l'action, comme l'échange matériel, comme la communication linguistique, comme la connexion institutionnelle ou normative, comme l'interaction, etc. La théorie des réseaux définit une compréhension de la vie sociale, traitant des contacts sociaux comme une communication binaire, la communication entre les centres d'émission et de réception. Ainsi, les concepts fondamentaux de la théorie sociale prennent forme communicativement, c'est-à-dire qu'ils sont interprétés dans le contexte des événements de communication. Chaque phénomène social est interprété comme un ensemble de «messages» capables de se diffuser, s'accumuler, se virtualiser, etc. Cet atome auquel toute la diversité de la réalité sociale revient, peut être nommé par le terme «message». Dans la société en réseaux, tout devient un «message» ou un flux de «messages» pour remplir sa vie personnelle, les événements politiques, les manifestations culturelles, etc.

Le fait que le «message» définit une nouvelle optique sociale, propose un nouveau regard sur le concept bien établi de la science sociale. Ni le concept statique de l'institut, ni le concept individualisé de l'action, ni le concept fermé d'une classe ou un concept abstrait de «système fonctionnel», utilisés par des approches classiques, ne peuvent décrire la nature du fonctionnement de la société en réseaux plus adéquatement. Et voici pourquoi. La manière selon laquelle la société se conceptualisait mentalement dans les théories classiques se détruit et laisse un espace pour de nouvelles fusions conceptuelles. La société se désintègre et perd ses formes habituelles. Les corpuscules qui composent les formes sociales deviennent considérablement plus microscopiques et indépendants. Les relations entre eux sont établies de façon plus souple et plus mobile. En réaction à l'incapacité des théories classiques d'offrir un système de types et de modèles unifiés idéaux qui pourrait être mis en œuvre dans la société moderne, on voit apparaître une critique du poststructuralisme où la théorie de la structuration, ainsi que la théorie de Giddens, vise à expliquer la mobilité et le caractère aléatoire des formes de nouvelles fusions

sociales.[165] Ces théories suggèrent à un chercheur des approches du traitement plus libre et créatif des formes et des structures de la société moderne, mais ils ne manipulent pas des formes et des structures spécifiques généralement. Dans cet aspect la théorie des réseaux présente intrinsèquement des avantages.

La théorie des réseaux apprend que la dernière limite, l'atome de la société n'est pas l'individu mais les « messages» qui composent la vie des individus, des institutions, des classes, peu importe à quelle instance notionnelle on va s'adresser. Peu importe qui est le porteur des messages, ce qui est important c'est le type de messages créés par un système de communication. Les messages sont responsables de formes sociales et légitiment les sujets de la communication dans leur statut social. Quelle que soit la forme sociale à la suite de la communication, elle représente l'un des types de réseaux. Et grâce à cela, elle est en mesure de circuler dans d'autres formes et d'échanger avec elles.

Cette approche permet de ne pas abandonner les concepts classiques des sciences sociales, elle ouvre la possibilité de leur nouvelle interprétation. L'étude de l'objet social est complétée par l'étude de ses effets de réseau. Dans le même temps l'étude de la société en réseaux est liée aux grandes études sociales intégrées portant sur les domaines importants et les domaines de la vie sociale. C'est cette voie qui a été entreprise par Manuel Castells, contraint de redécrire tous les secteurs clés de la société en conformité avec le paradigme de réseau : la production, la culture, les loisirs, la finance, etc.

Les effets de réseau ne changent pas tout. Et ils apparaissent dans différents domaines différemment. Il y a un certain nombre de domaines sociaux dans lesquels ces changements sont importants et évidents : les marchés financiers, les marchés du travail, des compagnies, des groupes d'intérêt, le système d'échange de l'information et des médias. Il est intéressant de noter que l'agenda des recherches de réseau coïncide presque littéralement avec l'agenda de l'étude de la mondialisation. Ce n'est pas un hasard. La mondialisation est un des effets de réseau, le plus important et essentiel. La mondialisation représente une nouvelle qualité du monde, qui ne peut pas toujours être expliquée par l'influence des technologies de réseau. Mais ces technologies de communication sont à la base de «la contraction des espaces» et de l'approfondissement de l'interdépendance dans le monde - les paramètres clés de la mondialisation. Dans le même temps, les réseaux ne sont pas toujours mondiaux. En envisageant la mondialisation et les réseaux, des chercheurs découvrent une nouvelle qualité de la société postmoderne dans les différents niveaux. La même chose peut être dite à propos de la notion de «la société de l'information», qui traite des effets de la communication pouvant être considérés en réseaux simultanément. En indiquant souvent des phénomènes identiques ou

[165] Giddens A. La constitution de la société. Moscou, 2003. P. 58.

similaires, ces approches portent sur les différents programmes de recherche inspirés par la révolution technologique de la dernière décennie.[166]

La spécificité de la stratégie de recherche de la société de réseau par rapport à ces approches, c'est qu'elle veut tout d'abord traiter les technologies, avec la question du «comment». Comment change la vie de l'individu, de l'organisation, du groupe, comment et par quel moyen la formation des réseaux est réalisée, comment les réseaux fonctionnent ? Le réseau est toujours des conglomérats d'objets, c'est une interaction entre eux par des messages. L'étude de réseau est liée à leur état et leur comportement, à peine capable de s'échapper dans l'espace des catégories sociales plus abstraites utilisées dans les études réglementaires, systémiques et fonctionnelles, sociolinguistiques et autres.

Au cœur de tous les réseaux il y a une communication des individus. Qu'il s'agisse des structures organisationnelles ou des systèmes d'information, à la sortie on voit un individu. C'est par lui que Manuel Castells commence ses recherches. Les changements et la manifestation la plus évidente de la sociabilité se trouvent dans les changements de la vie de l'individu. Ce n'est pas seulement au sujet de la transformation psychologique que l'individu a endurée dans la dernière décennie. Monsieur tout le monde est attaché aujourd'hui nuit et jour au téléphone portable. Dans sa communication quotidienne, il est généralement enveloppé d'un réseau de contacts d'affaires. Des liens sociaux se créent, deviennent plus impersonnels et éphémères. Le caractère éphémère c'est aussi la condition de la mobilité. Le contact doit surgir facilement et s'achever rapidement. Des messages par e-mail, des sms courts, des réponses d'affaires monosyllabes par téléphone mobile le servent parfaitement. La communication est-elle au service de la personne ou les personnes sont-elles au service de la communication ? La question est rhétorique. Un individu devient le générateur des messages. Pour être inclus dans la vie de la société en réseaux, il doit occuper une place appropriée parmi les flux de messages et construire des configurations complexes de l'activité liée à la communication. En règle générale, il est mobile, instruit, il est habitant d'une mégapole, il doit se déplacer beaucoup, résoudre de nombreuses tâches différentes, traiter de grandes quantités d'informations, parfois au prix d'une surcharge physique et psychologique très importante.

En dehors de l'insertion dans les organisations, qui sont les sujets de la communication, un individu ne peut pas participer à la communication sociale. Les établissements de réseau et les entreprises de réseaux sont ceux qui, en effet, constituent les buts de la communication dans le cadre de leur activité fonctionnelle. Il s'agit d'un nouveau type d'organisation, capable de se projeter ailleurs et de se multiplier par clonage. Si les technologies de l'ère industrielle ont

[166] F. Webster. Theories of the Information Society. L. : Routledge, 2006. 312 p.
Taratuta E.E. La philosophie de la réalité virtuelle. Saint-Pétersbourg, 2007. P. 120.

permis de créer une structure multi-couches hiérarchique du pouvoir-soumission dans les organisations qui pourraient déplacer des informations à la verticale, les nouvelles technologies de communication peuvent diffuser des informations à l'horizontale tout aussi rapidement, efficacement, avec des économies d'argent. Le principe de l'expansion des structures horizontales de réseau a été en mesure de rivaliser avec le principe de structures hiérarchiques verticales avec un concept fort de subordination. La combinaison de ces principes a créé le phénomène de l'entreprise en réseau, dont le cas particulier est une société transnationale. L'effet de la révolution organisationnelle et managériale apportée par les nouvelles technologies est semblable à l'effet de béton armé plastique qui est apparu dans l'architecture du début du XX e siècle à la place des constructions à poutres monosyllabes. Le résultat de cette révolution, de façon similaire aux nouvelles formes de l'architecture moderne, a été la souplesse de conception qui a permis de réorganiser des sociétés facilement, d'effectuer des fusions et des absorptions, de stimuler leur croissance rapide ou «contraction» prompte. Les motifs pour la construction des entreprises en réseau sont divers : une mobilité du marché du travail, la possibilité de travailler à distance, la possibilité d'effectuer les transactions financières mondiales, la planification fiscale, etc.

Les réseaux institutionnels sont les regroupements réseautiques les plus puissants, les réseaux – clones. Ils sont basés sur un modèle d'institution qui peut se cloner un grand nombre de fois à volonté. Ces réseaux ne sont pas tant des réseaux d'interactions mais les réseaux de ressemblances. Donnant la possibilité de la communication et de la coordination interinstitutionnelles et interorganisationnelles, les réseaux institutionnels sont en train de changer la nature de la solidarité mécanique, sur laquelle le système institutionnel de la société était basé. Les institutions et les organisations homogènes non liés auparavant les unes avec les autres sont capables aujourd'hui de se transformer en acteurs actifs. Tels sont les contours de la communauté internationale des états - du réseau qui avait plus avant des signes d'atomes se déplacent librement. Tels sont, par exemple, les réseaux de villes, d'écoles, de bibliothèques, de théâtres, de centres de recherche, etc. Les plus grands établissements institutionnels peuvent former des conglomérats géants, mais ne pas être des réseaux s'ils ne peuvent pas communiquer entre eux, c'est-à-dire transférer leurs ressources aux messages et les échanger. Une famille c'est un exemple de ce genre, même si c'est un système segmenté de familles qui a longtemps servi comme un excellent matériau pour la construction de réseaux locaux (par exemple, la mafia).[167]

[167] Aujourd'hui, le type le plus répandu de la famille, c'est celui de «famille répartie», où les membres de la famille vivent à différents endroits, cependant, conservent la communication intensive.

La croissance des entreprises en réseau et les réseaux institutionnels vont de pair avec l'activité de réseau du capital. Le marché financier est la locomotive de la société en réseau ainsi que de la mondialisation et de l'informatisation. Manuel Castells, en affirmant que le capital a bénéficié de la modernisation de réseau plus que les autres, a justement saisi le fait que cette modernisation se réalise au cours de la rationalité économique traditionnelle qui motive pour la croissance du profit, des économies des dépenses et des échelles, la recherche d'un avantage concurrentiel. Les nouveaux moyens de communication permettent de transférer son expérience dans un autre endroit et à un coût minimal de reproduire le chemin parcouru. La formation des standards rend le capital intellectuel facilement transportable. La structure de gestion souple facilite la répartition efficace de la production de la chaîne dans le temps et l'espace, déplaçant des processus exigeant beaucoup de main-d'œuvre dans les pays à main-d'œuvre pas chère et les processus intellectuels – dans les pays développés. Enfin, l'expansion de réseau devient le principal facteur de l'expansion quantitative du capital. Les entreprises en réseaux qui réussissent ont formé la norme d'une production de masse, avec laquelle les autres types d'entreprises ne peuvent pas rivaliser.[168]

Les principaux avantages du capital sont enracinés dans le caractère des marchés financiers. Les technologies de l'information ont mis en évidence l'essence informationnelle du capital financier. Le capital représente une information sur les ressources qui peuvent être calculées, partagées, déplacées. Les transactions dans le système bancaire moderne sont rien de plus que des messages, les déplacements des informations. Si dans l'ère industrielle, l'argent a pris le pouvoir universel, dans l'ère de l'information, il a acquis en plus la vitesse et la mobilité, la convertibilité en différents types de capital financier. Des instruments financiers conçus avec complexité surgissent, la circulation de l'information financière obtient la vitesse quantique, l'état des bourses financières devient un paramètre clé dans l'économie et dans la société. L'argent met en connexion des activités sociales et les intègre dans un ensemble cohérent. Au cœur d'une société en réseaux est la formation d'une position dominante du réseau pour les transactions financières capables de se convertir facilement à d'autres formes d'action sociale et d'atteindre certaines destinations.

Dans la société moderne le réseau peut être créé sur la base de tout instrument d'action sociale qui peut prendre la forme de message et de flux d'information. La théorie des groupes d'intérêt doit prendre en compte que les intérêts sont facilement articulés à travers les canaux d'information. L'idéologie, la religion, l'art, l'éducation - tous les domaines qui servent la culture - sont obligés de changer les formats de distribution, passant des formes de livres statiques de communication aux formes mobiles d'information et de communication.

[168] Bugorsky V.N. L'économie de réseau. M., 2007. P. 156.

La théorie des médias de masse doit se fonder sur le fait que ce n'est pas une reproductibilité mais une largeur de la chaîne d'information qui devient son paramètre clé : le contenu de l'information même s'il est peu signifiant est disponible à tout moment dans tout point du continuum de l'information, pourtant il faut assurer sa domination et l'importance dans une variété de bruits. Dans sa capacité à influencer les prises de décisions les messages informationnels des médias défèrent font partie des messages circulant sur les voies administratives. Les nouveaux moyens de communication ont accordé aux mass médias les nouvelles vitesses et ampleurs de la couverture grâce à une variété de formes de mise en place, des capacités multimédias, au faible coût de formats. Les reportages en direct, les nouvelles 24h sur 24 non-stop, l'accessibilité planétaire - tout cela est devenu banal. Jamais auparavant les gens sur le terrain n'ont obtenu des informations solides de si bonne qualité (et parfois - la désinformation). Dans le même temps est apparu le phénomène de la concurrence des lignes de l'information. La domination des grands médias de masse, des lignes de l'information fait son entrée à travers leurs filtres des informations privées, locales presque impossible. Le réseau ne nie pas le risque de «division numérique», en revanche la création des réseaux donne dans le bras un levier «de mise en marche et d'arrêt», qui comme l'a noté Manuel Castells, est le mécanisme fort du pouvoir dans l'ère de réseau.

On parle rarement de la nature du pouvoir dans la société en réseaux, mais l'exercice du pouvoir n'est autre qu'un message. A son tour le pouvoir de l'État n'est autre qu'un réseau de communication. La société en réseau, en multipliant et diversifiant les flux d'information dans la sphère politique, démocratise inévitablement l'ordre établi de l'exercice du pouvoir. L'exemple le plus parlant c'est les réseaux d'organisations non gouvernementales (ONG), encerclant le monde comme des réseaux transnationaux de sociétés.

Leurs réseaux incarnent la mise en place d'une structure de valeur commune du monde dans la sphère publique, c'est-à-dire révèlent la nouvelle «communauté mondiale». Mais tous les réseaux ne servent pas la mondialisation, au contraire, il y a des réseaux de groupes qui luttent contre la mondialisation. Le grand nombre de réseaux ne passe pas au niveau national ou même mondial, montrant une tendance à la régionalisation et à la localisation des flux d'information. Toutefois, la multitude de positions et d'intérêts, dont la représentation est renforcée par la puissance des flux de réseau de l'information, forme un nouveau type particulier de la politique des communications intensives, que Habermas a appelé la politique «délibérative».[169]

Le mécanisme clé mais pas le seul, pour la formation des réseaux est Internet. Il s'agit des réseaux vastes et d'expert, les projets d'affaires en réseau (Google, Ebay, Yahoo, échange

[169] Habermas J. Droit et démocratie : entre faits et normes. Gallimard, 1997. P. 366.

électronique) et les conférences en ligne qui ont réuni des millions de personnes avec les mêmes intérêts. Aucune institution traditionnelle ne peut se permettre la formation de communautés en ligne aussi grandes et diversifiées.[170] Internet a donné naissance à un nouveau type de «réseaux sociaux» qui ont accordé des caractéristiques d'une communication durable aux contacts humains occasionnels, vraiment éphémères - aux forums, aux conférences en ligne, aux blogs, etc. Internet est justement appelé le «réseau des réseaux». Cependant, il est important de ne pas perdre de vue le caractère technique d'Internet. C'est le réseau de câble (ou sans fil) d'ordinateur, similaire aux réseaux téléphoniques, aux réseaux de routes ou aux trafics aériens. Les communautés d'Internet, qui se forment dans son espace, ne sont pas Internet – ce sont des communautés de personnes qui utilisent Internet.

L'un des sujets de recherche intéressant des structures de réseau est l'individualisation d'une configuration des réseaux dans chaque domaine spécifique. La variété des réseaux crée un nouvel effet structurel dans la société. Les réseaux ne sont pas identiques. Ils peuvent être denses et rares, horizontaux et verticaux, magistraux et croisés, principaux et rhizomatiques, exclusifs et de mass, locaux et globaux, permanents et sporadiques, etc. Si les premiers liens sociaux étaient raisonnablement bien décrits par des schémas géométriques simples dans le cadre de la géométrie euclidienne – comme les structures segmentées, les hiérarchies et ainsi de suite, mais maintenant les schémas géométriques des relations sociales doivent former des courbes complexes décrites par les équations de la géométrie non-euclidienne. La métaphore de la géométrie non-euclidienne est d'autant plus justifiée, que les plans courbes, qui occupent le réseau, sont capables d'avoir les différences, se croiser sur des trajectoires différentes et se reconstruire selon les différents paramètres dans un continuum de l'espace social. L'effet de la quatrième dimension est créé par une communication sociale, qui s'exhausse au-dessus d'une géométrie tridimensionnelle des réseaux câblés décrivant les itinéraires physiques des lignes de l'information.

La vraie complexité et la morphologie des réseaux ne se révèlent pas dans l'espace local, où les cellules élémentaires du réseau prennent leur source, mais dans le monde global. C'est la base de temps global qui transforme les conceptions de base en réseaux composés. Un nouvel effet de communication, qui ne pouvait pas être atteint à l'époque précédente, donne aux réseaux une dimension mondiale. Dans le passé les relations internationales ont déjà permis de coordonner des actions communes, mais c'était dans le cadre des actions des agents nationaux. Les réseaux mondiaux eux-mêmes deviennent des sujets des actions planétaires. Les agents

[170] Un exemple d'un tel projet est l'encyclopédie en ligne Wikipédia, envahi par des millions d'articles. Des milliers d'auteurs ne se donnent que la peine de rédiger des articles, mais aussi ultérieurement réviser les articles d'autres personnes. De nombreux articles de Wikipédia ont environ des milliers de modifications – l'incarnation du chemin infini à la perfection, www.wikipedia.org

nationaux dans la nouvelle situation deviennent souvent les exécuteurs des mesures mondialement adoptées et mises en œuvre et perdent ainsi leur indépendance.

Bien que cet effet synergique soit encore très faible et timide, tel qu'il est généré par les interférences complexes de deux pôles (national et international), il est d'une grande importance pour l'avenir. Si les sociétés transnationales pour de nombreuses raisons gardent leur identité nationale, pour les réseaux horizontaux qui ne sont pas gérés de manière centralisée, il est impossible de le faire. La nouvelle optique sociale, qui doit être maîtrisée par un chercheur en sciences sociales, s'il veut comprendre la complexité de la société du XXI siècle, incite à repenser les concepts et les approches de la théorie sociale classique. La théorie des réseaux ne nie pas ces approches, elle sert à leur enrichissement. Elle considère la société à travers le prisme de la communication (Luhmann), et voit dans un message l'atome principal de la sociabilité en réinterprétant les concepts de base sociaux dans le cadre de la communication. La théorie des réseaux appelle à une révision de beaucoup de concepts philosophiques, provoquant à mesurer l'espace par des flux et pas par les distances, à calculer le temps non par les heures mais par les événements. Enfin, un résultat pronostique pratique de ces études est actuel, ce qui permet d'ouvrir les nouvelles fonctionnalités dans les différentes sphères de la vie. Contrairement au vieux concept omniprésent de la «fin de l'histoire», il offre un optimisme de recherche, promettant des perspectives positives heuristiques.

CHAPITRE 2 : LE RÉSEAU SOCIAL COMME NOUVELLE SPHÈRE PUBLIQUE DE LA SOCIÉTÉ CONTEMPORAINE

Tout d'abord, il convient de revenir sur l'histoire de l'émergence des réseaux sociaux, afin de comprendre comment est née l'idée de les créer, et grâce à quoi leur diffusion a atteint une vitesse tellement rapide.

Le terme «réseau social» a été inventé en 1954 par James Barnes, le sociologue de «l'école de Manchester» dans son travail «Les classes et les réunions dans la paroisse norvégienne d'île» inclus dans la collection «Les relations humaines». Il a développé et ajouté à l'approche de l'étude des relations entre les personnes des sociogrammes c'est-à-dire les diagrammes visuels dans lesquels les individus sont présentés sous la forme de points et les liens entre eux sous la forme des lignes. La sociométrie est basée sur cette approche : une méthode psychologique afin de déterminer la répartition des rôles dans la société.

Le premier réseau social sur Internet «Classmates.com» n'est apparu qu'en 1995. Ensuite, un homme prénommé Randy Conrads a décidé de créer un site web qui aiderait les utilisateurs enregistrés à trouver et à rester en contact avec famille et amis, avec ceux rencontrés tout au long de leur vie - à l'école maternelle, à l'école, à l'université, au travail ou pendant le service militaire. À l'heure actuelle, le réseau «Classmates.com» a plus de 40 millions d'utilisateurs (principalement des États-Unis et du Canada).

Le réseau «Classmates.com» a été le premier à dépasser son temps : avant le début du XXIe siècle, les réseaux virtuels se développaient très lentement.

«Classmates.com» s'est distingué de beaucoup de réseaux sociaux existants parce que ce réseau ne demandait pas : «Avec qui dois-je me connecter?» mais plutôt : «Avec lequel de mes anciens camarades de classe je peux me connecter?» Il s'est avéré presque immédiatement que c'était une bonne idée. Les premiers utilisateurs ne pouvaient pas créer de profil, mais ils pouvaient trouver l'emplacement des amis perdus ou de leurs premières amours. Ce site a eu beaucoup de succès presque tout de suite.

Le même succès n'est pas atteint par SixDegrees.com. Basé sur la théorie, associée à l'acteur Kevin Bacon, que toute personne est liée à une autre par l'intermédiaire de six personnes. Ce site, crée en 1997, a été l'un des premiers qui a permis à ses utilisateurs de créer des profils, d'inviter des amis, d'organiser des groupes et de voir les profils des autres membres. Ses fondateurs ont encouragé les participants à inviter un grand nombre d'autres personnes. Malheureusement, ce «soutien» allait devenir trop intrusif pour la majorité des utilisateurs, et le site a lentement évolué vers un groupe d'utilisateurs non liés qui recevaient de multiples plaintes pour spam. SixDegrees.com a été complètement fermé au début du nouveau millénaire.

L’expansion des réseaux sociaux est due à l'accroissement du rôle de l'information dans la société et à la nécessité de la trouver rapidement. La raison principale de leur popularité est qu'ils ont commencé à répondre aux besoins fondamentaux non-physiques de l'Homme : la communication, l'empathie, l'expression de soi et la liberté.

Les changements économiques dans la société, un changement dans le marché du travail, l'émergence de nouveaux métiers sont également à prendre en compte dans l’augmentation accrue de la demande pour les réseaux sociaux. Les gens qui travaillent avec l’information, qui s’occupent de sa recherche ou de sa production peuvent aujourd'hui travailler depuis leur domicile, mais ils ont besoin d'être «intégrés» dans un réseau spécifique. Cela simplifie l'accès aux informations pertinentes et permet de trouver un emploi qui répond aux besoins de la réalisation de soi.

En se développant, les réseaux sociaux ont intégré une forme de protestation publique des personnes écartées par l'élite politique et financière. Ils symbolisent une sorte d'espoir de liberté (bien que virtuelle), et en même temps une forme de soutien à leurs membres. Le réseau permet de réaliser une protestation non seulement contre l'Etat, mais aussi à l’encontre d’individus, parce que le réseau a la possibilité d'exprimer un point de vue tout en négligeant les règles de l'étiquette d'Internet et en restant anonyme (caché derrière un pseudonyme et/ou avec une fausse page). Internet donne à une personne le droit de s'inventer une nouvelle personnalité virtuelle pour la société.

En raison de cette priorité donnée à la communication en ligne, le nombre de gens attachés aux réseaux sociaux ne cesse pas de croître. «En octobre 2011, l'utilisation des réseaux sociaux est devenue l'activité la plus populaire de l'audience sur Internet. Sur 5 minutes passées sur Internet, une l’a été sur un réseau social».[171] A titre de comparaison, en mars 2007 les réseaux sociaux n’ont occupé chez les utilisateurs que 6% de leur temps sur le web.

La montée en puissance des réseaux sociaux est un phénomène culturel mondial. La côte de popularité des réseaux sociaux est en augmentation partout dans le monde, et ce indépendamment du niveau de développement de la gouvernance, des infrastructures et des possibilités de connexion Internet.

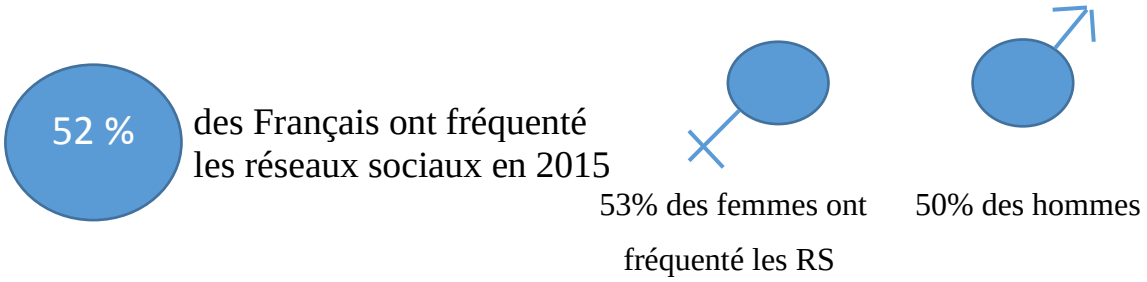
Selon la publication 2013 du baromètre des réseaux sociaux de Médiamétrie, «79% des internautes français (13 ans et plus) sont actuellement présents sur un réseau social. La France compterait ainsi près de 32 millions d’inscrits – mais pas nécessairement utilisateurs – sur ces services en ligne. En 2010, ils étaient 20,3 millions».[172] De plus, on voit apparaître une

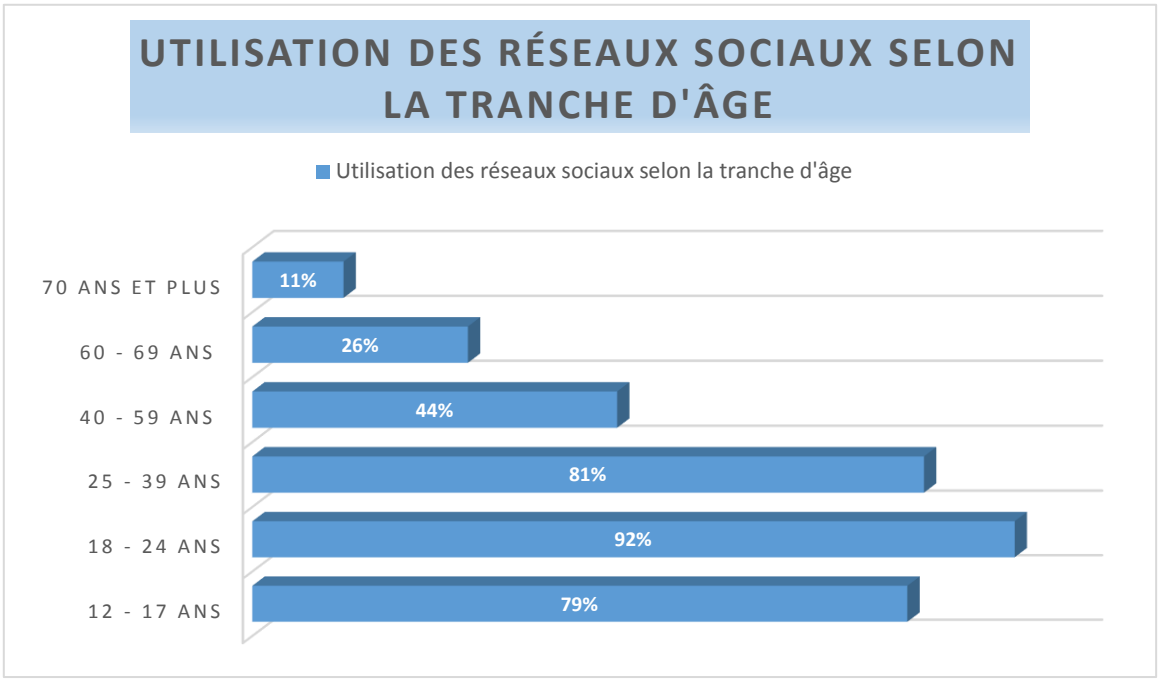
[171] Les réseaux sociaux en 2011 : l’étude de ComScore // Cossa.ru. URL : http://www.cossa.ru/articles/149/11382/

[172] Réseaux sociaux : 20 millions d’internautes français se connectent tous les jours // ZDNet. URL: http://www.zdnet.fr/actualites/reseaux-sociaux-20-millions-d-internautes-francais-se-connectent-tous-les-jours-39791743.htm

autre tendance qui se confirme : la plupart des Internautes sont inscrits sur deux réseaux simultanément et représentent ainsi ce qu'on l'appelle des multi-inscrits. «Et ces multi-inscrits sont plutôt des hommes, âgés de 25-49 ans et plutôt CSP+».[173]

Graphique 2.1 Les Français & Les réseaux sociaux en 2015[174]





Il convient de noter que selon un rapport de la société ComScore basé sur les données du service World Metrix : « les Russes sont les utilisateurs les plus actifs des réseaux sociaux dans le monde».[175] «89 % des utilisateurs d'Internet russes ont des comptes sur les réseaux sociaux»[176], à savoir «vers le début de 2013 le nombre des russes - des utilisateurs des réseaux sociaux - a atteint 51,8 millions de personnes. Selon l'étude de ComScore, en 2012 les Russes

[173] Les réseaux sociaux : 20 millions d'internautes français se connectent tous les jours // ZDNet. URL: http://www.zdnet.fr/actualites/reseaux-sociaux-20-millions-d-internautes-francais-se-connectent-tous-les-jours-39791743.htm

[174] Infographie numéro 14. Mieux connaître les utilisateurs des réseaux sociaux pour mieux orienter ses campagnes e-commerce // E-commercenation.fr. URL : http://www.ecommerce-nation.fr/mieux-connaitre-les-utilisateurs-des-reseaux-sociaux-pour-mieux-orienter-ses-campagnes-e-commerce/

[175]Russia has most world's engaged social networking audience// comScore. URl: http://www.comscore.com/Insights/Press_Releases/2009/7/Russia_has_World_s_Most_Engaged_Social_Networking_Audience

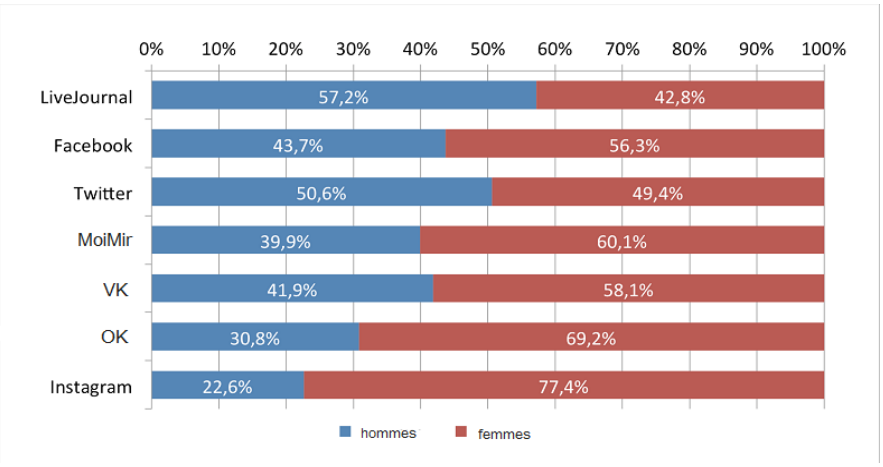
[176] Etudes des médias sociaux en Russie//Cossa.ru. URL : http://www.cossa.ru/articles/149/2467/

ont passé en moyenne 25,6 minutes par jour (ou 12,8 heures par mois) sur les réseaux sociaux, y compris au travail».[177] C'est deux fois et demi plus que la moyenne mondiale qui est de 4,5 heures.

Une étude présentée par un groupe de sociétés NEXTEP affirme que «le plus souvent, les Russes sont enregistrés sur plusieurs réseaux sociaux (82% des répondants) : 27% sont présents sur des réseaux, 28 % sur trois et 27% le sont sur quatre réseaux ou plus».[178]

«Les femmes naviguent sur les réseaux sociaux plus souvent que les hommes (87% contre 73%), et ce sont plutôt des utilisateurs de 18 à 24 ans (90% contre 73% de plus 45 ans)».[179]

Graphique 2.2 La présence des hommes et des femmes russes sur les réseaux sociaux d'après Brand Analytics, avril 2015[180]



Afin de séparer les réseaux sociaux des autres communautés informatiques similaires, il faut mettre en évidence leurs principales caractéristiques, leur donner une définition spécifique et précise pour analyser les plus populaires dans le monde à l'heure actuelle en déterminant leurs principaux objectifs et tâches afin de comprendre pourquoi ils prennent tant de place dans la vie moderne et comment ils attirent les gens dans la communication en ligne. Enfin, pourrons nous comprendre comment les réseaux sociaux réussissent à s'engager avec les média (télévision et presse) tout en gagnant toujours plus de popularité chez les jeunes. Toutes ces questions seront abordées dans le chapitre 2.

[177] Les réseaux sociaux russes ont causé des pertes économiques de 10 milliards de dollars//RBK. URL : http://top.rbc.ru/economics/24/06/2013/863123.shtml

[178] Les russes naviguent deux fois de plus sur les réseaux sociaux que le reste du monde//dp.ru. URL : http://www.dp.ru/a/2011/04/19/Rossijane_v_socialnih_set/

[179] Environ 80% des russes utilisent les réseaux sociaux// m24.ru. URL : http://www.m24.ru/articles/12553

[180] Les réseaux sociaux en Russie aujourd'hui// Avantage Français : URL : http://www.avantage-francais.com/news/les-reseaux-sociaux-en-russie-aujourdhui/

A. Les caractéristiques communes à tous les réseaux sociaux

Maintenant il est temps de désigner les caractéristiques grâce auxquelles on peut distinguer un réseau social d'autres sortes de communautés et de sites Internet. Tout d'abord on va essayer de donner une définition universelle à ce phénomène du réseau social.

«Le réseau social est un site interactif et multi-utilisateurs dont le contenu est rempli par ses visiteurs avec la possibilité de spécifier certaines informations sur une personne en tablant sur lesquelles un profil (une page) d'utilisateur peut être retrouvé par d'autres visiteurs».[181]

Le réseau social c'est une structure sociale composée de groupes de nœuds, qui sont des groupes sociaux et des individus. Ainsi la caractéristique principale est la présence du système d'«amis» et de «groupes». Une autre caractéristique est la capacité à créer un profil personnel facilité et des relations virtuelles. Les réseaux sociaux sont utilisés pour trouver des personnes ayant des intérêts communs et des objets d'intérêt.

Les réseaux sociaux virtuels peuvent différer par le caractère général, les différentes possibilités offertes aux utilisateurs et les diverses exigences qui leur sont imposées, ainsi que par l'interface. Cependant, il y a certaines caractéristiques communes qui sont typiques pour la plupart des réseaux sociaux et les distinguent des autres moyens de communication en réseau, tels que les blogs, les forums, les causettes et les livres d'or. Sur certains réseaux sociaux, par exemple, comme sur MySpace des blogs et des forums sont intégrés, pourtant en l'espèce nous ne parlerons proprement dit que des caractéristiques du réseau social virtuel.

Tout d'abord, des profils d'utilisateurs représentent la base d'un réseau social. Chaque utilisateur d'un réseau social enregistre son profil (page personnelle), dans lequel dans les champs prédéterminés il remplit certaines informations sur lui-même. Habituellement, ces champs incluent les paramètres suivants: le nom et le prénom, la photo, le sexe, la situation familiale, la date de naissance, la ville natale, les opinions religieuses et politiques, les détails de contact (téléphone mobile et fixe, e-mail, pages web personnelles, ville de résidence), les données sur l'éducation (avec une liste des études que l'utilisateur a fait ou est en train de faire), ainsi que des informations personnelles telles que la profession, les intérêts, les informations au sujet de ses films préférés, de la musique, des livres, des jeux, des endroits préférés, etc.) .

Deuxièmement, chaque réseau social doit garantir un maximum de possibilités de partager des fichiers de toute nature : ça peut être une vidéo ou des photos, des articles et des liens contenus dans les blogs et les sites d'Internet. On peut même localiser une position

[181] Chernets V., Bazlova V. L'impact à travers les réseaux sociaux//édité par Krygin N.V. Moscou : Focus-Media, 2010, P.13.

géographique sur la carte d'une personne souhaitée surtout si elle utilise des applications spéciales comme, par exemple, Foursquare ou TripAdvisor.

Troisièmement, contrairement à la page personnelle sur Internet qu'une personne peut décorer comme elle veut ou à laquelle elle peut donner n'importe quelle forme et y mettre toutes sortes d'informations, les profils des utilisateurs sur les réseaux sociaux à l'heure actuelle, en règle générale, sont unifiés et dans la plupart des réseaux sociaux un caractère variable de la décoration ou de la mise en forme n'est pas autorisé. En outre, les administrateurs de la plupart des réseaux sociaux même surveillent la validité et la réalité suffisantes d'information sur la page personnelle ainsi que sa conformité stricte aux champs correspondants du profil bien qu'il reste toujours un pourcentage de l'information qui est évidemment fausse.

Outre cela, les administrateurs des réseaux veillent à ce que les photos téléchargées soient réelles, en supprimant ou bannissant des profils des utilisateurs qui ajoutent des images étrangères à la place de leurs photos personnelles.

Ainsi, à la différence de toutes les autres formes de communication en ligne relativement impersonnelles telles que des forums ou des blogs où les gens se cachent souvent sous un faux nom et des images fictives, une caractéristique apparente de la plupart des réseaux sociaux est l'accent mis sur la réalité, c'est-à-dire sur les réseaux sociaux les gens sous leurs vrais noms, en faisant voir leurs photos de profil réel, communiquent avec des personnes qu'ils connaissent plus ou moins dans la vie réelle.

Le processus de transmission de l'information dans la plupart des réseaux sociaux représente un échange de messages tout d'abord entre des gens qui sont déjà mis en contact et se connaissent en quelque sorte dans la vie réelle comme il a été dit ci-dessus. Les liens existants sont, à leur tour, de trois types principaux dans la plupart des réseaux sociaux. Le premier type est des liens amicaux entre des connaissances établies.

Les connaissances s'ajoutent comme des amies sur les réseaux, et ces informations sont affichées sur leurs profils. Ainsi, pour toute personne-nœud du réseau dans la masse commune anonyme d'autres nœuds du réseau se détache un groupe de nœuds, avec lesquels elle reçoit un lien de programme supplémentaire, ce qui lui donne de nouvelles possibilités, dont le plus important pour le sujet examiné est la possibilité d'envoyer des messages et d'inviter des amis toujours plus nombreux dans le groupe.

Outre la liste de ses propres amis, tout utilisateur a également accès aux listes d'amis de ses amis afin d'être en mesure de voir les nœuds du réseau qui ne sont pas liés avec lui directement mais avec ses amis. Par exemple, sur le réseau social russe «Mon cercle» chaque utilisateur enregistré à part de son cercle d'amis («premier cercle») voit s'afficher le cercle d'amis de ses amis («deuxième cercle») et le cercle des amis des amis de ses amis («troisième

cercle»). Ainsi, l'utilisateur en ayant vu le profil d'un autre utilisateur intéressant mais inconnu et avec une note «troisième cercle» peut comprendre facilement par l'intermédiaire de quelles personnes il peut communiquer avec lui.

La deuxième forme possible du lien sur les réseaux sociaux est celui des connexions entre les membres d'un même groupe. Sur les réseaux sociaux virtuels des personnes-nœuds peuvent non seulement communiquer en tête à tête, mais aussi rejoindre des groupes sur une thématique concrète. Chaque groupe sur le réseau social a son propre profil similaire au profil utilisateur. Quand les gens sont réunis dans les groupes, le message d'un membre du groupe qui est mis par lui sur le mur va être vu par tous les participants de ce groupe. Ainsi, le profil du groupe devient un analogue du forum Internet.

Et enfin, le troisième type de lien c'est des liens entre les personnes qui ont une certaine information sur leurs profils. Le caractère unifié des profils d'un réseau social en fait une vaste base de données des personnes avec une grande quantité d'informations différentes sur elles, et ces informations sont strictement structurées. Cela donne une excellente occasion de chercher et trouver sur un réseau social, des gens intéressants avec des données spécifiques sur le profil, tandis que ces données servent de critères de recherche. Grâce à une telle recherche sur un réseau social on peut trouver ses camarades de classe, collègues, collaborateurs, compatriotes, des gens ayant des intérêts communs.

On parle du comportement actif en ligne sur les réseaux sociaux lorsqu'on regarde chaque jour des profils, on commente et évalue des photos, vidéos et audios, notes, propositions de travail (et d'autres en fonction du type de réseaux sociaux) d'autres utilisateurs, des groupes et des pages des organisations. Chaque réseau social possède un fil d'actualité qui permet de «contrôler ce que voit l'utilisateur en triant les actualités affichées en premier, à l'aide de listes d'amis, et en gérant les actualités d'amis, de pages et d'applications que celui-ci souhaite voir».[182]L'accès aux réseaux sociaux ne peut être effectué que par un utilisateur enregistré dans le réseau auquel il souhaite accéder.

B. La diversification des réseaux sociaux selon leurs objectifs

En fonction de leur structure et de leur organisation interne, les réseaux sociaux diffèrent selon le caractère des posts ajoutés par des utilisateurs et des objectifs principaux de leur application. Ainsi nous allons essayer de créer notre propre classification des réseaux virtuels en fonction du caractère majeur de leur contenu.

[182] Aide de l'application de bureau// la page officielle de Facebook. URL : https://www.facebook.com/help/?ref=facebar_dropdown_help

Le premier type se compose des réseaux sociaux qui permettent de construire des liens sociaux, en communiquant en ligne. Ce type inclut des réseaux populaires comme Facebook, Twitter, Google, Myspace, Vkontakte.ru où l'accent est mis sur la publication des statuts et des messages (qui peuvent être accompagnés simultanément par des enregistrements audio et/ou vidéo), sur l'échange d'opinions grâce aux commentaires ainsi que sur l'organisation des réunions et des groupes d'intérêt. D'ailleurs se trouve également une messagerie instantanée interne permettant d'entretenir une correspondance privée avec d'autres utilisateurs faisant partie du cercle d'amis. Contrairement au courrier électronique, ce moyen de communication sert à conduire un dialogue interactif.

Pour autant, chacun des réseaux sociaux représentés dans ce type est très différent de l'autre. C'est pourquoi, nous allons voir quelles sont les distinctions de chaque réseau particulier une fois qu'auront été examinés séparément les réseaux sociaux les plus populaires en France et en Russie dans ce travail.

Le deuxième type regroupe des réseaux sociaux où l'interaction des utilisateurs est effectuée par le biais du partage de fichiers multimédia. Sont partagés soit des vidéos soit des photos ou des albums photo avec le minimum de texte. Ce type privilégie la perception visuelle. La plupart de ces services propose des options supplémentaires telles que la possibilité de créer un profil et de commenter les mises à jour d'autres utilisateurs. Parmi les réseaux de ce type citons : Instagram, Youtube, Flickr, Picasa.

Enfin le troisième type comporte des réseaux sociaux professionnels conçus pour offrir des possibilités d'avancement professionnel grâce aux profils ayant la forme de CV. Certains de ces types de réseaux fournissent un forum général pour les professionnels afin d'être connecté, tandis que d'autres se concentrent sur des professions ou des intérêts spécifiques. Le réseau le plus populaire et connu dans ce type c'est LinkedIn alors qu'il y a aussi d'autres réseaux professionnels tels que Viadeo, Xing et plus particulièrement Classroom2.0, Nurse Connect qui permettent de maintenir des liens entre des gens des certaines professions.

Outre ces trois types de réseaux mentionnés nous distinguons les réseaux de micro-blogging, conçus spécifiquement pour la publication de messages très courts, qui peuvent être vus et commentés soit publiquement, soit au sein d'un groupe restreint de personnes sélectionnées dans les paramètres de confidentialité d'un message par l'utilisateur. Le micro-blogging comprend également l'ajout des fichiers audio et vidéo, mais pas la création d'albums photo ni la communication au travers d'une messagerie privée. Le service de micro-blogging le plus populaire aujourd'hui est Twitter, qui permet d'envoyer et de recevoir publiquement des messages de 40 caractères maximum. D'ailleurs sur Twitter il n'y a pas de page des renseignements personnels remplis comme dans le premier type de réseaux. C'est pourquoi

le micro-blogging est d'habitude considéré comme un type intermédiaire entre un blog et un réseau social. Nous allons y revenir en détail dans la partie sur les réseaux les plus populaires en France et en Russie.

Nous avons essayé d'identifier ici les quatre grands types de réseaux sociaux existants, mais il faut tenir compte du fait qu'il y a aussi un grand nombre de réseaux en ligne créés spécialement pour des objectifs très précis tels que la communication, par exemple, entre les gens qui aiment le jardinage, c'est à dire les réseaux sociaux conformes aux passe-temps préférés ou aux études faites etc., mais en se basant sur notre approche comparative, en fin de compte le plus probable c'est qu'ils peuvent être attribués au premier type selon leur structure interne, bien qu'ils soient populaires pour un cercle restreint de personnes.

2.1 Les réseaux les plus populaires dans le monde utilisés à des fins politiques : leurs caractéristiques principales

Grâce à ce privilège de communiquer en ligne, le grand nombre d'adhérents aux réseaux sociaux continue de croître dans le monde entier. Dans ce sous-chapitre nous allons tenter de lister et d'analyser les réseaux les plus populaires dans le monde en 2013. Pour percevoir la grande rapidité de la montée en puissance des réseaux sociaux sur Internet, il suffit de se rappeler l'exemple suivant : en octobre 2011 l'utilisation des réseaux sociaux est devenue le passe-temps le plus populaire de l'audience d'Internet. «Sur toutes les 5 minutes passées sur Internet, au moins une l'a été sur un réseau social. Alors qu'en mars 2007 les réseaux sociaux ne prenaient que 6 % du temps mensuel des utilisateurs».[183]

Selon la côte de popularité des plus grands réseaux sociaux publiée par l'agence eMarketer en 2013 et établie sur la base d'études de la société GlobalWebIndex les trois premiers réseaux sociaux les plus populaires dans le monde sont Facebook (51 %), Google+ (26 %) et Twitter (22 %).[184]

L'étude Stream Social : Quarterly Social Platforms Update a été consacrée à des activités sociales des utilisateurs d'Internet et montre que Facebook reste depuis sa création le numéro un des réseaux sociaux : il accumule 51% de l'audience Internet totale et notamment 1,6 milliard d'utilisateurs actifs dans le monde (plus de la moitié des utilisateurs de Facebook se connectent à leurs profils au moins une fois par mois).

[183] Les réseaux sociaux en 2011 : l'étude de ComScore // Cossa.ru. URL : http://www.cossa.ru/articles/149/11382/

[184] Aucun jour sans une ligne // Expert.online.URL : http://expert.ru/2013/05/22/ni-dnya/

«Facebook est le plus grand réseau social du monde, créé en 2004 aux Etats-Unis par Mark Zuckerberg, le plus jeune milliardaire au monde, et géré par Facebook Inc. La société compte 2000 personnes dont 1400 travaillent dans le bureau de Palo Alto en Californie».[185]

Les utilisateurs du réseau peuvent créer leurs propres comptes, envoyer des messages à des amis, télécharger et afficher des photos et des vidéos, organiser des groupes autour de liens et intérêts communs etc. «Facebook présente aussi de nombreux services pour les entreprises qui désirent interagir avec leur public, augmentant ainsi le niveau et la fréquence des échanges entre les individus et les marques».[186]

Le mot «facebook» est emprunté au titre des livres spéciaux, qui sont distribués à des étudiants par l'administration des universités américaines au début de l'année universitaire, ils contiennent des informations sur les étudiants afin de leur permettre de mieux se connaître les uns les autres.

Le trafic de Facebook aux Etats-Unis est déjà en avance sur celui du plus grand moteur de recherche dans le monde «Google».

Second au classement des réseaux sociaux les plus populaires : Google+ avec «359 millions de comptes actifs par mois sur ce réseau»[187] selon l'étude de GlobalWebIndex. «Ces chiffres s'expliquent surtout par le fait que le nombre de partage d'articles sur les blogs de Google est plus important que ceux de Facebook».[188]

Ce jeune réseau social de la société «Google» est apparu en 2011 et rapidement monté en puissance. «En annonçant la création de ce réseau la société Google a déclaré que des principes fondamentaux d'une activité de service sont les suivants : les utilisateurs, le caractère privé et la communication vivante». Les informations que les membres du réseau partagent, influent sur des résultats personnalisés de la recherche Google. Ce réseau est directement lié à la boîte électronique gmail.com.

Au cœur du travail de « Google+ » il y a le concept de cercles grâce auxquels une personne règle sa communication. L'utilisateur peut créer un nombre illimité de cercles y incluant ses connaissances. C'est sur la base de ces cercles que l'utilisateur partage un contenu, déterminant quel cercle aura accès à l'information et lequel ne l'aura pas. L'échange du contenu se passe dans un fil d'actualités spécial où il est possible de vérifier les mises à jour des membres des cercles qui publient des messages, des photos, des liens et des vidéos. La quantité de photos

[185]Demianov D. Les plus grands réseaux sociaux sur Internet// Samogo.Net. URL : http://samogo.net/ articles. php?id=152
[186] Les réseaux sociaux//Vortex solution Inc. URL : http://www.vortexsolution.com/reseaux-sociaux.html
[187] Tous les chiffres et statistiques que vous devez savoir sur les 10 plus grands réseaux sociaux du monde//Daily geek show. URL: http://dailygeekshow.com/2013/09/03/tous-les-chiffres-et-statistiques-que-vous-devez-savoir-sur-les-10-plus-grands-reseaux-sociaux-du-monde/
[188] Tous les chiffres et statistiques que vous devez savoir sur les 10 plus grands réseaux sociaux du monde//Daily geek show. URL: http://dailygeekshow.com/2013/09/03/tous-les-chiffres-et-statistiques-que-vous-devez-savoir-sur-les-10-plus-grands-reseaux-sociaux-du-monde/

et vidéos ne se limite pas, seule la taille des images qui est limitée (la résolution maximale - 2048x2048) et la durée de la vidéo (15 minutes avec une résolution de 1080p). Pour soutenir le standard de communication textuel et médiatique, Google a introduit la possibilité des rencontres vidéo, dans lesquelles l'utilisateur peut personnaliser le chat avec une limite de 10 personnes.

En août 2011 la société «Google» a ajouté à son réseau social une section «jeux». Dès ce moment les utilisateurs peuvent jouer aux jeux flash, comme sur «Facebook». Nous pouvons dire que, grâce à la mise en place des jeux les créateurs des réseaux cherchent à attirer le plus grand nombre possible d'utilisateurs de tous les âges et essayer de garder ces personnes en ligne plus longtemps que d'habitude, offrant une large gamme d'applications sur une préférence.

«Twitter» (de l'anglais «gazouiller») est le troisième plus grand réseau social dans le monde, créé le 21 mars 2006 aux États-Unis par Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone et Noah Glass, et lancé en juillet de la même année. Ce site compte actuellement 500 millions d'utilisateurs. 75000000 tweets sont postés chaque jour même si 40% des comptes créés n'ont jamais tweeté.[189] Donc «il y a actuellement plus de 288 millions de comptes actifs sur Twitter».[190]

L'idée principale du service est le micro-blogging. Les utilisateurs peuvent créer des messages courts (jusqu'à 140 caractères) qui sont appelés «tweets» («gazouillis»), qui apparaissent sur le profil de l'utilisateur et peuvent être lus par ses «followers» (suiveurs). «Twitter permet de rejoindre rapidement son public par le biais de publications, de nouvelles et de liens. Les utilisateurs de Twitter peuvent suivre les activités des entreprises, des marques comme des individus selon leurs goûts et leurs intérêts grâce à une interface simple et facile d'utilisation».[191] Le service est commode pour une utilisation mobile, il est parfois appelé «sms service Internet». «Les créateurs de «Twitter» insistent sur le fait qu'il n'est pas social, mais plutôt se considère comme un réseau d'information».[192]

40 personnes travaillent dans la compagnie desservant le service qui est géré par l'entreprise Twitter Inc.

Selon de nombreuses études, comme celles de la compagnie GlobalWebIndex, Youtube occupe la troisième place, mais puisque ce n'est pas un réseau social à part entière, nous le mettons juste derrière des géants du monde social. YouTube est un service

[189] Internet : combien d'utilisateurs Facebook, Twitter, Youtube et LinkedIn...?// Cnet France. URL : http://forums.cnetfrance.fr/topic/1204392-internet--combien-d-utilisateurs-facebook-twitter-youtube-linkedin/

[190] Tous les chiffres et statistiques que vous devez savoir sur les 10 plus grands réseaux sociaux du monde//Daily geek show. URL: http://dailygeekshow.com/2013/09/03/tous-les-chiffres-et-statistiques-que-vous-devez-savoir-sur-les-10-plus-grands-reseaux-sociaux-du-monde/

[191] Les réseaux sociaux// Vortex Solution Inc. URL:http://www.vortexsolution.com/reseaux-sociaux.html

[192] Demianov D. Les plus grands réseaux sociaux sur Internet// Samogo.Net. URL : http://samogo.net/ articles. php?id=152

d'hébergement de vidéos avec «1 milliard de visiteurs uniques par mois».[193] Donc après Google, YouTube est devenu le second moteur de recherche préféré des internautes partout dans le monde. Les utilisateurs peuvent y ajouter, regarder, commenter et partager avec des amis telles ou telles vidéos. Le site contient à la fois des films et clips tournés par des professionnels et des vidéos d'amateur, y compris des blogs vidéo.

«YouTube est considéré comme un réseau social puisque l'on peut interagir avec les autres utilisateurs en leur suggérant des vidéos, en commentant les publications, etc. De plus, différentes fonctionnalités intéressantes sont offertes par le service YouTube, telle que la possibilité de créer une chaîne personnalisée à l'image d'une entreprise, d'une marque ou d'une personnalité quelconque. Les nombreux avantages de la plateforme permettent une interaction visuelle avec son public présentée dans un contexte (visuel et informations) actualisé et contrôlé».[194]

Le site Youtube a été fondé en 2005 à San Bruno en Californie par trois anciens employés de la société PayPal. En 2006, il a été racheté par Google pour 1,65 milliard de dollars.

Ensuite, Instagram : le réseau social qui a commencé à gagner vite en popularité avec plus de 100 millions d'utilisateurs actifs en avril 2012 après avoir été désigné «Application de l'année » en 2011.[195] Il s'agit d'une application gratuite de partage de photos et de petites vidéos disponible sur plate-formes mobiles de type iOS, Android et Windows Phone, permettant aux utilisateurs de prendre des photos et des vidéos numériques, y appliquer des filtres visuels et de les distribuer à leur réseau d'abonnés par le biais de son service et sur un certain nombre d'autres réseaux sociaux y compris Facebook, Twitter et Flickr.[196] Instagram permet aux utilisateurs «d'aimer» et de commenter les images apparaissant dans leur fil d'actualité. Cette application produit des photos de format carré comme les appareils photographiques instantanés Polaroid ou Kodak Instamatic et les appareils photo de moyen format 6 × 6 (la plupart des applications photo portables utilisent un ratio d'aspect 3:2).

Selon une étude parue en décembre 2013, par SumAll « Instagram est reconnu pour être le réseau social le plus efficace pour les compagnies cherchant à accroître leurs abonnements, à fidéliser leur clientèle et à augmenter leurs ventes ».[197]

---

[193] Tous les chiffres et statistiques que vous devez savoir sur les 10 plus grands réseaux sociaux du monde//Daily geek show. URL: http://dailygeekshow.com/2013/09/03/tous-les-chiffres-et-statistiques-que-vous-devez-savoir-sur-les-10-plus-grands-reseaux-sociaux-du-monde/

[194] Les réseaux sociaux// Vortex Solution Inc. URL:http://www.vortexsolution.com/reseaux-sociaux.html

[195] Hayley Tsukayama. Apple names Instagram top app of the year (de l'ang. « Apple nomme Instagram la meilleure application de l'année »)//The Washington Post. URL: http://www.washingtonpost.com/business/technology/apple-names-instagram-top-app-of-the-year/2011/12/09/gIQAg1VuhO_story.html

[196] Frommer Dan. Here is how to use Instagram (de l'ang. « Ici comment on utilize Instagram »)// Business Insider. URL : http://www.businessinsider.com/instagram-2010-11

[197] Harmant Olivier. Instagram : meilleur réseau social pour générer des ventes selon une étude// Frenchwb.fr. URL : http://frenchweb.fr/instagram-meilleur-reseau-social-pour-generer-des-ventes-selon-une-etude/135102

Créé par Kevin Systrom et Michel Mik Krieger et lancé dans le magasin d'applications Apple en octobre 2010, en avril 2012 Instagram a été racheté par Facebook. Le prix d'achat était de 300 millions de dollars en espèces et 23 millions d'actions de la société.

L'autre service connu de stockage et de partage de photos en ligne qui offre également les mêmes fonctionnalités pour le partage de vidéos numériques aux professionnels ainsi qu'aux amateurs c'est Flickr («feuilleter» de l'anglais «to flick through»).«Cette plateforme est gratuite, mais comporte quelques fonctionnalités payantes, surtout en ce qui concerne les limites de stockage, la création d'album et des statistiques».[198]Cependant c'est l'un des sites les plus populaires parmi les blogueurs pour télécharger des photos. En août 2011, le site a franchi la barre des 6 milliards de photos hébergées.[199] De surcroît, selon les données du mois d'août 2011, 51 millions de personnes se sont enregistrés sur le service, et la fréquentation totale a atteint 80 millions d'utilisateurs uniques.[200]

En réalité, aucun usage de Flickr n'est majoritaire. «62% des gens n'ont aucune photo, 65% n'ont aucun contact, 87% n'ont jamais posté de commentaire, 84% n'en ont jamais reçu, 93% n'ont choisi aucun « favori ». 92% ne participent à aucun groupe. Au final, seuls 3% des utilisateurs utilisent toutes les fonctionnalités de Flickr».[201]

Flickr a été développé par Ludicorp, une société canadienne de Vancouver fondée en 2002 par Stewart Butterfield et Caterina Fake. Flickr a été acquis en mars 2005 par Yahoo.

Sur la base du nombre d'utilisateurs, le réseau social russe VKontakte tombe à la huitième place des réseaux les plus populaires dans le monde. Or, ce réseau occupe incontestablement la première place d'Internet russophone avec plus de 228 millions d'utilisateurs[202] tandis que 60 millions de visiteurs entrent sur leurs profils chaque jour.[203] D'après Alexa Internet, c'est également le site le plus visité en Biélorussie, le troisième en Ukraine, le cinquième au Kazakhstan et le 24-ème dans le monde.[204]

Vkontakte.ru a été lancé le 10 octobre 2006 par Pavel Dourov. Cette ressource s'est initialement positionnée comme un réseau social des étudiants et des diplômés des universités russes[205]contrairement au deuxième réseau social le plus populaire en Russie

[198] Les réseaux sociaux// Vortex Solution Inc. URL:http://www.vortexsolution.com/reseaux-sociaux.html
[199] Le blog de Flickr. URL : http://blog.flickr.net/en/2011/08/04/6000000000/
[200] Flickr// Yahoo! Advertising solutions. URL: http://www.webcitation.org/684kCHsNA
[201] Suply Laurent. Les étonnant chiffres de Flickr// Le Figaro. URL: http://blog.lefigaro.fr/hightech/2008/02/les-etonnants-chiffres-de-flic.html
[202] Fedorov Pavel. VKontakte devance Instagram en nombre d'utilisateurs enregistrés// Zukerberg appellera. URL: http://www.siliconrus.com/2014/01/vkontakte-operezhaet-instagram-po-chislu-zaregistrirovannyih-polzovateley/
[203] Blagoveshensky Anton. Plus de 60 millions d'utilisateurs ont visité VKontakte pendant 24 heures // RG.RU. URL : http://www.rg.ru/2014/01/21/vk-60million-site.html
[204] How popular is VK.com?//Alexa. URL: http://www.alexa.com/siteinfo/vk.com
[205] Les actualités du site Vkontakte.ru//Vkontakte.ru. URL : https://vk.com/blog?nid=54

«Odnoklassniki.ru», qui a longtemps été en tête selon la taille et l'âge de l'auditoire, plus tard s'est dit «une façon moderne, rapide et esthétique pour communiquer sur le réseau».[206]

De nombreux spécialistes des technologies de l'information estiment que VKontakte est un clone de «Facebook». Cette analyse porte sur la conception, l'interface et la fonctionnalité du réseau social. Néanmoins, VKontakte est muni d'une série d'options, dont l'idée est tirée des ressources d'Internet les plus populaires dans le monde comme YouTube, Pandora, MySpace. En outre, sur Vkontakte.ru ainsi que sur Facebook il y a de nombreuses applications sous la forme de jeux en ligne. Ce réseau social est accessible dans plus de 50 langues différentes.

Il nous reste à mentionner pour conclure cette partie Dailymotion. Ce service d'hébergement, de partage et de visionnage de vidéo en ligne très connu en France. «En octobre 2012, il s'agit du 29-ème site le plus fréquenté au monde avec 116 millions de visiteurs uniques par mois et 2 milliards de vidéos vues par mois».[207]Ce service a été créé en mars 2005 par Benjamin Bejbaum et Olivier Poitrey.

«Utilisant, comme YouTube (jusqu'au 30 mai 2007), la technologie Flash pour diffuser son contenu, il s'en distingue cependant par l'utilisation d'un moteur d'encodage développé en interne et par l'hébergement en interne des contenus proposés. Ce contrôle technologique vient du fait que ses créateurs ont travaillé auparavant chez un hébergeur».[208] Dailymotion conserve l'aspect stéréophonique de la bande-son des vidéos. Le site emploie 17 personnes et est disponible en 6 langues.

Il s'agit d'un service complémentaire à d'autres grands réseaux sociaux, il est facile de poster des liens vers des vidéos sur ce service via Facebook ou Twitter. La manière d'utiliser ces sites auxiliaires d'hébergement de vidéo ou de photo va être examinée dans un autre sous-chapitre.

.

2.1.1 Le pourcentage d'utilisateurs en France et en Russie des plus grands réseaux sociaux dans le monde

Aujourd'hui l'accès à des réseaux sociaux n'est pas limité aux ordinateurs portables, nous pouvons rester connectés à notre profil le jour comme la nuit, faisant un signe en ligne grâce aux applications de ces réseaux sur nos appareils mobiles ou tablettes. Dans ce sous-chapitre, nous allons essayer de montrer avec des chiffres réels quel pourcentage de russes et

[206] About VK//Vkontakte.ru. URL : https://vk.com/about
[207] Les réseaux sociaux en 2011 : l'étude de ComScore // Cossa.ru. URL : http://www.cossa.ru/articles/149/11382/
[208] Dumons Olivier. Dailymotion, le Youtube à la française // LeMonde.fr. URL : http://www.lemonde.fr/technologies/article/2006/10/10/dailymotion-le-youtube-a-la-francaise_822036_651865.html

de français est abonné sur les réseaux sociaux examinés ci-dessus, combien de fois ils consultent vraiment leurs profils et quelles sont les principales catégories d'utilisateurs.

On va commencer par le plus grand réseau social. En effet, Facebook compte désormais 30 millions d'utilisateurs actifs en France sur les 1,6 milliards qu'il compte dans le monde. «Sur ces 30 millions, 24 sont actifs sur leurs comptes via leurs smartphones».[209] «Ce sont des chiffres impressionnants quand on sait qu'en octobre 2008, le site américain n'attirait que 4 millions d'utilisateurs français».[210]

«51% des membres français sont des femmes. En moyenne, chaque utilisateur a 177 amis. Chaque mois, selon l'institut Nielsen, les membres français partagent 1,3 milliard de "J'aime", 806 millions de commentaires, 734 millions de messages, et uploadent 187 millions de photos et 1 million de vidéos».[211] «83% des 15-24 ans possèdent un compte, contre 62% chez les 25-34 ans, 31% chez les 35-49 ans, 16% chez les 50-64 ans et 4% chez les 65 ans et plus».[212]

«Chaque membre français du réseau passe ainsi en moyenne chaque mois 5 heures 18 sur le site contre 1 heure 52 sur MSN, 1 heure 36 sur Google et 1 heure 17 sur Yahoo».[213]

En ce qui concerne la Russie aujourd'hui, Facebook compte 25000400 d'utilisateurs russes.[214] «Sur ces 25 millions, 6,8 sont actif sur leurs comptes via leurs smartphones».[215] «La plupart des utilisateurs sont âgés de 25-34 ans – 35%, suivie par le groupe d'âge 35-44 ans. 46% des utilisateurs sont de sexe masculin, 54% des utilisateurs sont des femmes».[216] En moyenne un russe fait 111 posts[217] par mois sur Facebook.

On passe à Twitter, le deuxième réseau populaire dans le monde. «Entre les mois de novembre 2011 et novembre 2012, l'audience française de Twitter a augmenté de 53%, portant le nombre d'utilisateurs à 5,5 millions. La France est le septième pays du monde le plus présent

---

[209] Chiffres Facebook – 2015 // Blog du modérateur. URL : http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-facebook/

[210] Facebook : combien y-a-t-il d'utilisateurs en France // Meltybuzz. URL: http://www.meltybuzz.fr/facebook-combien-y-a-t-il-d-utilisateurs-en-france-a208731.html

[211] Fredouelle Aude. Les utilisateurs de Facebook en France // Journaldunet. URL : http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/utilisateurs-francais-facebook.shtml

[212] Facebook et les jeunes en France // L'observatoire de la jeunesse et des politiques de jeunesse. URL : http://www.injep.fr/Facebook-et-les-jeunes-en-France

[213] Facebook en France : 26 millions d'utilisateurs actifs, plus de 5 heures par mois // Zdnet.fr. URL : http://www.zdnet.fr/actualites/facebook-en-france-26-millions-d-utilisateurs-actifs-plus-de-5-heures-par-mois-39774160.htm

[214] Evelina Makarova. Top 7 Russian Social Media Networks // Rival IQ. URL : https://www.rivaliq.com/blog/russian-social-media-networks/

[215] L'auditoire russe des réseaux sociaux passes sur leurs téléphones mobiles// Cossa. URL : http://www.cossa.ru/news/ 244/108653/

[216] Top Social Networks in Russia: latest numbers and trends // Russian Search Tips. URL : http://www.russiansearchtips.com/ 2015/01/top-social-networks-russia-latest-numbers-trends/

[217] Les utilisateurs russes sont classés septièmes au monde en termes d'activité sur Facebook // ToWave. URL: http://www.towave.ru/news/rossiiskie-polzovateli-zanimayut-sedmoe-mesto-v-mire-po-aktivnosti-v-facebook.html

sur Twitter. Le nombre d'utilisateurs âgés de 55 ans ou plus a doublé en un an et est la tranche d'âge la plus représentée sur le réseau social, avec 1,3 million de membres en novembre 2012. Suivent les jeunes de 15 à 24 ans qui sont 1,2 million à Twitter, 62% de plus qu'en 2011».[218]Cependant «près de 80% des utilisateurs français de Twitter sont des hommes de moins de 34 ans»[219] et 19% des utilisateurs[220] sont des cadres supérieurs.

«Les utilisateurs de Twitter seraient connectés plus de 10 heures par semaine à Internet pour 74,3 % d'entre eux».[221] «Les accros à Twitter semblent plus sensibles à l'actualité et au suivi d'informations en direct : 94,7 % des twittos se rendent sur Internet pour cherche des informations liées à l'actualité, voire pour suivre un événement en direct (56,7 %)».[222]

On va noter par ailleurs que «81,2% des utilisateurs de Twitter se connectent à Internet via leur téléphone mobile, contre 54,7 % des visiteurs de Facebook».[223]

La Russie est sur la 20e place dans le monde selon le nombre d'utilisateurs de Twitter, et le septième sur leur niveau d'activité, selon un rapport publié par une société de recherche français Semiocast.[224]

Selon les analystes en Russie il y a environ 12 millions d'utilisateurs[225] de Twitter. Les russes ne sont pas des utilisateurs de Twitter aussi actifs que le reste du monde. Semiocast a indiqué que seulement 27% des Russes se sont connectés et ont écrit au moins un tweet au cours de la période du 1er Septembre 2011 au 30 Novembre 2011[226]. Ce pourcentage, aussi bas que cela puisse paraître est en effet le même que, par exemple, au Royaume-Uni. Cependant des utilisateurs russes passent sur Twitter 4 minutes quotidiennement.[227]

Si on parle des statistiques un peu plus précises, 66% des utilisateurs russes sur Twitter sont des hommes, tandis que 34% sont des femmes respectivement.[228] La plus grande partie des

---

[218] Nombre et profil des utilisateurs de Twitter en France // Journaldunet. URL : http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/utilisateurs-twitter-france.shtml

[219]Sedouramane Hugo. Qui sont les utilisateurs de Twitter // Journaldunet. URL : http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/profil-utilisateurs-twitter/

[220] Statistiques sur Facebook, Twitter et Google+// Web Alliance. URL : http://referencement.web-alliance.fr/blog/statistiques-facebook-twitter-google-plus/

[221] Sedouramane Hugo. Qui sont les utilisateurs de Twitter // Journaldunet. URL : http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/profil-utilisateurs-twitter/

[222] Sedouramane Hugo.Qui sont les utilisateurs de Twitter // Journaldunet. URL : http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/profil-utilisateurs-twitter/

[223] Sedouramane Hugo.Qui sont les utilisateurs de Twitter // Journaldunet. URL : http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/profil-utilisateurs-twitter/

[224] La Russie s'est trouvée à la 20-ème place dans le monde selon le nombre de ses utilisateurs // RIA.ru. URL : http://ria.ru/technology/20120131/553452308.html

[225] Evelina Makarova. Top 7 Russian Social Media Networks // Rival IQ. URL : https://www.rivaliq.com/blog/russian-social-media-networks/

[226] Oshkalo Anna. Twitter has five million Russian users, Google+ has 1.4 // Russian Search Tips. URL: http://www.russiansearchtips.com/2012/02/twitter-has-5-million-russian-users-google-has-14/

[227] Zdanovskaya Marta. L'étude de l'auditoire russe des réseaux sociaux // CMS magazine. URL: http://research.cmsmagazine.ru/audience-research-russian-social-networks/

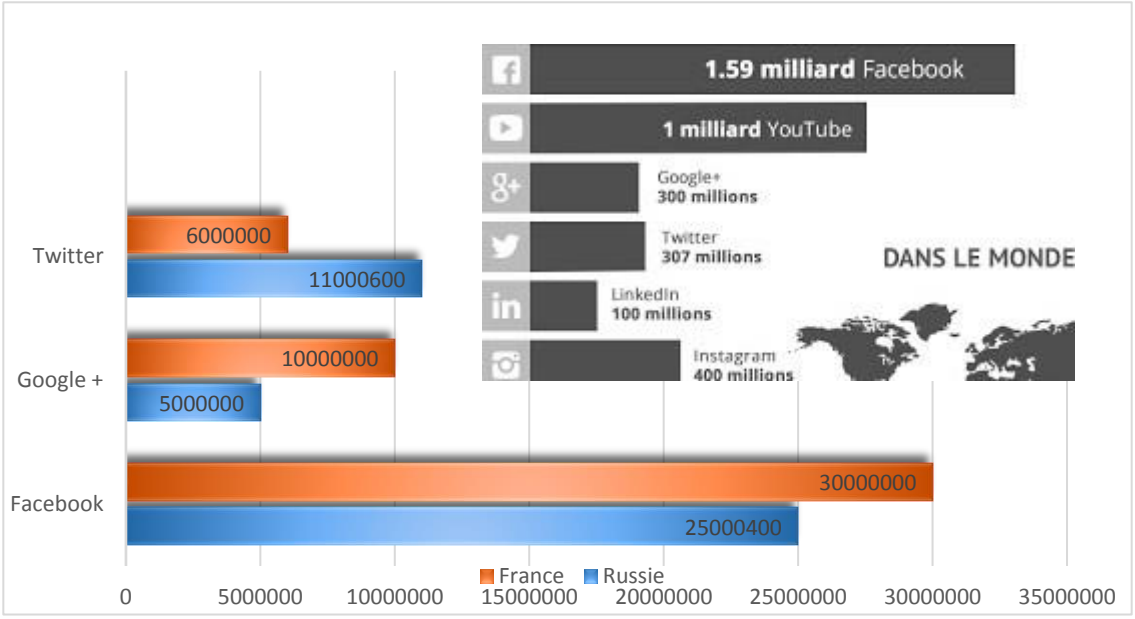
[228]Zdanovskaya Marta. L'étude de l'auditoire russe des réseaux sociaux // CMS magazine. URL : http://research.cmsmagazine.ru/audience-research-russian-social-networks/

utilisateurs est représentée par le groupe d'âge de 25 à 34 ans - 38%, suivie par celui de 35 à 44 - 21%, de 18 à 24 - 17% et enfin de 12 à 17 – 15% et de 45 à 54 - 8%.[229]

Si on parle des statistiques un peu plus précises, 66% des utilisateurs russes sur Twitter sont des hommes, tandis que 34% sont des femmes respectivement.[230] La plus grande partie des utilisateurs est représentée par le groupe d'âge de 25 à 34 ans - 38%, suivie par celui de 35 à 44 - 21%, de 18 à 24 - 17% et enfin de 12 à 17 – 15% et de 45 à 54 - 8%.[231]

La société «Yandex» a mené une étude de l'audience qui se communique avec l'alphabet cyrillique sur le service populaire du micro-blogging Twitter. Le rapport conclut que «chaque jour sur Twitter environ 370.000 tweets apparaissent en russe».[232] «8 % d'entre eux sont retweets c'est-à-dire les notes des autres utilisateurs copiés dans un blog. Un autre tiers est constitué par les réponses à d'autres tweets. Actuellement seulement 64000 personnes écrivent chaque jour sur Twitter ce qui compose que 6,4 pour cent de tous les utilisateurs enregistrés».[233] Les autres préfèrent rester des lecteurs passifs.

Graphique 2.3 Le nombre d'utilisateurs actifs de trois plus grands réseaux sociaux en février 2016[234]



[229] Zdanovskaya Marta. L'étude de l'auditoire russe des réseaux sociaux // CMS magazine. URL: http://research.cmsmagazine.ru/audience-research-russian-social-networks/

[230] Zdanovskaya Marta. L'étude de l'auditoire russe des réseaux sociaux // CMS magazine. URL: http://research.cmsmagazine.ru/audience-research-russian-social-networks/

[231] Zdanovskaya Marta. L'étude de l'auditoire russe des réseaux sociaux // CMS magazine. URL: http://research.cmsmagazine.ru/audience-research-russian-social-networks/

[232] La Russie s'est trouvée à la 20-ème place dans le monde sur le nombre d'utilisateurs de Twitter // RIA.ru. URL : http://ria.ru/technology/20120131/553452308.html

[233] La Russie s'est trouvée à la 20-ème place dans le monde sur le nombre d'utilisateurs de Twitter // RIA.ru. URL : http://ria.ru/technology/20120131/553452308.html

[234] Evelina Makarova. Top 7 Russian Social Media Networks // Rival IQ. URL : https://www.rivaliq.com/blog/russian-social-media-networks/

Le nombre d'utilisateurs actifs Google+ est égal à celui de Twitter : 5.5 millions soit 11% des internautes.[235]Cependant «un membre y passe en moyenne seulement 7 minutes par mois».[236]Entretemps la ressource PlusDemographics.com indique que le nombre d'utilisateurs russes de Google+ est proche de 1,4 millions. La majorité des personnes qui utilisent Google+ en Russie sont des hommes (75%) ; plus de 80% de la base d'utilisateurs sont âgés de 18-34 ans.[237]

En France le nombre d'utilisateurs actifs sur Youtube : 25 milions de visiteurs uniques[238]ce qui compose plus de 60% des internautes français, «pour 55 minutes et 4 secondes de consommation mensuelle, 2.6 milliards de vidéos visionnées».[239]

En France, la guerre entre YouTube et Dailymotion fait rage, et comme dans les autres pays du globe, le nombre de vidéos vues par internaute croît à grande vitesse. Par conséquent en octobre 2012 sur Dailymotion il y a eu «10.13 millions de visiteurs uniques selon médiamétrie, près de 25% des internautes français et 166 millions de vidéos visionnées».[240]

Le nombre d'utilisateurs actifs par mois sur YouTube «en Russie a dépassé 51 millions à partir de juillet 2012, ce chiffre a augmenté de 76%»[241], tandis que les utilisateurs y passent en moyenne 10 minutes.[242] Au total les utilisateurs russes de Youtube c'est 54% d'hommes contre 46% de femmes.[243] «La plus grande partie des utilisateurs est représentée par le groupe d'âge de 25 à 34 ans - 39%, suivie par celui de 35 à 44 - 20%, de 18 à 24 - 17% et enfin de 12 à 17 – 16% et de 45 à 54 - 8%».[244]

Chiffres des utilisateurs des réseaux sociaux en France et dans le monde en 2016 // AgenceDigitale. URL : http://www.tiz.fr/utilisateurs-reseaux-sociaux-france-monde/

[235] Les chiffres clés de tous les grands réseaux sociaux en France // canal-web.fr.URL : http://blog.canal-web.fr/geoffray/presse/facebook-twitter-chiffres-cles-reseaux-sociaux-france/

[236] Statistiques sur Facebook, Twitter et Google+ // Web Alliance.URL : http://www.web-alliance.fr/reseaux-sociaux/statistiques-facebook-twitter-google-plus/

[237] Oshkalo Anna. Twitter has five million Russian users, Google+ has 1.4 // Russian Search Tips. URL: http://www.russiansearchtips.com/2012/02/twitter-has-5-million-russian-users-google-has-14/

[238] Les chiffres clés de tous les grands réseaux sociaux en France//canal-web.fr. URL : http://blog.canal-web.fr/geoffray/presse/facebook-twitter-chiffres-cles-reseaux-sociaux-france/

[239] Etat des lieux des médias sociaux en France et dans le monde, en 2012 // Club Innovation&Culture France. URL: http://www.club-innovation-culture.fr/etat-des-lieux-des-medias-sociaux-en-france-et-dans-le-monde-en-2012/

[240] Etat des lieux des médias sociaux en France et dans le monde, en 2012 // Club Innovation&Culture France. URL: http://www.club-innovation-culture.fr/etat-des-lieux-des-medias-sociaux-en-france-et-dans-le-monde-en-2012/

[241] Mihnevitch Dmitry. Plus de 50 millions d'utilisateurs russes regardent Youtube mensuellement // Yablyk.com. URL : http://yablyk.com/rossijskaya-auditoriya-youtube-sostavila-51-mln-polzovatelej/

[242] Etat des lieux des médias sociaux en France et dans le monde, en 2012 // Club Innovation&Culture France. URL : http://www.club-innovation-culture.fr/etat-des-lieux-des-medias-sociaux-en-france-et-dans-le-monde-en-2012/

[243] Etat des lieux des médias sociaux en France et dans le monde, en 2012 // Club Innovation&Culture France.URL : http://www.club-innovation-culture.fr/etat-des-lieux-des-medias-sociaux-en-france-et-dans-le-monde-en-2012/

[244] Etat des lieux des médias sociaux en France et dans le monde, en 2012 // Club Innovation&Culture France.URL : http://www.club-innovation-culture.fr/etat-des-lieux-des-medias-sociaux-en-france-et-dans-le-monde-en-2012/

En passant à un réseau d'hébergement de photo Instagram, premièrement on va dire que le nombre d'utilisateurs français atteint 1.8 millions. L'étude de l'agence de communication digitale Kindai révèle qu'«un utilisateur suit en moyenne 134 personnes, parmi lesquels 89% sont des amis contre 47% pour les « power users » (les influenceurs du réseau), 46% pour les marques et 22% pour les people ou les personnalités publiques».[245]

«Kindai a révélé que 76% des utilisateurs se connectent à l'application au moins une fois par jour et 85% publient au minimum deux photos par semaine, ce qui confirme un taux d'utilisateurs actifs très élevé».[246]

Jusqu'ici la société Instagram n'a pas encore révélé les chiffres sur ses utilisateurs russes. On peut juste mentionner que certaines sources russes annoncent que 56% d'internautes russes de 12 à 25 ans[247] utilisent ce service quotidiennement.

En concluant notre examen des chiffres des abonnés aux réseaux sociaux en France et en Russie il ne faut pas oublier que sur le marché russe numérique tous les plus grands réseaux sociaux sont loin derrière VKontakte selon le nombre des utilisateurs russes qui y ont des profils. La fréquentation quotidienne d'un réseau social VKontakte en décembre 2013 a atteint 56 millions de visiteurs[248] uniques par jour.

La sex-ratio sur ce réseau est presque le même : 51% des hommes et 49% des femmes. «La plus grande partie des utilisateurs est représentée par le groupe d'âge de 25 à 34 ans - 31%, suivie par celui de 35 à 44 - 21%, de 18 à 24 – 23, de 12 à 17 – 11% et de 45 à 54 - 15%».[249] En moyenne les utilisateurs passent sur ce réseau social 35 minutes[250] chaque jour.

Ainsi la Russie est devenue le pays le plus dépendant de la communication sur les réseaux sociaux. Un russe sur trois vient regarder son profil sur les réseaux y passant en moyenne 9,8 heures par mois[251], mais par contre un internaute français est inscrit en moyenne à 3.5 réseaux sociaux[252] simultanément.

---

[245] Triollet Pierre-Anthony. Etude : Qui sont les utilisateurs Instagram en France ? // focuSur. URL : http://www.focusur.fr/societe/tech/2014/03/06/etude-kindai-utilisateurs-influenceurs-instagram

[246] Instagram en France : 58% des utilisateurs ont déjà eu envie d'acheter un produit // Kriisiis.fr. URL : http://www.kriisiis.fr/58-utilisateurs-francais-produit-grace-instagram/

[247] Le chiffre de la semaine : 34% des citoyens russes utilisent Internet mobile // theRunet. URL : http://www.therunet.com/news/2112-tsifra-nedeli-34-rossiyan-polzuyutsya-mobilnym-internetom

[248] Le nombre d'utilisateurs a atteint 56 millions de personnes // l'agence de l'information de Pskov. URL : http://informpskov.ru/news/132064.html

[249] Zdanovskaya Marta. L'étude de l'auditoire russe des réseaux sociaux // CMS magazine. URL: http://research.cmsmagazine.ru/audience-research-russian-social-networks/

[250] Zdanovskaya Marta. L'étude de l'auditoire russe des réseaux sociaux // CMS magazine. URL: http://research.cmsmagazine.ru/audience-research-russian-social-networks/

[251] La dépendance à Internet en Russie bat tous les records // Finmarket. URL : http://www.finmarket.ru/main/article/3413944

[252] L'avis des internautes est primordial pour une entreprise // Blogkaralys. URL : http://www.blogkaralys.com/2013/02/avis-internautes-primordial-entreprise.html

2.1.1.1 Les manières d'utiliser de grands réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, VKontakte et Google+

Afin de mieux comprendre les sous-chapitres 2.1.2, 2.1.2.1, 2.1.2.2, comment il faut bien créer la page pour des politiciens ou des organisations et des mouvements de jeunesse et de quelle façon on peut faire croître le nombre d'abonnés et d'amis pour eux ainsi en augmentant leur popularité, nous avons besoin maintenant de voir comment appliquer l'interface et toutes les fonctions des réseaux sociaux principaux, qui sont en même temps les plates-formes politiques en ligne.

Tout d'abord, nous allons couvrir les bases du travail avec Facebook liées à des notions telles que «ajouter un ami», «s'abonner», «j'aime» et «rejoindre le groupe».

Sur Facebook il y a plusieurs choix de comptes : un profil, une page et un groupe. On va commencer par le profil de l'utilisateur. On peut l'ajouter comme un ami et «s'abonner» à lui. Ceci permet de sélectionner seulement l'une de ces options. On va comprendre pourquoi ensuite.

Les amis c'est une liste d'utilisateurs à qui on envoie une invitation d'être amis en cliquant sur le bouton «ajouter» sur leur page de profil. Néanmoins l'utilisateur doit confirmer votre demande. Il peut également refuser l'amitié ou se plaindre de votre demande. Il convient de noter que la plainte de telle sorte peut entraîner le blocage de votre compte. Il faut préciser que selon cette particularité Facebook ressemble complètement à son homologue russe VKontakte.

Jusqu'à ce que l'utilisateur confirme l'amitié avec vous, on ne peut pas voir son statut, ses photos, etc. dans le fil d'actualité. Par ailleurs, sur Facebook il y a une soi-disant limite d'amis. On peut ajouter jusqu'à 5000 amis. Il n'est donc pas toujours possible d'ajouter quelqu'un comme un ami. Par conséquent si on veut attirer un grand nombre d'utilisateurs, il vaut mieux créer une page ou un groupe sur Facebook. Des limites de clicks sur «j'aime» n'existent pas.

Le bouton lui-même «ajouter un ami» existe uniquement sur le profil de l'utilisateur. Un onglet «Amis» est présent sur chaque page de profil utilisateur impérativement. Il ne peut pas être déplacé ou supprimé.

Avec cela, on peut ajouter l'utilisateur comme un ami, mais en même temps se désinscrire de ses messages. Pour ce faire, on doit aller à la page du profil utilisateur, survoler le bouton «Amis» avec le curseur de la souris (il sera marqué d'une coche) et cliquer sur l'option «afficher dans le fil d'actualité» supprimant ainsi la case correspondante.

Il convient de noter, cependant, que les amis peuvent être triés en groupes. Cela peut être des groupes standards de «restreints» à «amis proches» ainsi qu'un groupe d'amis que vous avez créé. Ainsi, vous ne pouvez lire que des nouvelles du groupe correspondant d'amis.

Une autre chose intéressante qui ne fonctionne que pour les amis c'est «un clin d'œil» à son ami. C'est une sorte de «Salut à toi». L'utilisateur sera informé et pourra cligner de l'œil en réponse. Ceci en revanche sera une sorte de : «Salut, je suis content(e) de te voir».

Tous les clins d'œil vont apparaître sur la page correspondante jusqu'à ce que vous les supprimiez. Ensuite il vaut la peine de partager les deux concepts suivants : «abonnement» et «abonnés»

Les abonnements sont une liste des utilisateurs sur les statuts, les photos, etc. desquels vous vous êtes inscrit en cliquant sur le bouton «s'abonner» sur leur page de profil. Les abonnés sont une liste des utilisateurs qui ont souscrit à vos statuts et photos, etc. en cliquant sur «Inscription» dans votre profil.

Des listes d'«abonnements» et «abonnés» n'ont aucun rapport avec la liste des «amis». Pour s'abonner à un profil de l'utilisateur on n'a pas besoin de l'ajouter à vos amis et attendre la confirmation de l'amitié. En même temps, l'utilisateur doit activer la fonction d'abonnement lui-même, qui est désactivé par défaut.

Pour activer l'abonnement, on doit cliquer sur l'icône flèche vers le bas. Elle est située dans le coin supérieur droit de la barre du menu bleu. Dans le menu on doit sélectionner «paramètres du compte». Sur la nouvelle page ouverte, dans le menu gauche on doit sélectionner «abonnés ». Sur la page «paramètres d'abonnement» il faut cocher la case «activer les abonnements».

Par défaut les onglets «abonnements» et «abonnés» avec des photos des utilisateurs ou leur nombre sont absents. Pour ajouter des onglets «abonnements» et «abonnés» il faut ouvrir la liste des onglets et cliquer sur l'icône signe plus (+) dans un onglet vierge. Dans la liste ouverte on doit sélectionner l'option appropriée ce qui ajoute l'onglet aux favoris.

Les pages sur Facebook sont un excellent outil pour trouver de nouveaux utilisateurs et communiquer avec le public existant. La mise en place d'une page Facebook est un processus long et laborieux. Afin d'avoir une belle adresse pour la page il est nécessaire de recevoir 25 «j'aime» et pour avoir des statistiques disponibles 30 «j'aime». Contrairement à des profils d'utilisateurs, où il y a une limite sur le nombre d'amis, le nombre de signes «j'aime» n'est pas limité. Nous allons examiner plus en détail cette fonctionnalité.

Sur la page Facebook seul le bouton «J'aime» est disponible. Dans sa fonctionnalité il est très similaire à celui «ajouter un ami». La seule exception est que vous n'avez pas besoin

d'attendre une confirmation. Bien que l'administrateur de la page puisse supprimer votre commentaire.

Vous avez également la possibilité de contrôler les messages qui ont été publiés sur votre mur du profil. En d'autres termes, vous pouvez aller à la page, placer le curseur sur le bouton «j'aime» (il sera marqué avec une coche) et sélectionner dans le menu apparu «afficher dans le fil d'actualité».

Les groupes sur Facebook peuvent être attribués aux communautés fermées. Ils ne peuvent pas être indexés par les moteurs de recherche et consultés par les utilisateurs non enregistrés sur Facebook. La fonctionnalité des groupes est fortement réduite. Le principal avantage est la possibilité d'envoyer des notifications sur de nouveaux matériaux publiés sur le groupe. Cependant, vous pouvez contrôler la souscription via «notifications».

Afin de rejoindre un groupe sur Facebook on doit utiliser le bouton «rejoindre le groupe» et attendre l'approbation. Il convient de noter que tout dépend des réglages de groupe. Dans certains cas, l'ajout dans un groupe ne peut être effectuée que par l(es) administrateur(s) et parfois par les participants eux-mêmes.

Les réseaux sociaux différents ont une prédestination différente, ils ont tous leurs avantages et leurs points forts. Twitter peut être appelé le site «de l'interaction sociale en temps réel», un lieu d'échange d'informations à mesure que les événements se déroulent, et l'outil pour interagir avec d'autres personnes en temps réel, ce qui conduit souvent à un renforcement des relations et de contacts. Nous allons examiner maintenant comment l'utiliser efficacement.

La première étape qu'on doit prendre est d'aller sur twitter.com et s'inscrire à un compte gratuit. Il faut entrer le nom, l'adresse e-mail et le mot de passe souhaité dans les champs prévus.

Une fois qu'on est inscrit à Twitter, on peut laisser des messages. Un message ne peut pas dépasser 140 caractères. S'il dépasse 140 caractères, il sera coupé à ce nombre de caractères, et à la fin du message on verra une réduction « (suite)» et un lien vers la ressource liée TwitLonger.com, où il y aura le post complet. On peut consulter tous les messages sur la page : twitter.com / votre nom d'utilisateur.

Après l'autorisation sur Twitter, on est redirigé vers une page twitter.com, c'est un fil d'actualité Twitter. Voici parmi tous les messages qui y sont à un moment donné vos derniers messages sont affichés également. Si on passe à une page d'un autre utilisateur de Twitter – on verra un bouton «Follow», en cliquant sur celui-ci on commence à suivre ses posts : ils seront affichés avec les siens dans le fil d'actualité Twitter de l'utilisateur.

D'autres personnes peuvent également suivre des posts de cet utilisateur en cliquant sur «Follow» sur sa page Twitter. On peut ouvrir nos messages (permettant de nous suivre)

seulement aux utilisateurs que nous avons autorisés en plaçant une coche dans les paramètres appropriés (compte – Twitter confidentialité - protéger mes tweets).

Beaucoup de gens utilisent «Follow» (suivre des utilisateurs de Twitter) seulement pour attirer l'attention sur leurs messages sur Twitter. Si on passe la souris sur un message d'autrui on verra apparaître des liens de service y compris Replay et Retweet.

Replay est une réponse à l'utilisateur, il s'agit d'un nouveau post sur Twitter qui va être commencé (ou peut contenir) par un symbole @ et le nom d'utilisateur du destinataire. Par exemple, on écrit une réponse à un utilisateur avec le pseudo daniilnikitin, il faut qu'on insère dans le tweet @daniilnikitin - ce tweet va apparaître dans le fil d'actualité de cet utilisateur et dans le nôtre. Tous les tweets contenant @votrepseudo, on peut voir en cliquant sur le lien «mentions» du menu sous le champ pour la création d'un message sur la page twitter.com

Retweet est une republication, un tweet d'autrui qu'on ajoute dans notre fil de temps Twitter. Il devient visible pour ceux qui suivent nos messages.

Parfois on peut voir le retweet de telle sorte : «RT @ daniilnikitin texte écrit» ce qui signifie que c'est daniilnikitin qui a écrit le message original, et l'auteur du tweet l'a copié dans son tweet. Cela permet d'ajouter des commentaires au message original.

Si on est intéressé au Twitter de quelqu'un, mais si on ne veut pas suivre régulièrement ses posts (les voir dans notre fil d'actualité), on peut ajouter ce profil à la liste de Twitter. Pour ce faire, cliquant sur le pseudo de l'utilisateur de Twitter dans n'importe quel post, on ouvre son profil sur le côté droit de l'écran. Parfois, avec un léger retard, une barre grise s'y affichera avec un bouton «Follow» et les icônes de la liste et «l'engrenage». En cliquant sur l'icône avec la liste et en sélectionnant «Créer une liste» on crée une nouvelle liste où l'utilisateur de Twitter sera ajouté. On ne peut créer que jusqu'à 20 listes. Les listes peuvent être privées c'est-à-dire visibles uniquement pour vous, et publiques c'est-à-dire visibles à tout le monde. Pour ajouter un utilisateur à une liste existante il faut cocher.

Chaque utilisateur peut consulter les mentions qu'il a reçues dans l'onglet «@ Connect». Si un tweet débute par une mention, seuls les followers suivant le compte mentionné verront le tweet dans leur fil d'actualité.

«Un mot précédé du signe « # » (croisillon) est un hashtag. Au Canada en janvier 2011 l'Office québécois de la langue française a créé et proposé le terme «mot-clic». En France, la commission générale de terminologie et de néologie a proposé en janvier 2013 le terme «mot-dièse».[253] C'est un sujet attribué au message. Twitter peut afficher tous les tweets comportant

[253] La Russie s'est trouvée à la 20-ème place dans le monde sur le nombre d'utilisateurs de Twitter // RIA.ru. URL : http://ria.ru/technology/20120131/553452308.html

un hashtag précis, et établit un classement des mots ou bien des hashtags du moment les plus utilisés (les trending topics, désormais disponibles pour les tweets rédigés en français) — d'où parfois des détournements du système, sur le même principe que le bombardement Google.

Si l'on veut parler à nos followers d'un certain article, sur de nombreux blogs il y a des boutons pour l'affichage rapide de leur contenu sur Twitter. Lorsque vous cliquez sur eux, si vous êtes autorisés sur le service de Twitter, vous serez redirigé vers votre profil, où dans la fenêtre pour écrire le texte il y aura déjà un lien à l'article, il reste à cliquer sur le bouton «Tweet».

L'interface nous attend quand on arrive sur le réseau social Google+. La première chose à faire qui est offerte au nouvel utilisateur qui est venu pour la première fois sur Google c'est de remplir son profil. C'est un ensemble assez standard des champs, et si on a déjà un profil sur Google, on n'a pas besoin de remplissage spécial.

La prochaine étape est de réunir des amis dans les cercles. De façon symbolique, ce sont des groupes où on peut attribuer les différents utilisateurs en fonction de notre relation avec eux - amis, famille, collègues, connaissances. Par défaut il y a quelques cercles proposés et le service nous propose également de glisser-déposer des utilisateurs décorés par des cartes dans un ou dans un autre cercle.

La conception de différents groupes d'utilisateurs est déjà utilisée par de nombreux grands réseaux sociaux - même sur LiveJournal elle existe. Cependant, comme de juste à une configuration par défaut, vraiment peu de gens ont l'habitude de les utiliser. Apparemment, pour ne pas tomber dans un piège similaire, Google a décidé de faire tout autrement - on ne peut pas voir l'utilisateur jusqu'à ce qu'on l'ajoute au moins dans un cercle. Le même utilisateur peut être ajouté dans plusieurs cercles à la fois.

La mise en œuvre des cercles est probablement l'élément clé du service – alors, après on peut envoyer nos messages à des groupes séparément et le public des uns et des autres messages ne va pas se croiser. De même, on peut lire des notes séparément en groupes.

Les types de messages qu'on peut publier sont assez courants – un texte, un lien, des photos, des vidéos. Toutefois sur le service il y a plusieurs fragments intéressants et originaux.

Par exemple, Sparks est une sorte de nouvelle sociale. Au passage vers la section on nous propose une collection toute prête de nouvelles, cependant, créer la sienne propre est simple – il suffit de formuler une demande de recherche et une collection est prête. Alors que c'est un ensemble de liens – on ne peut lire l'article entièrement que sur une source en ligne. Mais par contre on peut partager l'article avec d'autres utilisateurs directement là.

Hangouts est un chat vidéo. On crée la salle vidéo et on invite là soit un cercle soit une personne particulière, puis dans une autre fenêtre on a le chat ouvert, et le message s'affiche dans le fil d'actualité ouvert. Par conséquent, tous ceux qui le souhaitent peuvent vous joindre.

La qualité de la communication semble être tout à fait acceptable, mais le concept lui-même de la salle vidéo et pas d'appel vidéo entre les utilisateurs ne porte pas évidemment sur le remplacement des méthodes classiques de communication telles que Skype ou ooVoo, par exemple.

Il convient de noter les solutions d'interfaces pratiques – maintenant les utilisateurs du service sur tous les services de Google vont être accompagnés par le panneau noir avec le bouton «partager» et le compteur de notifications. C'est pratique : on peut sans quitter le réseau y renvoyer tout ce qu'on trouve par le biais d'un moteur de recherche Google.

Sur ce réseau les notifications sont bien mises en œuvre – juste dans la liste déroulante on peut regarder la discussion, dans laquelle de nouveaux commentaires sont apparus, et les commenter immédiatement. En général, la facilité de laisser des commentaires contribue largement à une utilisation intensive de ce réseau.

De nombreux utilisateurs s'habituent à une interface différente, Google+ commence à ressembler au service Facebook. Sur le réseau lui-même il y a sans aucun doute les décisions originales ou des détails confortables, mais seul le temps nous dira si Google + représente une grave menace pour Facebook selon sa popularité.

Les utilisateurs russes sur VKontakte ont les mêmes sentiments puisqu'ils ne peuvent manquer de remarquer que le réseau russe est très similaire à son homologue américain, bien que certainement il y ait ses petites mais intéressantes différences et inventions qui poussent les russes à maintenir leur intérêt pour VKontakte.

Par exemple, sur VKontakte il y a une possibilité de télécharger des enregistrements musicaux et des vidéos en même temps en utilisant ceux-ci téléchargés par d'autres utilisateurs ce qui fait de ce réseau social une des plus grandes archives de média d'Internet russe. Donc sur VKontate il y a toute une section séparée «Ma musique» ainsi que l'autre «Mes vidéos» où on peut écouter et regarder respectivement des enregistrements audio et vidéo en ligne sans quitter ce réseau. Ainsi même un utilisateur peut attacher des images, des enregistrements audio et vidéo (y compris les longs métrages), des graffitis, et des enquêtes aux messages sur son propre mur ou à celui de son ami. On peut créer des groupes d'intérêts ou consacrés aux personnes connues, aux parties ou aux mouvements politiques, y suivre des actualités et les commenter et organiser des rencontres réelles par leur biais.

En outre, l'ensemble des possibilités typique pour plusieurs réseaux sociaux est disponible pour les utilisateurs de VKontakte : créer un profil avec des informations sur soi-

même, produire et distribuer le contenu, gérer les paramètres d'accès souplement, communiquer de la manière privée avec d'autres utilisateurs (par communication personnelle) et de celle publique (via des posts sur le «mur», ainsi que par le mécanisme des groupes et des réunions), suivre l'activité des amis et des communautés à travers le fil d'actualité.

Les utilisateurs de VKontakte ainsi que les utilisateurs de Facebook peuvent créer plusieurs albums photo et y télécharger leurs photos.

2.1.1.2 La manière d'utiliser des réseaux auxiliaires des grands réseaux sociaux tels que Flickr, Instagram et Youtube

Les services tels que Flickr, YouTube, Instagram qui ne représentent pas les réseaux sociaux à part entière servent principalement à diversifier et enrichir le contenu des principaux réseaux sociaux comme Facebook et Twitter. Quand on met des photos et vidéos là, des services eux-mêmes proposent de les télécharger simultanément sur les plus grands réseaux sociaux si on y a des profils afin que le plus grand nombre possible des amis voie ce contenu.

Instagram est une application gratuite pour iPhone, iPod touch, iPad et Android, qui permet d'ajouter des données de géolocalisation, d'appliquer différents filtres aux photos et de les partager sur Facebook, Twitter, Flickr, VKontakte et Tumblr .

Pour commencer à utiliser Instagram il faut télécharger le programme via iTunes ou directement via l'AppStore depuis iPhone, iPod ou iPad. Si on est le propriétaire du dispositif basé sur Android, il faut qu'on télécharge l'application depuis Google Play. Ainsi, on peut utiliser Instagram uniquement sur les appareils mobiles.

Ensuite on doit lancer le programme en cliquant sur l'icône dans le menu principal de l'application de l'appareil mobile et commencer à utiliser Instagram. Déjà sur Instagram on doit tout d'abord s'enregistrer. Pour ce faire, on clique sur «s'inscrire». Dans la boîte de dialogue ouverte, on doit indiquer l'adresse email, inventer un nom d'utilisateur et le mot de passe.

Par la suite, on doit utiliser le nom d'utilisateur et le mot de passe pour se connecter au compte dans le programme (le bouton connexion). Le compte est nécessaire pour partager des photos avec d'autres utilisateurs d'Instagram, ainsi que pour l'intégration avec les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.).

Si on le souhaite, immédiatement après l'enregistrement on peut importer des contacts et trouver des amis sur la liste de contacts du portable, du compte Facebook/Twitter, ainsi que faire une recherche d'après les noms d'utilisateurs. Après avoir terminé avec la recherche des contacts on clique sur «suivant». On va nous proposer de suivre quelques utilisateurs

d’Instagram (pour cela il faut cliquer sur «suivre» à côté du nom de l'utilisateur). Lorsque cela est fait on clique sur «terminé».

Dans l'onglet «Flux», on peut voir les posts de tous les utilisateurs qu’on a ajoutés au fil d’actualité. Pour ouvrir le «flux», il faut cliquer sur l'icône dans le coin inférieur gauche qui ressemble à une maison. On clique sur la mise à jour du fil d’actualité dans le coin supérieur droit pour rafraîchir le contenu de l'onglet.

On peut cliquer sur «j’aime» ou «commentaire» afin d'exprimer une opinion à d'autres utilisateurs d'Instagram.

Dans l’onglet «populaire», vous verrez les photos téléchargées par d'autres utilisateurs et devenues populaire dans la communauté Instagram. Cet onglet affiche l'icône étoile.

Si on clique sur «partager», on peut prendre une photo ou choisir parmi les photos existantes sur votre appareil mobile. On doit cliquer sur la cellule au centre de la fenêtre pop-up pour faire la photo (pour ça on a besoin de portable avec un appareil photo, par exemple, iPhone ou un téléphone basé sur Android). On peut également cliquer sur la petite icône dans le coin inférieur droit pour activer ou désactiver le flash (si supporté).

On peut aussi cliquer sur l'icône avec les touches dans le coin inférieur gauche pour sélectionner les photos de vos albums.

A volonté on peut appliquer des filtres aux photos. On clique sur les cases tordues dans le coin gauche en bas pour sélectionner la photo souhaitée, puis on choisit un filtre dans la liste. On clique sur «suivant» lorsqu’on a terminé. Sur iPhone c’est une icône en forme de coche verte en bas de l'écran tandis que sur Android c’est une double flèche dans le coin supérieur droit.

Après on peut entrer une brève description de la photo dans le champ de saisie «Qu’est-ce que c’est?» Eventuellement on peut choisir l'onglet «Où?» pour ajouter les géodonnées à la photographie.

Dans la section «partager» on peut cliquer sur l'une des icônes des réseaux sociaux dans lesquels on souhaite publier les photos. Par ailleurs il faut entrer le nom d'utilisateur et le mot de passe des comptes afin de les relier au compte d’Instagram.

On clique sur «terminé» pour achever le processus et publier une photo. La photo sera affichée dans votre flux «RSS» et dans le fil d’actualités d’autres utilisateurs d’Instagram qui nous suivent. Elle sera également publiée sur les réseaux sociaux qu’on a choisis.

On doit sélectionner l'onglet «Nouvelles» pour voir les mises à jour d’Instagram et d’autres utilisateurs. Si on veut voir tous les paramètres du compte, on doit cliquer sur l’onglet avec notre nom d’utilisateur dans le coin supérieur droit. On peut trouver et inviter des amis à tout moment.

On peut également afficher toutes les photos, éditer notre profil Instagram, ajouter ou désactiver des liens avec les réseaux sociaux dans les paramètres «modifier les paramètres de partage».

En outre, au cours des dernières années, il y a une multitude de services de vidéo qui est apparue : YouTube, RuTube, kiwi, gt, etc. Le plus populaire en ce moment parmi eux est Youtube de la société Google. Et il y a de nombreuses raisons, la commodité, la simplicité, la possibilité d'insérer des vidéos dans les blogs, sites web et forums. On va examiner maintenant comment utiliser ce service.

D'abord on va sur le site via n'importe quel navigateur. Ci-dessus, on va voir le bouton «créer un compte». Après avoir cliqué dessus on va passer une procédure d'enregistrement simple. En outre, on peut lier le compte de «Gmail» ou «iGoogle » et on n'a même pas à s'inscrire, on peut se connecter déjà avec le pseudo existant sur ces services.

Maintenant on va voir le menu d'exploitation d'Youtube. Il est divisé en plusieurs catégories, qui peuvent être personnalisées et modifiées dans les paramètres du compte après.

Sur le module «recommandé» on va voir les vidéos que ce service conseille de regarder, en fonction des préférences de l'utilisateur, qui sont compilées en se basant sur l'histoire des visionnements.

Sur le module «abonnement», vous verrez de nouvelles vidéos des utilisateurs aux vidéos desquelles vous avez souscrit.

Le module «on regarde maintenant» affiche éventuellement des vidéos qui sont en train d'être regardées. Une petite fenêtre «recherche» permet de rechercher des vidéos souhaitées.

Pour gérer le compte, il suffit de passer la souris sur le nom d'utilisateur dans le coin supérieur droit. On peut également regarder et modifier les informations et les paramètres du profil, les vidéos qu'on a ajoutés sur le site, une liste de vidéos qu'on a ajoutée dans les «favoris», et des playlists créés.

Pour ajouter une nouvelle vidéo il faut cliquer sur «ajouter la vidéo», et suivre les instructions. Le bouton «vidéo» ouvre une fenêtre avec les vidéos selon les types assortis : les automobiles, la musique, etc. Et enfin si on clique sur le bouton «abonnements», toutes les vidéos auxquels on a soucrit vont apparaître.

En cliquant sur l'icône de n'importe quelle vidéo on commence à la regarder. Autour de la zone de visionnement il y a toute une variété de composants de commande.

Juste en dessous d'une vidéo on peut l'évaluer en cliquant sur le nombre souhaité d'étoiles. «Favoris» c'est pour ajouter la vidéo dans les favoris, «playlist» dans la «playlist» souhaitée, «envoyer» permet d'envoyer la vidéo à un e -mail.

Juste en dessous d'une vidéo on peut voir tous les commentaires sur la vidéo, et si on le souhaite, ajouter le sien propre.

Sur le module «Plus de vidéos de …», on va voir toutes les vidéos de cet utilisateur. Juste en dessous on peut trouver des vidéos similaires sur le contenu.

A droite de la vidéo il y a des informations sur celui, qui l'a téléchargée, sa date et une description de la vidéo. Pour afficher le profil de l'utilisateur qui l'a téléchargée, il suffit de cliquer sur son nom d'utilisateur. Pour s'abonner à cette vidéo, il faut cliquer sur «s'abonner» sur le même module où sont les informations sur la vidéo.

Quant au service auxiliaire Flickr, alors pour ceux qui sont fans de photos il n'y pas de meilleur endroit sur Internet pour rechercher des personnes partageant les mêmes idées et de l'inspiration. On peut suivre nos inspirateurs, rejoindre des groupes thématiques, et faire tout ce qui est possible de faire avec les photos sur les autres réseaux sociaux. Et surtout, tout l'accent ici est mis uniquement sur les photos, c'est-à-dire sur la perception visuelle du monde et des événements.

L'application peut être téléchargée directement à un portable à la base du système iOS et déjà entré sur l'application on peut utiliser des filtres et faire le traitement des photos après leur téléchargement. Aussi des aspects positifs de cette application sont l'interface lumineuse qui affiche en permanence à quels groupes appartient une image, ainsi que les tags qui y sont associés et la grande vitesse du travail.

Le site permet à la fois un stockage public et privé. «Un utilisateur chargeant une image sur le site peut ainsi déterminer qui aura accès à son image en réglant les contrôles d'accès. Ces réglages peuvent être catégorisés privé, pour les amis, pour la famille, ou bien public. Il est également possible d'effectuer des réglages privés pour tout un groupe.

Par défaut, les autres utilisateurs peuvent laisser des commentaires sur toute image qu'ils ont le droit de voir et parfois peuvent ajouter des mots-clés pour cette image».[254]

2.1.2. Les possibilités des candidats aux élections sur les réseaux sociaux

Si ces candidats et leurs équipes de campagne s'acharnent pour être présents sur Internet, c'est pour 1.y être visibles 2.mobiliser des sympathisants 3.court-circuiter les médias traditionnels.

Les réseaux sociaux permettent aux citoyens de faciliter leur engagement politique pendant les élections. Chaque utilisateur a désormais un outil potentiellement puissant pour participer au débat. «Alors qu'auparavant, les idées politiques de chacun restaient généralement

[254] La définition de «Flickr» // Wikipedia. URL: http://fr.wikipedia.org/wiki/Flickr

dans une sphère privée, aujourd'hui les réseaux sociaux, et Facebook plus particulièrement, ont démocratisé le «tout partage»»[255].

Ces outils de communication tels que Facebook, Twitter ou VKontakte indiquent par exemple un événement ou une future opération. De manière générale, les messages publiés sur le profil du candidat ont trois objectifs : informer et commenter, ouvrir au dialogue, rediriger des lecteurs sur d'autres supports. Dans ce cadre, les propos émis par l'homme politique au travers des réseaux sociaux sont de plusieurs sortes :

- Ses déplacements officiels et les événements auxquels il participe
- Ses commentaires sur l'actualité
- Ses prises de position vis-à-vis de débats publics
- Des éléments de sa vie privée qui le rendent plus humain et accessible
- Ses réactions aux propos, positions et actions des autres candidats
- Sa campagne et son avancement
- Ses réflexions et propositions liées à son programme électoral
- Ses propositions vis-à-vis de la gestion actuelle et des problématiques locales

Les informations publiées sur le profil du candidat sont, comme pour les blogs, régulièrement mises à jour afin d'inciter les internautes à revenir consulter la page. Si l'équipe de campagne est trop peu nombreuse pour s'en occuper activement, les nouvelles publiées ne doivent pas être périssables dans le temps. Une page comportant des actualités anciennes et périmées n'incite pas les visiteurs à revenir ; au pire, elle laisse une impression de non-implication, défavorable à la réputation du candidat. En parallèle à la diffusion des renseignements sur son profil, l'équipe incite les partisans à publier des informations liées à la campagne sur leur propre page pour toucher un plus vaste auditoire.

En complément d'une page de présentation du candidat, des profils annexes à visée électorale sont quelquefois créés. Un premier présente le groupe de soutien en faveur de la liste, un second décrit celui du parti sur la localité, un troisième porte par exemple sur une revendication thématique, un dernier s'organise pour protester contre une mesure ou une situation.

[255] Matuchet Pierre. Les internautes ont mené la campagne présidentielle sur les réseaux sociaux// JDN. URL: http://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/51529/les-internautes-ont-mene-la-campagne-presidentielle-sur-les-reseaux-sociaux.shtml

Une autre utilisation existe. Les réseaux sociaux sont parfois employés pour demander des dons aux internautes. Cependant, ces levées de fonds produisent généralement de faibles résultats par rapport à des procédures relevant du marketing direct.

2.1.2.1 La démarche d'exploitation des réseaux sociaux par des hommes politiques

1. Définir les objectifs de participation sur les sites communautaires.
2. Identifier les sites les plus influents vis-à-vis de la cible électorale du candidat.
3. Identifier les comportements et pratiques sociales sur les sites afin d'être en mesure d'y participer correctement.
4. Construire les profils.
5. Communiquer sur les profils, que ce soit sur le réseau ou via d'autres supports de communication.

Grâce aux médias sociaux, les politiciens ont la possibilité de regrouper au même endroit des milliers de personnes, ce qui permet de créer une réelle communauté et donc un sentiment fort d'appartenance.

Leur utilisation offre la possibilité de comprendre les électeurs en découvrant leurs domaines d'intérêts et leurs besoins mais aussi de recueillir des fonds et de constituer des réseaux de soutien.

De plus, les candidats peuvent intervenir, répondre, argumenter et participer plus facilement auprès des internautes et ainsi créer de vrais liens.

Pendant la campagne présidentielle François Hollande, tout comme Nicolas Sarkozy, ont tenu compte de la progression d'Internet dans les foyers des français, en leur proposant chacun un site Internet mais avec un contenu et un objectif différent. «L'un proposait aux internautes de visualiser ses dernières vidéos sur Dailymotion, de le suivre sur Instagram et de jeter un œil aux coulisses de sa campagne sur Tumblr. Le second, lui, jouait bien le jeu de la Timeline Facebook, qui permet de voir défiler toute la vie du candidat de l'UMP (conformément aux règles de la campagne, le compte est désormais inaccessible), et invitait ses abonnés à suivre tous ses déplacements sur Foursquare».[256] Leurs sites Internet étaient constamment mis à jour afin d'afficher des données toujours fraîches et de mentionner des compteurs de leur côte de popularité en faisant le lien avec des réseaux sociaux.

[256] Ce que fut la campagne présidentielle sur le web // Presse-Citron.URL : http://www.presse-citron.net/ce-que-fut-la-campagne-presidentielle-sur-le-web

2.1.2.2 Le cas de la présence de François Hollande et de l'absence de Vladimir Poutine sur les réseaux sociaux à la veille des présidentielles

Un candidat politique crée souvent son profil, à l'instar de n'importe quel contributeur. Il s'y présente, publie ses actualités. Ses partisans, également inscrits, le rajoutent en lien sur leur propre page. Chaque individu agissant ainsi, militant ou non, se transforme en relai d'image. Tous ceux qui sont liés à son profil la voient et surtout la diffusent. Toutes les personnes avec lesquelles ils sont eux-mêmes reliés ont connaissance de la page du candidat. La force de chaque militant est décuplée puisque celui-ci, disposant d'en moyenne 150 amis, les propage en un clic à toute sa communauté. Il devient ainsi un porte-parole à part entière

Certes un candidat ne sera pas uniquement élu grâce à son excellente stratégie sur les réseaux sociaux mais s'il n'y est pas présent, il risque de ne pas dialoguer avec un grand nombre d'indécis. De l'autre côté, à l'instar de la Russie, les hommes politiques ne peuvent même pas avoir une page officielle sur les réseaux sociaux comme par exemple l'ancien candidat au poste de président et le président russe, actuel, Vladimir Poutine. Ce dernier a été néanmoins présenté sur Internet grâce à son site officiel, au site de sa campagne présidentielle, au site de son parti et ainsi par le biais de nombreuses pages proposées soit par ses partisans pour soit par ses opposants manifestant leur désapprobation.

Il y a des hypothèses que l'ancien candidat aux présidentielles, Vladimir Poutine, ne s'est fait enregistrer sur aucun réseau social par peur de perdre la confiance de son électorat principal, qui est très conservateur et réfractaire à toutes sortes d'innovations informatiques. Mais en laissant aux gens la possibilité de recevoir des informations sur eux-mêmes et leurs rassemblements, d'une source fiable - le site officiel – en même temps il a perdu un pourcentage énorme du soutien des jeunes, qui ne sont pas habitués à aller sur les sites gouvernementaux, ou les sites de partis et préfèrent passer du temps sur les réseaux sociaux, où il est beaucoup plus facile de cliquer sur «J'aime» ou «s'abonner» et suivre toutes les mises à jour d'intérêt pour les individus, et pour ainsi dire, être toujours au courant des dernières nouvelles.

En France au contraire, c'est véritablement la campagne de 2012 qui a marqué le début d'une ère nouvelle dans laquelle les réseaux sociaux jouaient un rôle primordial aussi bien du côté des candidats que de celui des citoyens connectés. Bien que l'opinion opposée ait été exprimée par le consultant média, Erwann Graucher qui a affirmé : « La présidentielle 2012 ne sera pas numérique». Cet article publié dans son blog, Gross Media Consulting, à la veille de la campagne présidentielle française a sonné comme un rappel à la réalité. Il a estimé que «

penser que Twitter va jouer un rôle important dans la campagne est un fantasme. Ce réseau est aujourd'hui utilisé par 2 ou 3 millions de personnes en France alors qu'un candidat qui passe au 20h de TF1 va faire une audience de 10 millions d'un seul coup».[257]

En réalité, Twitter est devenu le réseau social de la campagne. C'est la première fois que les candidats – de Nicolas Sarkozy (UMP) à François Hollande (PS), en passant par Jean-Luc Mélenchon (Front de gauche), Marine Le Pen (Front national) et Eva Joly (Europe Ecologie Les Verts) – ont intégré le Web et les réseaux sociaux à leur stratégie de campagne.

Pendant les élections, un nombre considérable d'internautes s'est mis à suivre les actualités des principaux protagonistes, candidats, partis, journalistes politiques, etc. «Nicolas Sarkozy et François Hollande ont disposé respectivement de 206 226 et 278 858 followers sur Twitter».[258]

Du côté Facebook, le candidat de droite a compté 630 745 contre 118 874 pour le candidat socialiste, avec des taux d'engagement dépassant ceux des fan pages des plus grandes marques (10% pour le candidat de droite, 4% pour le candidat de gauche). La popularité sur les réseaux sociaux devient d'ailleurs parfois un indicateur plus fiable et plus précis que les sondages.

«Au moment de l'ouverture d'une campagne présidentielle N. Sarkozy possédait un compte d'avance difficilement rattrapable avec 588 000 fans, aujourd'hui ce nombre est de 800000 fans».[259] Il y a plusieurs explications à cela. D'une part, son statut de président de la France qui en a fait un des hommes politiques les plus visibles, d'autre part, un budget de communication digital relativement important pour sa campagne car l'ancienne page fan du président Nicolas Sarkozy (qui était un simple relais d'actualité) était bien transformée en outil de campagne. Les abonnés de sa page, habitués à lire l'agenda et les réflexions du président, sont donc devenus fans du candidat.

En effet François Hollande qui a mis la jeunesse au centre de sa campagne présidentielle, ne s'est pas trompé dans ses calculs. Les jeunes gens sont les utilisateurs les plus actifs du Twitter où Monsieur Hollande est tellement populaire et c'est cette catégorie symbolique dans laquelle «François Hollande arrive en tête chez les 18-24 ans avec 29%, contre 27% pour Nicolas Sarkozy et 18% pour Marine Le Pen».[260]

---

[257] Les réseaux sociaux dans la campagne présidentielle // Journ@lismes.info. URL: http://www.journalismes.info/Les-reseaux-sociaux-dans-la-campagne-presidentielle_a3771.html

[258] Pierre Matuchet. Les internautes ont mené la campagne présidentielle sur les réseaux sociaux// JDN l'économie demain.URL : http://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/51529/les-internautes-ont-mene-la-campagne-presidentielle-sur-les-reseaux-sociaux.shtml

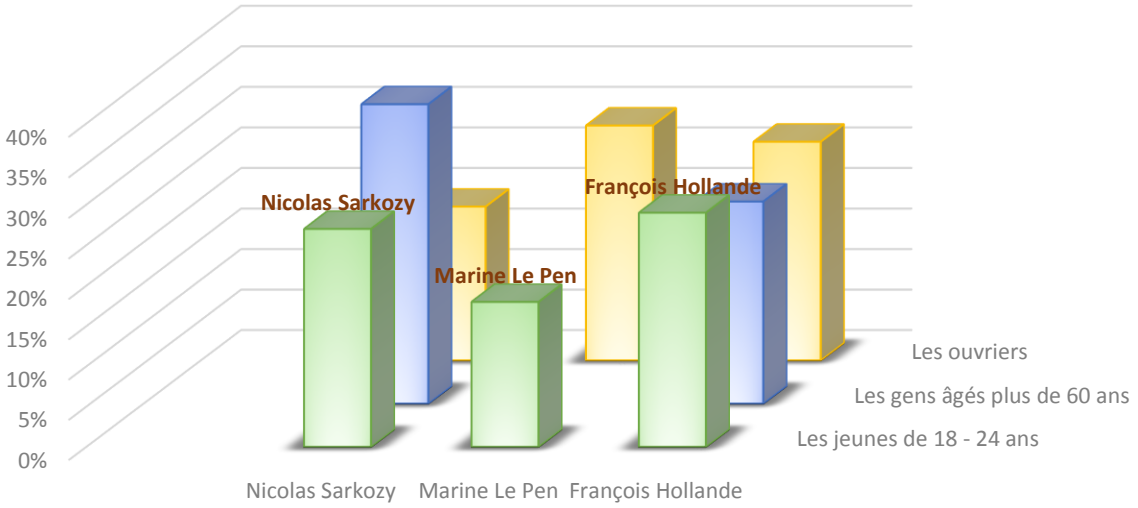
[259] Marie H. Election présidentielle 2012 : où en sommes-nous sur les réseaux sociaux ? // Digicom. URL :http://ecs-paris.com/blogs/digicom-2012/reseaux-sociaux/election-presidentielle-2012-ou-en-sommes-nous-sur-les-reseaux-sociaux

[260] Grégoire Fleurot. Pour qui ont voté les jeunes et les ouvriers// Slate.fr. URL : http://www.slate.fr/ france/ 53797/jeunes-ouvriers-vote

«Marine Le Pen est arrivée première chez les ouvriers (29% d'entre eux), une catégorie qu'elle a revendiquée tout au long de sa campagne contre 27% pour François Hollande et 19% pour Nicolas Sarkozy».[261]

«La seule catégorie d'âge où Nicolas Sarkozy est majoritaire est chez les gens de plus de 60 ans avec 37% contre 25% pour François Hollande».[262]

Graphique 2.4 La cote de popularité des candidats français à la présidentielle chez les jeunes, les gens âgés et les ouvriers sur Twitter



Le classement des candidats les plus aimés sur Facebook n'a évolué que très peu au fur et à mesure des semaines. Néanmoins, il représente un indicateur révélateur d'un intérêt des internautes pour une marque ou une personnalité. Et cela qu'il soit un vrai fan ou un détracteur.

2.2 Les réseaux sociaux dans le système de communication de masse

Face à l'utilisation compétente des réseaux sociaux il y a toujours des problèmes qui surgissent chez les candidats politiques qui ne maîtrisent pas les techniques numériques. Les dernières remarques de Franck Louvrier, le conseiller en communication de Nicolas Sarkozy, peuvent nous mettre sur la voie. Aux Echos, en juillet, il affirmait : «La vraie révolution, ce

[261] Grégoire Fleurot. Pour qui ont voté les jeunes et les ouvriers// Slate.fr. URL : http://www.slate.fr/france/53797/jeunes-ouvriers-vote

[262] Grégoire Fleurot. Pour qui ont voté les jeunes et les ouvriers// Slate.fr. URL : http://www.slate.fr/france/53797/jeunes-ouvriers-vote

n'est pas Internet mais la TNT».[263] Pour Erwann Gaucher : «Cette déclaration prouve, même s'ils ont peut-être tort, que les politiques de premier plan, ceux qui ont une véritable chance d'être présents au second tour ne mettront pas le paquet sur les réseaux par rapport aux médias traditionnels qu'ils connaissent par cœur, dont ils maitrisent les codes et dont ils n'ont en général rien à craindre. Les candidats importants ne maîtrisent pas ces outils numériques. Ils n'en connaissent pas les langages et pourraient avoir beaucoup à y perdre. Seuls les outsiders investiront vraiment les réseaux pour cette campagne».[264]

Malgré l'importance du web, les grands médias classiques sont toujours à la une : les principales chaines de télévision où près de 18 millions de français ont suivi des débats entre les candidats au cours des dernières élections de 2012. Les grandes radios et les principaux organes de presse font l'agenda politique et imposent les sujets d'actualité. Aucun buzz n'a été entendu d'un blog politique ou encore d'un réseau social. (Le buzz sur Internet est une rumeur lancée via différents canaux pour « faire du bruit » autour d'un produit ou d'une marque).

En Russie également, 85% des répondants disent qu'ils continuent de recevoir de l'information des programmes d'information sur les chaînes fédérales.

Alors que néanmoins la télévision est encore en train de perdre sa popularité parmi les russes : 10 % de la population[265] russe en général, ne la regardent pas du tout. Par ailleurs, à Moscou 20 % de la population ne regardent pas la TV[266], comme le prouvent les résultats des recherches menées par IKS -Consulting.

«L'âge moyen des adversaires de la télévision est 29 ans, tandis que l'âge moyen des répondants est 38 ans».[267] En outre, les chercheurs ont noté que les femmes représentaient seulement un tiers de l'ensemble des répondants. Parmi les répondants âgés de 15 à 24 ans seulement 38%[268] regardent la télévision tous les jours et donc, selon l'enquête les amateurs du passe-temps quotidien de la télévision étaient des personnes âgées de plus de 45 ans - 72 % de ceux-ci.[269]

---

[263] Du fantasme d'une campagne électorale numérique // Journalismesinfo.fr. URL : http://www.journalismesinfo.fr/Du-fantasme-d-une-campagne-electorale-numerique_a3667.html

[264] Du fantasme d'une campagne électorale numérique // Journalismesinfo.fr. URL : http://www.journalismesinfo.fr/Du-fantasme-d-une-campagne-electorale-numerique_a3667.html

[265] La télévision perd la popularité parmi les russes // Informing.ru. URL : http://informing.ru/2013/11/02/televizor-teryaet-populyarnost-sredi-rossiyan.html

[266] La télévision perd la popularité parmi les russes // Informing.ru. URL : http://informing.ru/2013/11/02/televizor-teryaet-populyarnost-sredi-rossiyan.html

[267] La télévision perd la popularité parmi les russes // Informing.ru. URL : http://informing.ru/2013/11/02/televizor-teryaet-populyarnost-sredi-rossiyan.html

[268] La télévision perd la popularité parmi les russes // Informing.ru. URL : http://informing.ru/2013/11/02/televizor-teryaet-populyarnost-sredi-rossiyan.html

[269] La télévision perd la popularité parmi les russes // Informing.ru. URL : http://informing.ru/2013/11/02/televizor-teryaet-populyarnost-sredi-rossiyan.html

En ce qui concerne la radio, une autre source d'information, selon les sociologues, 22 % des habitants[270] de la capitale russe âgés de 18 ans préfèrent recevoir des informations provenant des réseaux sociaux, tandis que seulement 20 % des répondants[271] veulent écouter les nouvelles à la radio.

Par contre les médias classiques perdent de leur efficacité dans les campagnes présidentielles et ne permettent pas de réagir aussi rapidement que les réseaux sociaux lors des attaques d'adversaires

Lorsqu'on ne connaît pas les codes d'un réseau social, il est très difficile à manipuler : tout l'intérêt d'une présence sur le réseau réside dans le dialogue qu'on peut y établir. Mais, il ne faut pas abuser de l'humour, le charisme ne passe pas directement. Les difficultés sont multiples surtout quand on dialogue relativement peu avec le public.

Et si en 2017, il y avait «une nouvelle génération d'hommes politiques un peu plus web compatible»[272], on pourrait imaginer qu'ils feraient une campagne 100% sur les réseaux sociaux. Mais cela à condition que les dits réseaux ne soient pas passés de mode, car on sait à quelle vitesse les moyens de communication sur la toile se font et se défont.

Ce n'est pas le média d'une parole verticale, de haut en bas, sans pouvoir être contredite, c'est tout l'inverse. Twitter est un espace d'échange, et dans cet échange, chaque tweet a potentiellement le même poids. Celui du personnel politique comme celui du simple citoyen. C'est donc délicat pour le politique d'apprendre à «jouer» avec Twitter comme il le fait si bien avec la télé, la radio ou la presse écrite. Parfois le politique ne sait pas quelle réaction son tweet de 140 signes va entraîner dans une seconde, bien que ce statut puisse se garder sur la toile pour quelques décennies d'affilée.

«Chacun devient un média à part entière»[273] a dit Nicolas Sarkozy lors de ses vœux à la presse, le 1er février 2012. Façon de dire que chaque politique est désormais, à l'ère numérique, un média qui peut diffuser sur les réseaux sociaux un message sans passer par le filtre des rédactions. Et d'ajouter : «L'année 2012 on a vu les réseaux sociaux s'emparer de la sphère médiatique, c'est une modification profonde des relations entre les médias, la politique et le citoyen».[274]

---

[270] Les moscovites préfèrent les réseaux sociaux à la radio // RBK. URL : http://www.rbc.ru/society/15/07/2013/866131.shtml

[271] Les moscovites préfèrent les réseaux sociaux à la radio // RBK. URL : http://www.rbc.ru/society/15/07/2013/866131.shtml

[272] Du fantasme d'une campagne électorale numérique // Journalismesinfo.fr. URL : http://www.journalismesinfo.fr/Du-fantasme-d-une-campagne-electorale-numerique_a3667.html

[273] Alice Antheaume. Campagne présidentielle en cours de numérisation// Slate.fr. URL : http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2012/04/19/campagne-presidentielle-en-cours-de-numerisation/

[274] Alice Antheaume. Campagne présidentielle en cours de numérisation// Slate.fr. URL : http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2012/04/19/campagne-presidentielle-en-cours-de-numerisation/

En outre, ceci montre un effet de la réputation coproduite pour des hommes politiques. Voilà comment Fabrice Berrahil, consultant en communication numérique publique et politique à Bordeaux, avec qui nous avons discuté, en parle : «On est dans une logique maintenant de réputation non maîtrisée, non plus contrôlée même pas vraiment maitrisée mais coproduite. Cela donne l'image suivante : moi je suis émetteur de ma réputation, de mon image, de mon autorité mais challengé, et d'autres sont aussi auteurs et producteurs de cette image, de cette réputation et il faut que j'en accepte les ressorts pour ce dialogue permanent avec mes alliés, avec mes adversaires, avec le public. Voilà c'est une réputation coproduite. C'est une coproduction en fait».

2.2.1 Les réseaux sociaux face aux médias imprimés et en ligne

Aujourd'hui on voit apparaître une tendance que les journalistes de médias imprimés utilisent de plus en plus, les réseaux sociaux pour signaler à leurs abonnés virtuels la publication de leurs plus récents articles. Un titre, une adresse URL, un court message comme « Mon article dans… », puis on clique sur Twitter, et les abonnés en sont immédiatement informés et cliqueront probablement sur l'adresse proposée.

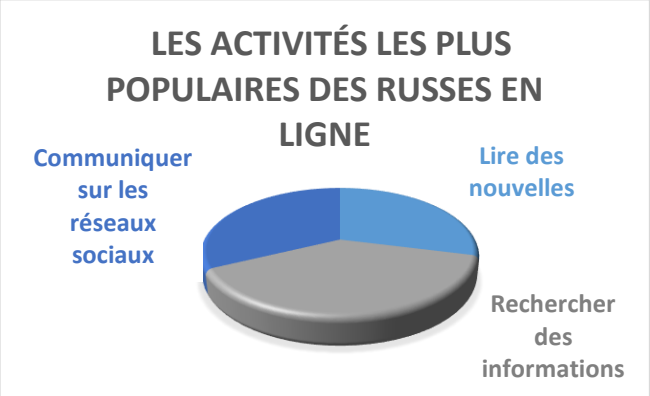
Le public des médias imprimés s'égrène en permanence. Les médias traditionnels sont de plus en plus présentés en ligne et offrent aux utilisateurs encore plus de services que hors ligne : leurs auditoires en ligne sont souvent 20 fois plus élevés que ceux des formats classiques. Les journaux sont en train de perdre de l'influence et leurs diffusions. La popularité croissante des médias en ligne comme une source de nouvelles, est devenue le changement le plus significatif dans la consommation de nouvelles.

Actuellement «plus de deux tiers du nombre total d'utilisateurs à savoir plus de 40 millions d'internautes russes lisent chaque mois les médias russes en ligne»[275], a déclaré le rédacteur en chef d'«Internet en chiffres» Dmitry Chistov à la conférence «Médias et réseaux sociaux : les perspectives de coopération» en octobre 2012. Selon Chistov, la lecture des nouvelles en ligne reste la troisième activité la plus populaire sur Internet parmi les russes. Ainsi, «71 % des utilisateurs y sont à la recherche d'information, 59 % communiquent sur les réseaux sociaux, 53 % lisent les nouvelles».[276] En effet le plus intéressant c'est que de même pour des internautes européens «la première activité en ligne reste sans conteste l'envoi et la réception d'e-mails (89 %). La recherche d'informations sur des biens et des services arrive en

[275] Plus de 40 millions d'utilisateurs lisent les médias russes en ligne mensuellement // RIA.ru. URL : http://ria.ru/media/20110926/443934018.html
[276] Plus de 40 millions d'utilisateurs lisent les médias russes en ligne mensuellement // RIA.ru. URL : http://ria.ru/media/20110926/443934018.html

deuxième position (83 %) et la lecture de journaux ou magazines d'informations en ligne complète le podium (61 %). Cela a dû participer à la décision de plusieurs journaux de ne plus exister qu'en version numérique. C'est le cas, par exemple, de Newsweek».[277]

Graphique 2.5



Graphique 2.6

Si on parle plus précisément de la France dans ce sens «près de 40 % de la population française âgée de plus de 15 ans ou 20,609 millions, sont des lecteurs de presse numérique en France d'après la dernière étude d'Audipresse réalisée entre le mois de juillet 2011 et le mois de juin 2012 auprès de 50 000 personnes. Cela représente notamment 55 % des internautes. La majorité des Français lisent la presse sur leur ordinateur, puisqu'ils sont 17,99 millions à s'adonner à cette activité (+3,9 %)».[278]

Ici le succès des smartphones et des tablettes serait particulièrement visible selon l'enquête. «De nombreux utilisateurs français sont ceux qui lisent également leurs sites préférés sur leur smartphone ou leur tablette tactile. Ils sont ainsi 6,84 millions désormais, en hausse de 26% par rapport à l'année 2010».[279]

Chaque jour de la semaine «sur Runet il y a plus de 50 000 nouvelles publiées, 80% d'entre elles encombrent les médias russes».[280] Les leaders d'après le nombre de nouvelles sont des agences d'information. Ils représentent «22% du flux de nouvelles»[281], bien que les agences d'informations elles-mêmes ne se chiffrent «qu'à 7 % du total des médias en ligne»[282] en Russie.

---

[277] Bolesse Cécile. Seulement 38% des internautes français lisent des journaux en ligne//01net. URL : http://www.01net.com/editorial/582777/seulement-38-pour-cent-des-internautes-francais-lisent-des-journaux-en-ligne/

[278]Sanyas Nil. La presse en ligne attire 55% des internautes et 40% des français//PCinpact. URL : http://www.pcinpact.com/news/74259-la-presse-en-ligne-attire-55-internautes-et-40-francais.htm

[279]Sanyas Nil. La presse en ligne attire 55% des internautes et 40% des français//PCinpact. URL : http://www.pcinpact.com/news/74259-la-presse-en-ligne-attire-55-internautes-et-40-francais.htm

[280] Plus de 40 millions d'utilisateurs lisent les médias russes en ligne mensuellement // RIA.ru. URL : http://ria.ru/media/20110926/443934018.html

[281] Plus de 40 millions d'utilisateurs lisent les médias russes en ligne mensuellement // RIA.ru. URL : http://ria.ru/media/20110926/443934018.html

[282] Plus de 40 millions d'utilisateurs lisent les médias russes en ligne mensuellement // RIA.ru. URL : http://ria.ru/media/20110926/443934018.html

Et comme presque toutes les grandes agences de presse telles que BBC News, Bloomberg, Associated Press, Euronews, United Press International et France Presse connus à l'échelle mondiale ainsi que RIA Novosti, ITAR-TASS et Reiters représentés sur le marché de la presse russophone ont aujourd'hui leurs comptes et pages sur tous les réseaux sociaux les plus populaires. On peut en conclure que le processus de la lecture des nouvelles est presque inséparable du processus de la présence sur les réseaux, de sorte que le public des médias imprimés se transforme progressivement en celui en ligne, en fonction de la croissance et de la propagation de l'influence des réseaux sociaux et de la mise en œuvre par la presse des principes du journalisme convergent. Il convient de noter qu'en dépit de la popularité croissante des médias en ligne, les russes continuent de lire encore les médias traditionnels : «66% des russes lisent les journaux et 45% des magazines».[283]

C'est pour toutes ces raisons qu'Ivan Schogolev, un partisan russe que nous avons interrogé, saisit une certaine tendance de la vitesse de propagation de la même nouvelle : Twitter – les agences d'information - VKontakte et Facebook – les médias en ligne – les médias imprimés et la télévision - de la source la plus à la moins opérationnelle.

2.2.1.1 L'émergence du journalisme social : la fusion des réseaux sociaux avec les médias en ligne

Le phénomène de journalisme social surgit aujourd'hui : de plus en plus impliquées dans le processus de production des nouvelles acquièrent des lecteurs, en profitant de la possibilité d'influencer le contenu de l'ordre du jour et en diffusant des nouvelles sur des chaînes d'information de la communication interpersonnelle sur les réseaux sociaux. D'après Shane Bowman et Chris Willis «le journalisme social ou le journalisme de la participation ce sont des actions collectives des citoyens ou des groupes de citoyens qui jouent un rôle actif dans le processus de la collecte, la publication et l'analyse des informations. Le but de cette participation est la diffusion de l'information indépendante, crédible, précise et variée, conformément aux exigences de la démocratie».[284] L'exemple de la manifestation du journalisme social peut servir la mobilisation des jeunes sur les réseaux sociaux par le biais de mise à jour des photos avec des légendes symboliques et des statuts et des citations lors des

[283] Le public des médias russes en ligne s'est augmenté à 40 millions de personnes//RG.RU. URL : http://www.rg.ru /2011/09/26/smi-site-anons.html

[284] Bowman. S. and Willis.C. «We media: how audiences are shaping the future of news and information // SlideShare.net. URL : http://www.slideshare.net/victori98pt/how-audiences-are-shaping-the-future-of-news-and-information

réunions des candidats à la présidentielle ou aux municipales, avec des citoyens et leurs réponses à des questions urgentes. Dès les premières minutes de ces réunions de nombreux tweets apparaissent sur ce qui se passe lors de la réunion. Les statuts portent sur les principales idées des politiciens et sur Facebook et Instagram on voit postuler des photos de l'environnement et de l'atmosphère qui prévaut en général.

Il y a convergence des médias en ligne avec les réseaux sociaux, ce qui les transforme en médias sociaux. Un nouveau système des médias se développe, dans lequel le journalisme professionnel et social interagissent, de nouveaux canaux interactifs de la distribution des nouvelles – des réseaux sociaux – permettent de surmonter le caractère unilatéral et rompu des communications avec les médias traditionnels en permettant ainsi de répondre à l'auditoire. Le développement des médias sociaux et le rôle croissant du public suggère la formation d'un nouvel espace numérique public pour l'émergence de la cyberdémocratie, donnant à la société la possibilité de contrôler le pouvoir, d'exprimer directement ses opinions sur les questions les plus importantes pour elle par de nouvelles voies de communication numérique et permettant d'influer fortement sur les processus sociaux et politiques du pays.

Maintenant, nous allons examiner un exemple concret de convergence d'un grand site russe de nouvelles, RIA Novosti en médias sociaux. L'agence russe d'information internationale RIA Novosti est l'agent pilote gouvernemental d'information multimédia en Russie. Le site rian.ru introduit des principes du journalisme convergent et représente le site de nouvelles le plus visité de Runet.

Un exemple de l'interaction du journalisme social et professionnel peut servir un projet «Tu es reporter» de RIA Novosti. Chaque utilisateur d'Internet peut offrir le matériel de publication sur le site reporter.ria.ru du projet, il y a la possibilité de télécharger des informations sur le site du projet avec un commentaire, directement depuis un mobile. Dans le projet il y a également des cotes des nouvelles et des reporters, on peut ajouter des commentaires à chaque nouvelle et les envoyer sur les principaux réseaux sociaux – tout cela rend un service encore plus interactif.

Durant les 8 premiers mois du projet plus de 1000 membres ont été enregistrés, plus de 4600 matériaux ont été téléchargés, plus de 1000 documents ont été utilisés sur www.ria.ru et sur d'autres projets. Il est à noter qu'il a émergé au début de 2010 et seulement 8 mois après est devenu le lauréat du «Prix national de Runet 2010» dans la catégorie «Culture et des ccommunications de masse». Contrairement à de nombreux autres sites sur lesquels les utilisateurs postulent leur contenu, le projet «Tu es reporter» fonctionne conformément aux règles de la communauté journalistique. Sur le site il y a une section «Code du reporter», qui décrit les principes de travail essentiels : vos propres matériaux, la vérité de l'information et des

faits, l'absence de l'engagement politique et commercial. Les données publiées sont vérifiées pour leur crédibilité et pour ça une étiquette spéciale est conçue «vérifié par RIA Novosti», ce qui confirme que toutes les informations sont vérifiées par la rédaction de l'agence.

Ainsi, le matériel fourni par le public, est contrôlé par des journalistes professionnels. La notion de «nouvelles» prend un nouveau sens : pas toutes les informations diffusées par les médias représentent des nouvelles. Les communications sociales et l'échange d'informations se produisent au sein des médias mais les nouvelles nécessitent une vérification ; pour être appelée une nouvelle, l'information doit répondre à certains critères. Une certaine convention existe – à l'époque de la croissance explosive de la quantité d'informations, des lecteurs font confiance aux sources fiables (New York Times, BBC, Vedomosti, RIA Novosti, etc.). En ce qui concerne le journalisme social on peut dire la chose suivante : pour que le contenu généré par des utilisateurs devienne une nouvelle, il doit être vérifié par des organisations compétentes – la rédaction des médias. Un exemple d'une telle coopération est précisément le projet «Tu es reporter». De plus, le site contient la cote de nouvelles composées par la rédaction «Le choix de RIA Novosti», qui fixe également les normes du travail d'un journaliste non professionnel.

2.2.1.2 L'ambivalence des avantages de la communication politique sur les médias sociaux

A part toutes les qualités de la combinaison de réseaux sociaux avec le journalisme et leur transformation en médias numériques convergents où tout est interdépendant, il y a des partisans d'une théorie opposée. Ces derniers tiennent compte de l'impact des technologies d'Internet sur la conscience politique de masse, en partant du fait que l'effet d'impact sur la formation de l'opinion publique est déterminé principalement par l'attention sélective d'un communicateur. Selon cette théorie on distingue les méthodes de manipulation suivantes sur les médias sociaux :

1) L'altération de l'information.

Internet développe son potentiel de manipulation grâce au fait qu'il cache habilement la distinction entre la fiction et la réalité. A.Mol écrit que «l'altération de la réalité est souvent assurée par le processus de l'accumulation de petits écarts qui se produisent toujours dans le même sens qu'à travers des actions fortes et qui sautent aux yeux».[285]

2) L'isolement du destinataire de l'influence étrangère.

[285] Moles A. La sociodynamique de la culture. Moscou : L'édition LKI, 2008. P.61.

Dans ce cas-là il y a une illusion chez un destinataire sur l'indépendance et le pluralisme des informations. Le cas idéal c'est de créer des sources d'informations d'opposition radicale.

3) «La démocratie du bruit»

Les médias sociaux utilisent souvent dans leurs messages, le principe de «la démocratie du bruit» : le message est noyé dans le flux chaotique des informations inutiles et insensées.

A raison de 5 à 10 nouvelles par heure dans chaque média en ligne, les utilisateurs d'Internet sont tout simplement incapables de réagir à chaque nouvelle, c'est pourquoi des commentaires rares se noient dans le flux d'actualité. Cet aspect monolithique des informations ne peut pas être structuré de manière à combiner les groupes thématiques. Ce type de diffusion des nouvelles implique une communication continue sans possibilité réelle pour les lecteurs de répondre.

4) La prédominance des informations esthétiques sur les informations sémantiques.

Si les informations sémantiques poussent des gens à agir en conformité avec leurs croyances et leurs intérêts, en les encourageant à certaines actions, en revanche dans les informations esthétiques il y a par excellence le sens de la politisation des moyens puisque les informations esthétiques ne visent pas à la compréhension mais à la suggestion des symboles stables par le biais de différents effets techniques.

5) La fragmentation et l'urgence.

La fragmentation du problème fait que l'utilisateur n'est pas en mesure de relier les différents éléments et de donner un sens à ce problème. C'est le principe fondamental de la culture mosaïque. Les mises à jour quotidiennes et même horaires, des informations les privent de toute structure permanente. Les gens n'ont pas le temps de comprendre et d'analyser les messages qui sont remplacés au fur et à mesure par d'autres, plus récents.

La pratique montre qu'après être devenu un suiveur de seulement de 5 à 10 médias d'Internet sur Facebook et Twitter, l'utilisateur est «bombardé» par un flux continu de nouvelles et de commentaires d'utilisateurs. La page personnelle se transforme en un flux d'informations incontrôlées, vigoureux qu'on ne peut maîtriser qu'en sortant hors ligne. Il est tout simplement impossible de se familiariser avec tout ce flux, et même cela ne se justifie pas puisque toutes les nouvelles provenant de différentes sources, se croisent et se répètent. L'immersion dans la lecture de ce fil d'actualité nécessite une attention de chaque minute, ce qui pour la majorité des utilisateurs est impossible ; laisser des commentaires est inutile, car les chances qu'un certain commentaire parmi une centaine d'autres soit lu par les autres utilisateurs diminuent à chaque instant. Le but de cette pratique est la communication pour la communication, la

construction de la nouvelle participation à la communauté numérique grâce à de nouvelles plates-formes numériques de médias sociaux.

Ainsi, dans le contexte de la société de l'information les coûts de réception et de diffusion des informations deviennent minimes, au point que certains y voient une réduction des inégalités entre citoyens. Alors qu'en réalité se développent peu à peu une véritable fonction de manipulation par l'intermédiaire des technologies d'Internet. En conséquence, nous ne pouvons pas dire actuellement que chaque groupe social qui participe activement à des conversations en ligne, a une position civique déterminée. Au contraire, dans de nombreux commentaires et statuts laissés sur les réseaux sociaux par des citoyens, nous observons que l'opinion de masse est plutôt passive.

2.2.2 Les réseaux sociaux face à la télévision

Sans mentionner les médias imprimés, du temps est nécessaire à la télévision pour traiter et diffuser des informations. Sur les réseaux sociaux, les nouvelles s'accréditent instantanément. Aujourd'hui, les médias traditionnels, en particulier la télévision, bien qu'ils gagnent en qualité, perdent en vitesse dans la diffusion de l'information vers les réseaux sociaux. Une nouvelle révélée à la télévision ne peut ni être corrigée ni reprise, tandis que les statuts sur les réseaux sociaux peuvent être facilement supprimés, et des profils suspects sont bloqués.

Au sujet de la qualité de l'information, il est également important de mentionner les sources de cette information. En raison de la fiabilité de la télévision ou des journaux les gens font confiance aux informations de ces médias. Les faits indésirables peuvent être supprimés, et la conclusion peut être faite de manière à ce qu'elle soit bénéfique à certains. Mais les téléspectateurs intelligents et les lecteurs attentifs sont capables de tirer leurs propres conclusions.

Sur Internet nous observons une situation très différente. Ce qui est publié par un utilisateur est souvent perçu comme une vérité absolue par un autre utilisateur. En d'autres termes, on n'a pas encore appris à vérifier l'exactitude des faits publiés et ces fausses informations peuvent créer l'affolement sur un réseau.

A cette occasion, John Lloyd, le directeur de Reuters Institute pour l'Etude de journalisme auprès de l'université d'Oxford et rédacteur en chef de Financial Times (au Royaume-Uni), s'est exprimé de la façon suivante : «Les consommateurs de l'information de qualité dans le monde ne sont pas nombreux. Et ce n'est pas seulement le prix – la

consommation du contenu crédible exige un effort de l'utilisateur, et la plupart de ces utilisateurs ne sont pas prêts à cet effort».[286]

Ainsi, on peut donner comme exemple de la propagation de fausses informations le site français très populaire en 2013-2014, le Gorafi[287]. Depuis ce site qui contient des nouvelles sérieuses traitées avec humour, les utilisateurs postulent souvent des nouvelles sur leurs profils à partir des réseaux sociaux différents. Néanmoins le site prévienne : «Les prénoms et noms des personnes mises en scène dans les articles sont imaginaires. Les noms propres utilisés et les marques citées le sont ici à but satirique et parodique. Les opinions ou idées développées sont fausses et ne peuvent être tenues comme authentiques».[288]Beaucoup d'utilisateurs qui sont amis sur les réseaux sociaux voient ces messages et posts et prennent tout au premier degré, car sur Internet et en particulier sur les réseaux sociaux, les gens font rarement attention à la source de l'information.

Considérant cette concurrence constante de la télévision et des réseaux sociaux, il faut dire que beaucoup de français continuent de regarder la télévision actuellement tous les jours. «En 2012, les français ont regardé la télévision en moyenne 3 h 50 par jour, ce qui est un peu en dessous des chiffres européens (3 h 55), mais bien au-dessus de la durée d'écoute mondiale qui est de 3 heures 17. Entre 2011 et 2012, les français ont regardé la télévision 3 minutes de plus, tandis qu'au niveau mondial, la tendance augmente moins vite, à savoir d'une minute seulement entre ces deux années. Pourtant, en 2013 la télévision reste bien implantée avec «47 millions de français âgés de quatre ans et plus qui ont regardé la télévision, 3 heures 46 minutes en moyenne par jour en direct».[289]

Les chiffres montrent que les français sont attachés à la télévision qui, comme média traditionnel a encore de beaux jours devant elle. Pourtant, les chaînes se doivent désormais de prendre le tournant du numérique, notamment à travers l'aspect communautaire que peut générer le web 2.0».[290]

Pourtant selon l'étude Screen 360 qui analyse l'utilisation et la complémentarité des écrans dans le cadre de la consommation de vidéo, les Français n'imaginent plus la vie sans écran : «3 personnes sur 4 estiment indispensables ces objets technologiques – TV, ordinateur

[286] Kovrijenko Artiom. Le phénomène des réseaux sociaux // Artek. URL: http://www.artek.cz/article/448/fenomen-sotsialnyh-setej/

[287] «Le Gorafi est un journal d'information généraliste créé en 1826 par Jean-René Buissière, après un désaccord avec la rédaction du Figaro de l'époque. Jean-René Buissière a voulu créer « Le Garofi » mais de petits soucis de dyslexie l'amenèrent à écrire « Gorafi ». Quand il réalisa son erreur, il était trop tard, les statuts du journal étaient déposés» // le site officiel du Gorafi.fr. URL : http://www.legorafi.fr/about/#A2

[288] A propos // le site officiel du Gorafi.fr. URL : http://www.legorafi.fr/about/#A1

[289] Bolesse Cécile. 2013, année de l'explosion de la social TV en France //01net. URL : http://www.01net.com/editorial/613168/2013-annee-de-lexplosion-de-la-social-tv-en-france/

[290] Contribution : «Les réseaux sociaux, l'avenir de la télévision» par Virginie Spies // Forum d'Avignon. URL: http://www.forum-avignon.org/fr/contribution-les-reseaux-sociaux-l-avenir-de-la-television-par-virginie-spies?utm_source=feedly

fixe ou portable, smartphone, tablette. Pour plus de la moitié (54%) des personnes interrogées, le téléviseur est l'écran préféré : pour sa taille, sa qualité d'image et son pouvoir de divertissement. L'ordinateur arrive en deuxième position - préféré par plus d'1 internaute sur 3 - suivi des équipements mobiles avec le téléphone mobile (6%), et enfin la tablette (4%)».[291]

2.2.2.1 des concurrents pendant les campagnes présidentielles de 2012 en Russie et en France...?

Malgré le fait que de nos jours, de plus en plus de gens préfèrent des réseaux sociaux pour apprendre les dernières nouvelles et suivre des événements se déroulant dans leurs pays et à l'échelle mondiale, en particulier ceux très importants tels que des élections présidentielles, «regarder la télévision a toujours été par nature une activité collective, génératrice de lien social, même si l'on est parfois seul devant son écran, comme l'explique le sociologue et spécialiste des médias Dominique Wolton : «Parce que nos sociétés sont celles du grand nombre et, par conséquent, abstraites, il leur faut un lien social. La télévision participe au modèle démocratique en ce sens qu'elle est un peu, dans le domaine culturel, le correspondant du suffrage universel dans le domaine politique».[292]

La télévision, média d'information, d'éducation et de divertissement, sait fédérer de larges audiences. Le principal outil pour influencer la majorité de la population sur la question pour qui voter lors des élections, reste la télévision. Ainsi «pour apprendre de dernières nouvelles environ 40% des russes se tournant vers les médias préfèrent la radio, 43% - TV»[293], a indiqué le ministère des Communications de Russie. Cela est dû au fait que la télévision dans la Russie d'aujourd'hui est disponible presque pour tous les Russes : «99% de la population reçoivent sur leurs postes de télévision au moins une chaîne de télévision, 96,9% - deux, 73,8% - trois et plus», [294]- a déclaré dans les matériaux «TNS Russie». Le nombre moyen de chaînes disponibles par un foyer a dépassé 20[295] en 2012. La couverture de télévision payante augmente également : en 2012 son audience a crû de 17%. Par contre ce n'est que 5.5% de la population russe qui apprend les nouvelles chaque jour sur Internet.

[291] Télévision, ordinateur, smartphone indispensables pour plus de 3 internautes sur 4// Wearemobians.com. URL : http://wearemobians.com/2013/07/televiseur-smartphone-ordinateur-indispensables-pour-plus-de-3-internautes-sur-4/

[292] La social TV ou la «voix» de retour de la télévision // Inaglobal. URL: http://www.inaglobal.fr/television/article/la-social-tv-ou-la-voix-de-retour-de-la-television

[293] Kirsanova Angelina. Les russes préfèrent apprendre des nouvelles à la radio ou à la télé. Enquête // RG.ru. URL : http://www.rg.ru/2013/03/27/novosti-site-anons.html

[294] Kirsanova Angelina. Les russes préfèrent apprendre des nouvelles à la radio ou à la télé. Enquête // RG.ru. URL : http://www.rg.ru/2013/03/27/novosti-site-anons.html

[295] Kirsanova Angelina. Les russes préfèrent apprendre des nouvelles à la radio ou à la télé. Enquête // RG.ru. URL : http://www.rg.ru/2013/03/27/novosti-site-anons.html

Comme Vladimir Poutine n'avait pas de profil officiel sur les réseaux sociaux pendant la campagne présidentielle de 2012, «environ la moitié des moyens provenant du fonds électoral du premier ministre d'alors, Vladimir Poutine (plus de 208 millions de roubles ou 4.6 millions d'euros) a été consacré à la publicité à la radio et à la télévision»[296], selon le rapport financier final de Poutine sur la réception et l'utilisation des moyens sur le compte électoral spécial publié sur le site de la commission nationale de la campagne électorale russe. Ainsi, mettant l'accent dans sa campagne sur l'audiovisuel et la diffusion des matériaux imprimés, Vladimir Poutine a essayé de couvrir en premier lieu son électorat général potentiel – les personnes de 45 ans et plus, qui aujourd'hui utilisent encore rarement les réseaux sociaux et sont habitués à regarder la télévision ou écouter des stations de radio en rentrant du travail tard le soir.

Si on aborde le sujet des débats télévisés, Vladimir Poutine n'y a pris aucune part. Par conséquent, le niveau de tension de ces débats n'était pas élevé. Mais, grâce à Mikhail Prokhorov, le businessman russe et concurrent de Vladimir Poutine à la présidentielle, une nouvelle forme est apparue – celle des débats télévisés des représentants des candidats. Ainsi, les débats d'Irina Prokhorova, la sœur de monsieur Prokhorov contre Nikita Mikhalkov, le représentant du président actuel Vladimir Poutine, étaient assez inattendus mais inoubliables pour les téléspectateurs russes.

Les chaînes de télévision ont fait beaucoup d'efforts pour mettre les candidats sur un pied d'égalité, leur donnant le même temps d'antenne et la possibilité de présenter leurs idées aux électeurs. Toutefois, cela n'a pas eu d'incidences sur la fréquence et le ton des manifestations télévisées ni sur le travail quotidien de Vladimir Poutine qui est resté premier ministre au lieu d'être candidat à la présidentielle. En outre, NTV a montré un film neutre sur Poutine tourné par BBC et avait l'intention de montrer un film élogieux d'un journaliste et cinéaste allemand, Hubert Seipel, mais au dernier moment, a décidé de reporter la projection à la période post-électorale.

En continuant l'examen de la composante télévisée de la campagne, à la suite des experts on peut noter la grande qualité des spots publicitaires de campagne. Surtout les sujets animaliers des spots de Vladimir Jirinovsky, un candidat aux présidentielles du parti libéral démocrate (un petit film choquant avec un âne), et la respectabilité des spots à la Spielberg de Gennady Zuganov, le candidat du parti communiste, ont été bien retenus par le public russe.

Quand à des spots publicitaires de Vladimir Poutine, alors son équipe a misé sur les célébrités, des acteurs et des sportifs qui ont expliqué pourquoi ils vont voter pour lui. Certaines

[296] La moitié des dépenses du financement public de la campagne de Vladimir Poutine ont été consacrées à la propagande sur les médias // RIA.ru. URL : http://ria.ru/vybor2012_putin/20120319/600190703.html

de ces publicités, en particulier celle avec Chulpan Hamatova, ont provoqué des scandales, pas à la télévision mais sur Internet.

Pourtant la plupart des concurrents de Vladimir Poutine lors de la course à la présidentielle ont eu fortement recours au développement de leurs propres images et à la présentation de leurs programmes électoraux sur les réseaux sociaux, essayant ainsi de gagner la confiance des jeunes et d'ouvrir un dialogue avec eux, ajoutant de cette façon des électeurs potentiels. Nous allons examiner dans le premier chapitre de la deuxième partie le sujet de présence des adversaires de Vladimir Poutine au cours de la campagne présidentielle sur les réseaux sociaux.

La différence fondamentale de la dernière campagne présidentielle avec les précédentes en Russie, consistait également comme dans la plupart des pays développés, dans le rôle prépondérant d'Internet – selon la plupart des experts. Internet par le biais des réseaux sociaux est en mesure d'amener les gens dans les rues, d'organiser des observateurs électoraux et devient la principale source de créativité, une arène de la lutte politique.

Sur Internet ce n'est que des équipes de Vladimir Poutine et de Mikhaïl Prokhorov qui ont dépensé beaucoup d'argent pour la publicité directe et remarquable en ligne. Les bandeaux publicitaires de Poutine ont été accrochés sur Yandex, Mail.ru et le réseau social russe «Camarades de classe», ceux de Prokhorov sur Yandex et Facebook.

En outre, l'équipe de Prokhorov a conçu une application mobile dédiée à leur candidat et a également aidé le projet «Citoyen observateur» à tourner en noir et blanc, à la mode d'Oscar, le film avec Leonid Yarmolnik, Gosha Kutsenko et Andrei Makarevich pour apprendre aux observateurs la conduite à tenir dans les bureaux de vote et le refus des falsifications.

Tout le reste sur Internet était consacré à «la guerre des commentaires» des partisans des mouvements et des partis différents sur les réseaux sociaux et les forums politiques.

Si on examine maintenant le cas des français, «ils privilégient d'abord la télévision pour s'informer sur l'élection présidentielle selon l'étude Actu24/7. 62% des Français qui s'y intéressent se tournent d'abord vers les journaux télévisés pour se renseigner. La deuxième source d'information : les chaînes d'information en continu pour plus d'un quart des personnes qui suivent la campagne (27%). Les magazines télévisés sont également recherchés par 14% d'entre eux».[297]

Premier média de la présidentielle, la télévision française offre de plus en plus des programmes consacrés à la politique pendant la campagne électorale. «En 2012 France 2 a

[297] Adélie Ménager. Présidentielle, télévision au rendez-vous//Audience le Mag. URL : http://www.audiencelemag. com/index.php?article=43

fortement accru son dispositif avec 2 fois plus d'émissions politiques qu'en 2007, en prime time, entre le 1er janvier 2012 et la veille du 1er tour. 9 émissions «Des Paroles et des Actes» soit 26 heures au total contre 4 sessions pour le programme «A Vous de Juger» en 2007 (13 heures). TF1 est stable avec 4 émissions «Parole de Candidat en 2012» (9 heures de programmes) vis-à-vis de 4 sessions pour le programme «J'ai une question à vous poser en 2007 (10 heures)».[298]

Enfin, «le 2 mai, le débat de l'entre-deux-tours a fédéré près de 2 téléspectateurs sur 3 : 17,8 millions de personnes l'ont suivi sur TF1, France 2, BFM TV, I-Télé, LCI, la Chaîne Parlementaire et TV5 Monde. Le face-à-face entre Nicolas Sarkozy et Ségolène Royal en 2007 avait rassemblé 20,1 millions de téléspectateurs sur TF1 et France 2 soit 2,3 millions de plus qu'en 2012 sur ces 2 chaînes».[299]

Les personnes de 50 ans et plus sont les plus nombreuses à avoir regardé les émissions politiques «Des paroles et des Actes» et «Parole de Candidat» : «plus d'une sur 2 a regardé plus de la moitié d'au moins une émission contre près de 40% en moyenne. Ce sont également eux qui en suivent le plus : ils ont vu près de 4 émissions en moyenne. Quant aux 25 – 34 ans, ils sont moins nombreux que la moyenne à regarder des émissions politiques : plus d'un quart d'entre eux ont vu au moins la moitié d'une émission».[300]

En général, les Français se sont mobilisés en masse pour suivre la présidentielle à la télévision mais légèrement moins qu'en 2007 sur les chaînes historiques. «Plusieurs facteurs peuvent expliquer ce léger retrait. Un volume plus important d'émissions politiques et une concurrence accrue entre les chaînes avec notamment les chaînes d'information de la TNT. Autre fait marquant, la place occupée par Internet et notamment les réseaux sociaux. La soirée électorale a boosté la fréquentation des sites médias depuis un ordinateur ou un terminal mobile, avec un pic à 19h59. Et pas moins de 211 000 tweets portant sur les 10 candidats ont circulé le jour du 1er tour».[301]

2.2.2.2 ... ou des outils complémentaires d'accès à l'information ?

«Il n'est plus possible d'y échapper : chaque émission de télévision a désormais son compte Twitter, sa page Facebook et son hashtag (mot-clé) dédié. C'est devenu une habitude,

[298] Adélie Ménager. Présidentielle, télévision au rendez-vous//Audience le Mag. URL : http://www.audiencelemag. com/index.php?article=43

[299] Adélie Ménager. Présidentielle, télévision au rendez-vous//Audience le Mag. URL : http://www.audiencelemag.com/index.php?article=43

[300] Adélie Ménager. Présidentielle, télévision au rendez-vous//Audience le Mag. URL : http://www.audiencelemag.com/index.php?article=43

[301] Adélie Ménager. Présidentielle, télévision au rendez-vous//Audience le Mag. URL : http://www.audiencelemag.com/index.php?article=43

alors qu'il y a encore 1 an en 2012, peu de programmes mettaient en place un dispositif sur les réseaux sociaux»[302]- a dit dans son interview Virginie Spies, la sémiologue et spécialiste des médias, bien que «le 27 mai 2011, dans une décision désormais célèbre, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) a interdit aux chaînes de radio et de télévision françaises de nommer les réseaux sociaux vers lesquels elles renvoyaient de plus en plus régulièrement le public au cours de leurs émissions».[303]

La décision du CSA repose sur un texte visant à encadrer la diffusion de publicités à la télévision, le décret du 27 mars 1992, dont l'article 9 interdit la «publicité clandestine» et la définit comme suit : «la présentation verbale ou visuelle de marchandises, de services, du nom, de la marque ou des activités d'un producteur de marchandises ou d'un prestataire de services dans des programmes, lorsque cette présentation est faite dans un but publicitaire».[304]

Toutefois on peut noter que lorsque la «Social TV» s'installe dans les usages, la télévision et les réseaux sociaux deviennent désormais complémentaires. Fabrice Berrahil, le consultant en communication numérique publique et politique, avec qui nous avons eu une interview, a parlé de l'apparition de meta-médias[305]: «Maintenant il faut savoir qu'il y a à peu près 30% des gens qui regardent la télévision qui sont également devant un autre écran au moment de regarder la télévision, soit leur ordinateur sur les genoux, soit leur smartphone, c'est énorme. C'est en progression constante à tel point que la télévision développe maintenant les applications, je crois qu'il y en plus par rapport aux fautes etc. qui permet d'avoir un contenu additionnel dans le temps réel articulé avec le contenu qui passe à la télévision. Des applications par exemple qui permettent de revoir les conséquences du match, les statistiques en temps réel etc. pendant qu'on regarde le match. Et d'autres vues de la même scène».

Aujourd'hui l'intérêt majeur pour les chaînes de télévision c'est d'être présent sur les réseaux sociaux afin de créer une communauté dans laquelle se retrouvent les gens selon leurs intérêts. Le téléspectateur regarde une émission et la commente instantanément sur Twitter avec sa communauté, les personnes qui le suivent sur les réseaux différents. Cela pourra non

[302] Contribution : «Les réseaux sociaux, l'avenir de la télévision» par Virginie Spies//Forum d'Avignon. URL: http://www.forum-avignon.org/fr/contribution-les-reseaux-sociaux-l-avenir-de-la-television-par-virginie-spies?utm_source=feedly

[303] Christophe Colinet. Rubin Sfadj. Le double jeu de la télévision avec les réseaux sociaux//Mediapart. URL: http://blogs.mediapart.fr/edition/les-invites-de-mediapart/article/080611/le-double-jeu-de-la-television-avec-les-reseaux

[304] Renvoie sur les pages des réseaux sociaux : le CSA publie la lettre envoyée aux chaînes // le site officiel de CSA. URL : http://www.csa.fr/Espace-Presse/Communiques-de-presse/Renvoi-sur-les-pages-des-reseaux-sociaux-le-CSA-publie-la-lettre-envoyee-aux-chaines

[305] «Cette notion est inventée dans les œuvres de Marshall McLuhan. Metamedia fait référence à de nouvelles relations entre la forme et le contenu dans le développement de nouvelles technologies et de nouveaux médias. Le concept de McLuhan a décrit l'effet de totalisation des médias» // Undersatanding media : the extensions of man // Wikipedia. URL : http://en.wikipedia.org/wiki/Understanding_Media:_The_Extensions_of_Man#cite_ref-9

seulement inciter à regarder l'émission avec lui, mais également à la commenter, et donc à postuler des messages, partager des vidéos, tout en captant d'autres téléspectateurs.

Les français sont de plus en plus nombreux à regarder la télé en restant très actifs sur le deuxième écran. «Quelques 90 millions de tweets en rapport avec un programme TV ont ainsi été postés en France en 2013, soit trois fois plus qu'en 2012, avec une prédilection pour les émissions de divertissement, le sport et la politique»[306], a indiqué le 30 janvier 2014 l'institut Médiamétrie. «Ce phénomène est surtout le fait des jeunes, 65 % des Twittos étant âgés de 15 à 34 ans»[307], - a précisé le directeur du département télévision de Médiamétrie Julien Rosanvallon.

Selon une autre étude publiée par Omnicom Média Group en 2014 «en France, c'est Facebook qui est le réseau social le plus utilisé pour interagir (74 %) devant Twitter (18 %) ou encore Google+ (17 %). Facebook est utilisé comme un flux d'actualité et un espace de discussion, tandis que Twitter apparaît plus comme un moyen de réaction et d'échange en temps réel. Mais les utilisateurs du site de micro-blogging sont plus réguliers dans leur pratique de la social TV».[308]

Cependant chaque réseau est sollicité en fonction du type de programme : «Le sport et la téléréalité sont plus commentés sur Facebook. Tandis que le divertissement et les émissions politiques font intervenir les Twittos».[309]

Depuis la primaire socialiste, les émissions politiques à la télévision font l'objet des commentaires en très grand nombre sur Twitter, les téléspectateurs étant réunis sur un canapé virtuel géant pour disséquer les propos des politiques. La télévision diffuse les paroles des candidats, les réseaux sociaux reçoivent les conversations autour de ces paroles de candidats. Et c'est là, sur les réseaux sociaux, qu'est jugée la crédibilité des candidats. Car leurs promesses et leurs chiffres sont «facts checkées» en live par des journalistes et des experts, faisant office de sous-titres éclairés lorsque les politiques prononcent leur discours.

Même l'idée d'une mobilisation de la jeunesse en réalité pour les tweets-apéro lors des débats télévisés de certains hommes politiques importants est également construite sur une combinaison de la visualisation de télévision avec l'affichage simultané des commentaires sur Twitter et Facebook sur tout ce qui se fait entendre. Cette pratique est souvent organisée par des adhérents des mouvements des Jeunes Socialistes ou des Jeunes Populaires en France.

[306] Bolesse Cécile. 2013, année de l'explosion de la social TV en France // 01net. URL : http://www.01net.com/editorial/613168/2013-annee-de-lexplosion-de-la-social-tv-en-france/
[307] Bolesse Cécile. 2013, année de l'explosion de la social TV en France // 01net. URL : http://www.01net.com/editorial/613168/2013-annee-de-lexplosion-de-la-social-tv-en-france/
[308] Bolesse Cécile. 2013, année de l'explosion de la social TV en France//01net. URL : http://www.01net.com/editorial/613168/2013-annee-de-lexplosion-de-la-social-tv-en-france/
[309] Bolesse Cécile. 2013, année de l'explosion de la social TV en France//01net. URL : http://www.01net.com/editorial/613168/2013-annee-de-lexplosion-de-la-social-tv-en-france/

D'habitude ces tweets-apéro réunissent de 10 à 30 participants dans des cafés ou bars où il y a la télévision. Les adhérents sont unis dans leur but de créer un grand soutien en ligne à des politiques ou des candidats pour lesquels ils se prononcent et votent.

Les candidats, se sachant scrutés, font davantage attention à ce qu'ils disent. «Mes propositions ont été commentées, chiffrées et diffusées par vous»[310], a confirmé François Hollande, lors de son meeting à Vincennes, le 15 avril 2012.

Mais rien ne permet de dire que les réseaux sociaux feraient changer d'avis les électeurs. Ceux-ci peuvent assister ou se livrer à des batailles d'arguments, mais restent le plus souvent confortés dans leur adoration ou leur détestation d'un candidat, dans une Webosphère.

«Donc en réalité ce qu'on voit c'est qu'Internet devient une source d'information pour la production d'information réaliste en particularité télévisuelle. Sur la télé il passe de plus en plus des vidéos amateurs des gens qui prennent la vidéo en temps réel. Ce qui devient et peut devenir une base pour re-visualiser ce qui a été connu et médiatisé par la télévision. Cela nourrit l'un et l'autre, c'est une espèce de meta-médias qui mélange le contenu venant à la fois de la presse écrite, de l'audiovisuel, du temps d'usage, de notifications, de consultations sur smartphone et sur ordinateur ou en mail et de lecture, de consommation télévisuelle. Tout ça est lié», - conclut à propos du mélange de la télévision avec Internet Fabrice Berrahil, le consultant en communication numérique publique et politique.

[310] Alice Antheaume. Campagne présidentielle en cours de numérisation// Slate.fr. URL : http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2012/04/19/campagne-presidentielle-en-cours-de-numerisation/

DEUXIÈME PARTIE

LES RÉSAUX SOCIAUX COMME OUTIL MODERNE DE LA RÉALISATION DES CAMPAGNES ÉLECTORALES EN LIGNE

CHAPITRE 3 : LA PARTICIPATION POLITIQUE ET CIVIQUE DES JEUNES EN RUSSIE ET EN FRANCE AUJOURD'HUI : DES FONDAMENTAUX DE LA POLITIQUE DE LA JEUNESSE DANS LES DEUX PAYS

Une étape actuelle du développement de la société civile en France ainsi qu'en Russie est caractérisée par une présence d'un très large éventail de possibilités formelles pour la réalisation du potentiel humain de son engagement civique, y compris de sa participation publique. Les transformations sociales et politiques des deux dernières décennies ont assuré le «droit à la vie» pour diverses institutions de la société civile - des associations et des organisations différentes, des partis dans le cadre de presque toutes les plateformes idéologiques (sauf extrémistes), des églises, des autorités locales, etc. En d'autres termes, les gens peuvent s'accomplir personnellement dans une variété de domaines et de secteurs de la vie, par la mobilité sociale horizontale et verticale active.

Toutefois, de nombreuses études sociologiques montrent que peu de citoyens russes font appel aux possibilités offertes. Cette contradiction entre les possibilités d'accomplissement personnel et le peu de demande, apparaît aux yeux des experts comme l'une des principales distorsions de la vie sociale moderne en Russie alors qu'en France la situation est totalement différente.

À cet égard, des questions importantes se posent pour notre étude: si la nouvelle génération est capable de surmonter cette contradiction, si une attitude positive envers les possibilités mises à disposition par la société civile, se forme parmi les jeunes, si la participation publique devient un domaine important de l'activité, de l'accomplissement personnel et de la mobilité sociale pour la jeunesse ou si au contraire elle passe outre toute ces possibilités comme l'a fait l'ancienne génération**.**

Pour répondre à ces questions on doit se demander si aujourd'hui les principes de citoyenneté et d'engagement civique sont hypertrophiés. L'esprit d'individualisme et la croissance des activités économiques et financières comme valeurs internationales d'un pays ont particulièrement contribué au désengagement des citoyens au profit de l'indépendance individuelle. A ce propos, «Pierre Bourdieu et Daniel Gaxie ont «épinglé» l'illusion qui entoure les notions de citoyenneté et d'engagement civique : la notion d'engagement ne serait qu'une «idéologie masquant la domination des citoyens, simples spectateurs, par les professionnels de la politique».[311]

[311] Jérôme Karsz. La communication politique partisane sur Internet en France. Mémoire de maîtrise d'information-communication réalisé sous la direction de M. le Professeur Thierry Vedel. Séminaire de communication politique. 2000 - 2001

Portant sur ce point de vue, certains chercheurs distinguent une participation politique «autonome» et «de mobilisation». La participation de mobilisation est considérée comme l'engagement des gens en politique contre leur gré : «L'individu s'insère dans la vie politique, devenant l'otage de la volonté des dirigeants, des autorités et leur habilité à manipuler des gens». Cela élimine la possibilité des citoyens d'influencer les actions politiques pour résoudre leurs problèmes individuels. Le type mobilisateur de contrôle est un des moyens les plus efficaces pour maintenir et exercer le pouvoir dans les régimes autoritaires et totalitaires. Toutefois, le témoignage de l'engagement politique de mobilisation n'est pas rare dans les démocraties, où la mobilisation revêt un caractère plus doux, ne limite pas la liberté physique des citoyens, et oriente leurs actions dans un sens politique nécessaire au gouvernement.

À notre avis, l'activité politique des jeunes se manifeste sous les formes suivantes :

• l'activité pré-électorale et électorale, c'est à dire l'activité dont l'objectif est l'aspiration à influencer les résultats des élections : une participation dans les campagnes électorales, une agitation pour certains candidats, un vote aux élections, etc. ;

• l'activité organisée : une participation aux activités des organisations politiques pour la jeunesse, ainsi que la participation aux mouvements sociaux dont l'objectif est un impact évident sur le processus de prise de décisions gouvernementales ;

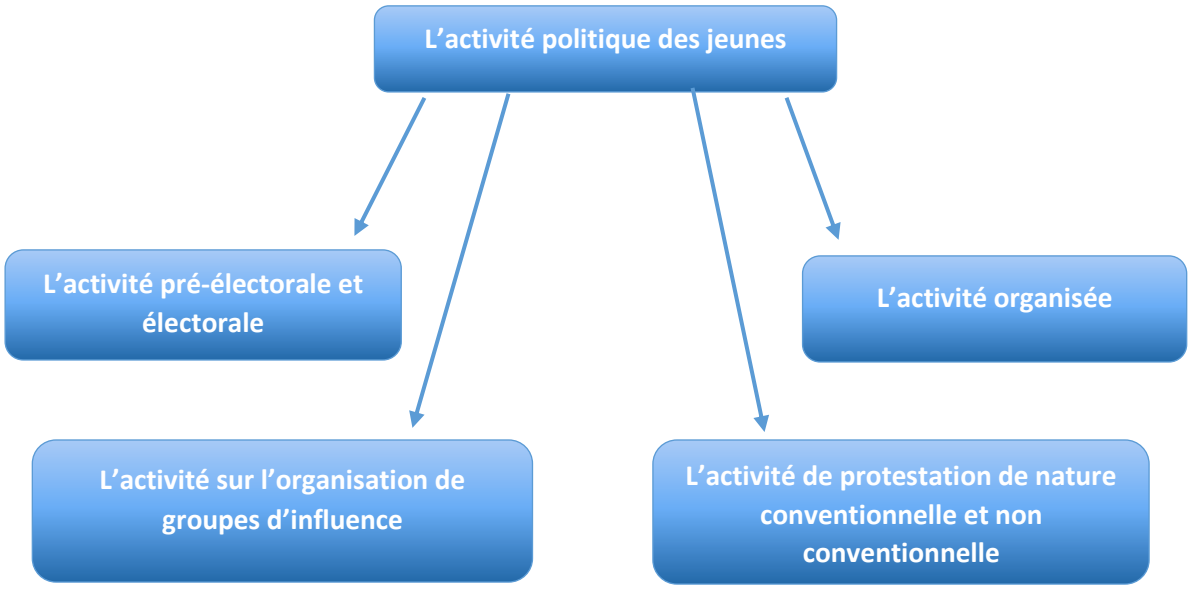
• l'activité sur l'organisation de groupes d'influence: les efforts visant à la mise en place et au développement ultérieur des groupes et des organisations utilisant dans leurs activités des méthodes politiques de lutte et ayant pour objet la résolution des problèmes politiques;

• l'activité de protestation de nature conventionnelle et non conventionnelle, exprimant les orientations politiques de protestation.

D'habitude un système complexe de facteurs influe sur le niveau de la participation des citoyens à la vie sociale et politique. A titre de facteurs objectifs on peut citer des caractéristiques d'âge (une labilité de la conscience politique, une forte sensibilité à la manipulation), la situation financière instable (une cessation de travail pour la jeunesse qui fait des études, de faibles revenus en début de carrière professionnelle pour ceux qui travaillent), le type autoritaire du régime politique (un bureaucratisme, un manque de transparence du système du pouvoir d'Etat), la phase de développement économique et social.

Les facteurs subjectifs comprennent la méfiance ou la confiance dans les institutions étatiques et en l'avenir, la satisfaction ou la non-satisfaction de sa propre vie, la présence ou l'absence d'intérêt pour la politique, etc.

Figure 3.1 Les formes de l'activité politique des jeunes



Nous allons essayer de démontrer dans le premier chapitre de la deuxième partie que la première forme de l'engagement politique des jeunes est très développée et populaire en France. En effet, la jeunesse française est habituée à croire en la possibilité de changer son avenir, et pour cela, elle veut agir avant l'élection en essayant d'influencer son environnement pendant la course préélectorale des candidats et en se rendant aux urnes afin que son vote soit pris en compte. C'est pour cela que «la participation électorale est élevée en France puisqu'elle concerne 75 % des jeunes (toute forme de participation confondue, par exemple les élections de délégués de classe). Hormis le vote, la participation s'exprime avant tout dans des formes d'engagement politique non instituées, plus que dans le cadre d'une organisation, d'un parti ou d'un syndicat».[312] Tandis que la jeunesse russe s'engage peu en politique et préfère contester car dans son immense majorité elle ne croit pas que la voix de chacun puisse changer quelque chose au final. Cette jeunesse russe exprime son insatisfaction au sujet des résultats d'élections déjà passées et organise des marches légales ou illégales à l'appui de l'opposition au gouvernement actuel (c'est ce que nous verrons à l'exemple des interviews avec des militants et des partisans des mouvements d'opposition russes, tels que le parti national démocratique, l'association ethno-politique «les Russes», le parti «Pomme» et les autres).

Aujourd'hui dans les opinions des jeunes russes se manifeste de plus en plus le nihilisme politique, exprimé dans une grande méfiance à l'égard des appareils existants de diverses institutions du gouvernement, dans l'attitude méprisante envers eux et leurs décisions.

[312] La jeunesse vote pour plus de démocratie. Un sondage de l'agence AFEV commenté par une dizaine d'experts. Observatoire de la jeunesse solidaire. URL : http://www.injep.fr/sites/default/files/documents/AFEV_CP_ Observatoire_Jeunesse_Solidaire_2014_v040214.pdf

Les jeunes croient que le pouvoir réel dans le pays appartient à la mafia - 31% de jeunes hommes et des filles, au président – 24%, au gouvernement - 7% et au parlement - 4%.[313] Le degré de confiance dans les institutions étatiques est en corrélation avec la présence d'éléments de politique publique en faveur de la jeunesse. Le parlement russe a prêté attention aux problèmes de la jeunesse, du moins au niveau fédéral.

La méfiance envers les autorités, une attitude critique envers le système politique de la société, provoquent la protestation sociale des jeunes. Une forme de protestation politique de la jeunesse dans les conditions modernes peut devenir aussi une apathie sociale dans l'attente d'un changement total ou partiel du système politique. Il est de plus en plus rare que les jeunes prennent part au travail de certains organismes publics.

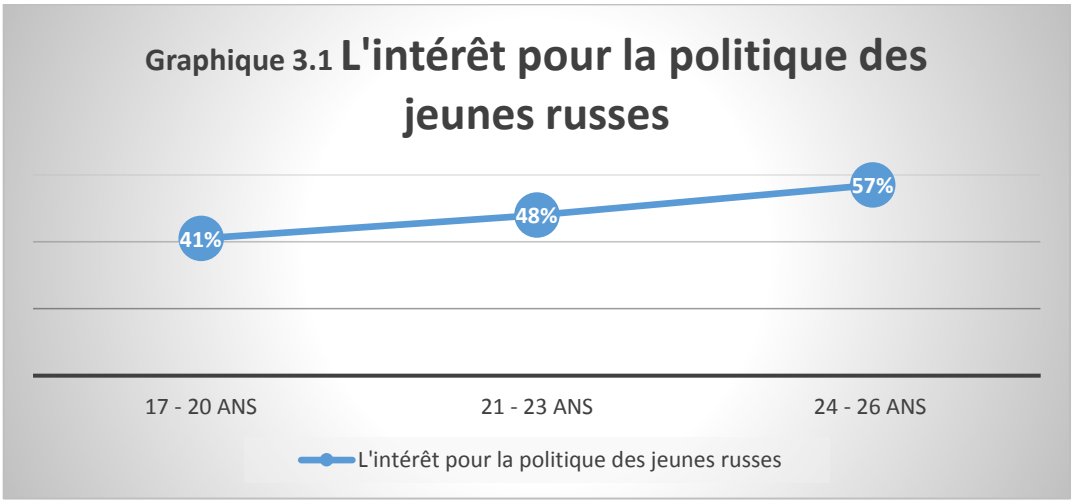
Les médias jouent un rôle de leader incontesté dans la formation de l'idéologie et de la culture politique de la jeune génération, et cela a une conséquence significative sur la conscience politique et le comportement. En utilisant les grandes capacités des médias, des acteurs politiques ne prennent pas toujours assez en compte le fait que les jeunes, bien que prêts à prendre part à la vie politique, y compris spontanément, cherchent cependant à réaliser pleinement leurs intérêts individuels. Cela se reflète sur les modes de réalisation de leurs activités sociales et politiques, qui se concrétisent d'une part, par une augmentation de l'opinion de protestation, d'autre part, par une répugnance à participer à la vie politique, en particulier dans les projets dans lesquels les jeunes ne voient ni leur position ni leur destination. Par conséquent, il est particulièrement d'actualité d'envisager le problème de l'étude des mécanismes d'inclusion des jeunes dans le système des relations et des liens politiques pour trouver les moyens de surmonter son apathie politique.

Des études menées par l'Institut de sociologie de l'Académie des Sciences Russe, montrent que la proportion de jeunes, qui participent directement à des activités politiques, est d'environ 2%.[314] À peu près au même niveau qu'il y a 10 ans, reste le nombre de jeunes russes qui sont intéressés activement à la politique (14%). [315] Mais en même temps la proportion de jeunes qui sont intéressés par la politique occasionnellement a baissé de 20% et de 30 % à presque 50 % celle de jeunes qui ne sont pas du tout intéressés.

Ainsi, dans le groupe d'âge le plus jeune 17-20 ans, l'intérêt pour la politique est manifesté par 41%, dans le groupe d'âge moyen (21-23 ans) par 48% et enfin dans celui supérieur (24-26 ans) par 57%. De plus, dans le groupe des «aînés», la proportion d'intéressés

[313] Iosif Dzialoshinsky. Les médias et les activités sociales de la jeunesse russe // Médias. Information. Communication. URL : http://mic.org.ru/3-nomer-2012/134-media-i-sotsialnaya-aktivnost-molodezhi
[314] La jeunesse de la nouvelle Russie : des priorités axiologiques // Le site officiel de l'Institut de la Sociologie de l'Académie Russe des Sciences. URL : http://www.isras.ru/analytical_report_Youth_5_1.html
[315] La jeunesse de la nouvelle Russie : des priorités axiologiques // Le site officiel de l'Institut de la Sociologie de l'Académie Russe des Sciences. URL : http://www.isras.ru/analytical_report_Youth_5_1.html

par la politique dépasse le nombre de ceux qui n'y sont pas intéressés (57% contre 42%). De même la jeunesse qui est satisfaite de sa situation financière (par rapport à ceux qui estiment ce statut négativement) s'intéresse beaucoup plus à la politique.



Les chiffres présentés en Russie semblent très tristes par rapport à ceux en France, où on voit une plus grande participation des jeunes à la vie politique et à leur avenir. «Plus de la moitié (55 %) des jeunes déclare que la politique est importante dans leur vie, plus de 8 jeunes sur 10 suivent son actualité».[316]

«La moitié des jeunes déclare avoir déjà signé une pétition, près de 30 % ont déjà participé à une manifestation contre 5 % déclarant agir dans le cadre d'un syndicat et 7 % dans un parti politique. Les réseaux sociaux sont utilisés par 20 % des jeunes pour relayer des campagnes militantes.

Le niveau de participation électorale est moins élevé chez les jeunes à faible niveau d'étude (80 % à Bac + ; 62 % à Bac -). Cependant, l'intérêt pour la vie politique reste important puisque 75 % des personnes à faible niveau d'études suivent les actualités de la vie politique».[317]

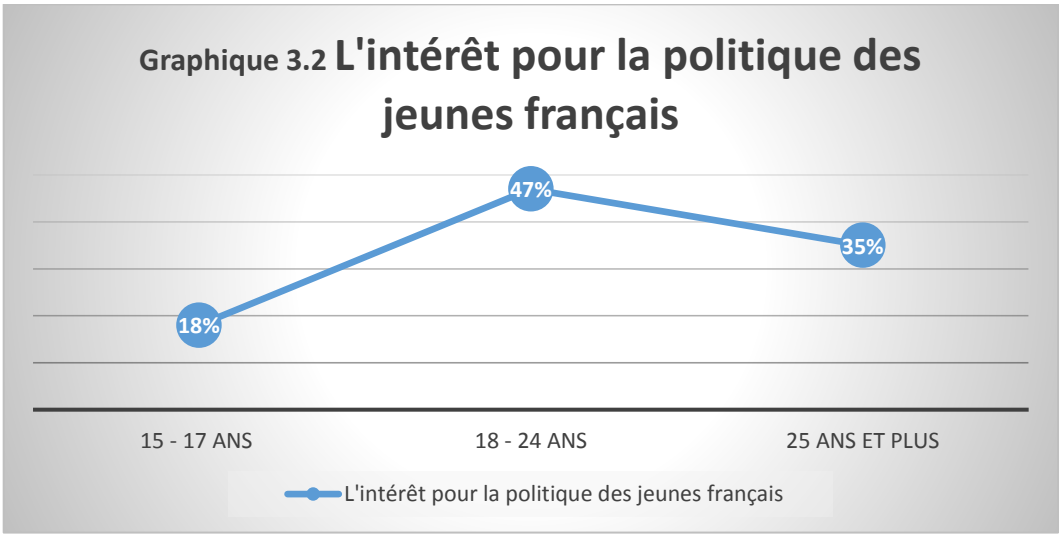
En parlant des groupes d'âge, dans le groupe le plus jeune 15 – 17 ans, 18% des jeunes s'intéressent à la politique, dans le groupe d'âge moyen 18 – 24 ans, 47% des jeunes ont de l'intérêt pour la politique et enfin, dans celui supérieur 35% le font.[318] Alors on peut conclure

[316] La jeunesse vote pour plus de démocratie. Un sondage de l'agence AFEV commenté par une dizaine d'experts. Observatoire de la jeunesse solidaire. URL : http://www.injep.fr/sites/default/files/documents/AFEV_CP_Observatoire_Jeunesse_Solidaire_2014_v040214.pdf

[317] La jeunesse vote pour plus de démocratie. Un sondage de l'agence AFEV commenté par une dizaine d'experts. Observatoire de la jeunesse solidaire. URL : http://www.injep.fr/sites/default/files/documents/AFEV_CP_Observatoire_Jeunesse_Solidaire_2014_v040214.pdf

[318] La jeunesse vote pour plus de démocratie. Un sondage de l'agence AFEV commenté par une dizaine d'experts. Observatoire de la jeunesse solidaire. URL :

qu'à l'encontre de la France, l'intérêt pour la politique en Russie grandit avec l'âge des jeunes : plus les jeunes deviennent âgés et indépendants de leurs familles, plus ils s'impliquent dans la vie politique.



Pour augmenter le taux d'engagement politique des jeunes, une tâche importante de l'État russe et des institutions de la société civile, est de créer les conditions nécessaires pour la participation active des jeunes dans le développement de la démocratie en Russie, pour la défense des intérêts du groupe, ainsi que pour la mise en œuvre de la stratégie de vie et le succès personnel. Les médias représentent une de ces institutions qui sont en mesure de contribuer à la compréhension critique des activités des acteurs politiques, à l'identification de ses propres intérêts, à la conscience de la nécessité de protéger des valeurs politiques de son groupe social. Cependant, dans la Russie moderne la mise en œuvre de ces fonctions est empêchée par la dépendance financière et idéologique des médias à l'égard de l'élite politique et de grandes entreprises, ce qui complique le choix du comportement politique rationnel des jeunes et amène à l'aliénation du processus politique. Ainsi on peut donc affirmer que dans une certaine mesure l'impact d'information des médias a un caractère destructeur.

Par contre, cette théorie de l'engagement superficiel des citoyens peut être contestée si on prend en compte le rôle actuel et reconnu, voir grandissant des réseaux sociaux en matière d'échange d'information. Ceux-ci ont un grand impact sur la formation des valeurs, l'orientation, les convictions politiques et sur les processus de l'activité sociale de la jeunesse russe et française. L'échange d'information joue un rôle prédominant dans les médias en contrôlant les actions d'un individu qui recherche ou produit des informations.

http://www.injep.fr/sites/default/files/documents/AFEV_CP_Observatoire_Jeunesse_Solidaire_2014_v040214.pdf

En appelant à l'analyse de la structure interne de l'activité média, il est raisonnable de se rappeler une formule proposée à l'article 29 de la Constitution russe, qui stipule que chacun a le droit de rechercher, de recevoir, de transmettre, de produire et de diffuser l'information par tous les moyens légaux. Il est donc possible d'identifier six principaux types d'activité média :

- la recherche
- la réception,
- la consommation,
- la transmission,
- la production,
- la diffusion d'information de masse

De surcroît, la réalité contemporaine de la société russe témoigne de la relance de l'activité des partis politiques dans le domaine de la politique de la jeunesse en vue d'élargir leur électorat et de rajeunir leurs rangs.

A. L'engagement dans la vie politique : l'appartenance des jeunes russes et français aux organisations de jeunesse...

Dans la science politique moderne la politique à l'égard de la jeunesse cherche à influencer leur socialisation et développement politiques.

L'année 2005 est une année record selon le nombre des organisations de jeunesse apparues dans l'Etat russe en raison de l'occupation d'une niche vide au cours des dernières décennies à la suite de la dissolution du komsomol. En particulier, dans le processus politique en cours, un certain nombre de partis politiques tentent d'impliquer des organisations de jeunesse reconnues dans leur travail. Par exemple, en Russie les organisations de jeunesse sont «Les nôtres», «De nouveaux gens», «La Russie jeune», «Notre pays» et d'autres qui réunissent une certaine partie de la jeunesse russe dans certaines régions du pays. Il faut remarquer que ces organisations à la différence de l'organisation de komsomol n'ont pas de structure ramifiée des organisations de partis primaires sur le territoire du pays tout entier. Cependant, il est nécessaire de souligner que les organisations de jeunesse peuvent être divisées en deux blocs. Le premier bloc regroupe des organisations de jeunesse qui résolvent les problèmes modernes en organisant et en déclenchant des mouvements politiques de rue, dont les participants actifs sont généralement des jeunes. Ainsi, par exemple quand en 2013 la jeunesse qui fait partie du syndicat étudiant, est descendue dans les rues de Moscou, Saint-Pétersbourg, Astrakhan et d'autres villes, afin d'organiser des protestations contre «les décisions en coulisses visant à

éliminer la grande majorité des filiales des universités».[319] Ce syndicat a cru que de telles actions peuvent déboucher, en particulier, sur des tensions sociales croissantes entre des étudiants.

Le syndicat soutient la lutte pour l'amélioration de la qualité de l'éducation dans le pays, y compris par la fermeture des «boîtes pas sérieuses», notant qu'au cours des 20 dernières années en Russie, un grand nombre d'établissements d'enseignement est apparu», «soit offrant des services éducatifs de très faible qualité, soit proposant des diplômes sans valeur». [320]

«Toutefois, la fermeture mécanique massive des filiales, dans la pratique, conduit au flux financier négatif des universités, au licenciement des enseignants, à la perturbation du processus éducatif et à la baisse de qualité des futurs diplômés des universités et des filiales supprimées»,[321] - a été annoncé dans une déclaration du syndicat étudiant.

La même réaction négative de la jeunesse russe et de multiples actions dans les villes ont été provoquées par la réforme proposée en 2012 par le ministre de l'Education, Andreï Foursenko, sur la réduction des places financées par l'Etat dans les universités au vue de la situation démographique dans le pays et la commercialisation globale de l'éducation. Il a annoncé qu'une telle réforme structurelle devrait être une source d'augmentation significative des salaires du personnel enseignant de l'enseignement supérieur.

Des représentants du syndicat étudiant ont dénoncé qu'en revanche la déclaration du ministre contredisait les engagements sociaux de l'Etat.

«Nous croyons que le principe fondamental de la réforme de l'éducation doit être l'accessibilité à l'éducation et sa grande qualité - a dit Artem Chromov, le président du syndicat étudiant russe. - Le ministre fait référence au fait que les économies sur l'éducation de la jeunesse peuvent permettre l'augmentation des salaires du corps enseignant. Nous proposons de résoudre le problème pas au détriment des élèves sortants, mais en réduisant les salaires des fonctionnaires et des employés de l'administration des universités».[322]

En France au premier rang des organisations de jeunesse, on peut rapporter la section française des Jeunes Européens fédéralistes, qui regroupe les adhérents de moins de 35 ans du Mouvement Européen-France ou par exemple, l'Association des Jeunes de France. Ainsi les Jeunes Européens – France organisent «des cafés européens (mis en œuvre par les groupes locaux) permettant de débattre de sujets européens dans un cadre convivial et informel et des

[319] L'union d'étudiant : la clôture de nombreuses branches des universités conduirait à des conséquences désastreuses // Rosbalt.ru. URL : http://www.rosbalt.ru/main/2013/12/03/1206622.html
[320] L'union d'étudiant : la clôture de nombreuses branches des universités conduirait à des conséquences désastreuses // Rosbalt.ru. URL : http://www.rosbalt.ru/main/2013/12/03/1206622.html
[321] L'union d'étudiant : la clôture de nombreuses branches des universités conduirait à des conséquences désastreuses // Rosbalt.ru. URL : http://www.rosbalt.ru/main/2013/12/03/1206622.html
[322] Aleksander Simonov. Les étudiants russes s'opposent à la réduction des places payés par l'Etat dans les universités // Le journal d'instituteur. URL : http://www.ug.ru/news/3587

conférences, colloques ou petits déjeuners, des séminaires nationaux de même qu'internationaux organisés avec d'autres sections nationales ou dans le cadre de JEF-Europe, qui permettent de rassembler régulièrement plusieurs milliers de jeunes militants européens, notamment le Séminaire international de Paris».[323]Ils mettent en pratique également «des actions de sensibilisation de l'opinion, au travers d'opérations nationales ou locales, et de promotion de l'idéal démocratique telle que l'action de sensibilisation à la situation politique en Biélorussie. L'action a consisté à bâillonner les statues et leur mettre des écriteaux indiquant «Laissez parler les Biélorusses» (ils considèrent le régime en Biélorussie comme dictatorial)». Ou par exemple, les Jeunes Européens – France se sont engagés dans les manifestations contre Jean-Marie Le Pen entre les deux tours de l'élection présidentielle française de 2002, ce qui traduit le caractère parfois protestataire de cette association. Par contre son programme «Eurotour des facs» porte un caractère pacifique et vise à la sensibilisation dans les universités aux programmes de mobilités européennes et internationales tels qu'Erasmus, le Service Volontaire Européen etc.

Le deuxième rang de jeunesse résout le problème de l'intégration des jeunes dans les différentes sphères de la vie, par exemple presque dans tous les instituts et universités russes il y a des conseils étudiants dont l'objectif est de déterminer les enseignants et les étudiants à résoudre des problèmes actuels et réaliser des initiatives existantes. Le conseil des étudiants depuis sa création joue le rôle d'un pont entre les étudiants et l'administration de l'université. Un tel conseil est présent également à l'Université Russe de l'Amitié des Peuples où, sous sa direction, il y a environ 150 associations et organisations étudiantes telles que des comités étudiants de chaque faculté, le conseil féminin, les amicales de tous les pays présents à l'université, des conseils des résidences universitaires et d'autres. L'Université accorde une grande attention à l'autogestion étudiante.

Parmi des organisations de jeunesse du deuxième rang en France on peut citer L'Union Nationale des Etudiants de France, fondée en 1907, reconnue d'utilité publique en 1929, première organisation étudiante, qui est le seul syndicat présent dans tous les établissements d'Enseignement Supérieur. «Indépendante des partis politiques, des administrations, comme des gouvernements, l'UNEF intervient pour représenter, informer et défendre les étudiants quelle que soit leur filière ou leur origine».[324]Comme c'est déclaré dans l'ouvrage «Qu'est-ce que l'UNEF» paru en 2010 : «L'UNEF se fixe comme objectif de défendre les intérêts matériels et moraux de 2,2 millions d'étudiants et de porter les aspirations de toute la jeunesse». Ainsi,

[323] La définition des «Jeunes Européens – France» // Wikipédia. URL : http://fr.wikipedia.org/wiki/Les_ Jeunes_Europ%C3%A9ens -France

[324] Qu'est-ce que l'UNEF // Le site officiel de l'UNEF. URL : http://unef.fr/category/unef/quest-ce-que-lunef/

par exemple, au printemps 2006, elle était, avec la FAGE, au cœur de la mobilisation étudiante contre le CPE (contrat première embauche).

Parmi les organisations françaises de même nature on peut classer la Fédération des Associations générales étudiantes, l'Union national interuniversitaire, le Mouvement des Etudiants, Promotion et défense des étudiants, la Confédération étudiante et Solidaires étudiant-e-s.

Il faut bien noter que les organisations de jeunesse des deux rangs donne une nouvelle direction à la politique de la jeunesse de la Fédération de Russie et de France, à savoir la participation et l'engagement des jeunes, y compris politique.

La réalisation des objectifs et des intérêts des jeunes au cours de l'intervalle de temps sera rapide et efficace lorsque les jeunes eux-mêmes vont influencer les prises de décisions politiques. Dans cette approche, la politique de jeunesse peut être considérée comme un phénomène indépendant de la vie politique, présentant un intérêt pour les leaders des partis politiques, qui dans la construction de parti, ainsi que dans la définition de la stratégie et de la tactique, et compte tenu des caractéristiques de la jeunesse d'aujourd'hui, seront en mesure de résoudre le problème principal – l'accès au niveau du gouvernement.

B. ...et aux jeunes branches de différents partis politiques. Les partis politiques font le plein de jeunes militants pour se renouveler.

Tout d'abord, au sujet de la jeunesse appartenant aux différents partis politiques, on doit noter que nous partageons le point de vue d'un jeune chercheur russe D. Bychkov, qui estime que «Tout parti politique arrive à la découverte de l'importance de la politique de la jeunesse pour lui-même de différentes façons. Cependant, il y a des raisons pour lesquelles la technologie politique universelle motive les jeunes à s'engager en politique. Parmi ces raisons, il convient de noter avant tout le potentiel électoral considérable des jeunes gens, en deuxième lieu, une image attractive de la jeunesse comme acteur de l'avenir, en troisième lieu, la nature spécifique de la mobilisation politique de la jeunesse».[325]

L'analyse des documents des partis politiques russes «La Russie Unie», «Le parti communiste de la Fédération de la Russie», «Le parti libéral démocratique de la Russie», «La Russie Juste» suggère qu'à la base du mécanisme de la politique de la jeunesse se trouvent les différentes façons d'inclusion et d'engagement des jeunes en politique. On note que les dirigeants des partis politiques offrent initialement une place aux jeunes dans leurs activités. En conséquence, les possibilités des jeunes russes comme sujets actifs en politique sont limitées

[325] Bychkov D.V. Les partis politiques dans le processus de la socialisation politique de la jeunesse dans le cadre de la Russie moderne // ZPU-journal.ru. URL : http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/1/Bychkov/

par les idéologues des partis politiques, tandis qu'en France il n'y a pas de restrictions pour que les jeunes participent à la prise de décision politique, sauf s'ils ne se rendent pas aux urnes. Au contraire, on encourage fortement la pleine participation dans les processus politiques, y compris sur certains partis.

Dans les documents des partis russes qui encadrent les activités dans le domaine de la politique de la jeunesse, on relève deux niveaux de mise en œuvre : stratégique et tactique. Beaucoup de choses dépendent précisément du niveau stratégique, mais dans les documents d'orientation, les partis politiques se contentent de phrases convenues sur l'avenir des jeunes. La solution du problème repose sur le fait que dans tous les documents il s'agit de la diffusion des valeurs humaines et des idéaux, de la conception d'un nouveau mode de vie, qui comporterait naturellement toute la variété des normes existantes et à long terme contribuerait à leur développement dans les normes universelles. À notre avis, il n'est pas légitime de se limiter à des slogans communs et à la déclaration de quelques dispositions sur le plan stratégique. Au niveau tactique, les mêmes partis politiques fixent des tâches à court terme, généralement liées au processus électoral. Les partis politiques russes ne montrent un intérêt que pour le destin de la nation en général et parfois pour celui des jeunes. Par exemple, un parti politique tel que «La Russie unie» est l'initiateur de projets nationaux, y compris quelques projets liés au soutien des jeunes.

Outre cela, en Russie de nombreux partis politiques ont aujourd'hui leurs propres organisations de jeunesse telles que «La jeune garde», «La Pomme» pour la jeunesse, «L'union agraire russe de la jeunesse», «Les Faucons de Jirinovsky», «L'organisation de jeunesse de l'Union des Forces de Droite» et autres…

Ces derniers temps, certains partis (comme le Parti libéral démocratique de la Russie et «La Pomme») tentent de créer des écoles des partis afin de préparer des militants pour le travail ultérieur.

Il est indéniable que les bureaux de jeunesse auprès des partis politiques russes permettent aux jeunes d'acquérir une expérience de travail du parti et même de faire une carrière sur la ligne du parti, mais ils n'ont pas encore réussi à mobiliser la jeune génération pour résoudre les problèmes importants auxquels fait face la société.

La méfiance des jeunes à l'égard des partis politiques est liée au fait que ceux-ci, en règle générale, ne disposent pas d'une politique de jeunesse bien conçue et les jeunes sont utilisés comme une réserve pour reconstituer les rangs du parti ou «une branche de combat» pour les actions de rue et les manifestations radicales. Les activités des jeunes dans ces organisations consistent à la présence aux rassemblements, à l'affichage des tracts, mais pas à la participation, à la gestion et la prise de décision. Les dirigeants des partis politiques et des

politiciens influents se rendent compte que le contrôle de la conscience politique des jeunes permet de générer un capital politique important et de surveiller le segment croissant du champ de la politique.

L'action collective devient moins importante au niveau national à l'époque de la mondialisation. En ce qui concerne les partis politiques français, les repères sont de plus en plus altérés et les confrontations gauche-droite ne sont plus aussi évidentes. Ainsi, ces changements influent sur les comportements des jeunes aux élections. Il est vrai qu'actuellement les jeunes votent moins que leurs aînés et sont de temps en temps en retrait du jeu électoral. Mais ils peuvent être également des acteurs de premier rang comme lorsqu'ils défendent des Droits de l'Homme et se mettent à la tête de mouvement de revendication liés à l'éducation ou à la formation. On observe une alternance entre participation et abandon, et le fait que les jeunes conçoivent le vote plutôt comme un droit qu'un devoir civique, est la cause de cette hésitation. En effet, ne pas voter est également un droit. La décision est tout d'abord l'objet d'un choix plus individualisé. Il y a, par conséquent, une plus grande labilité des choix. Les jeunes utilisent d'une autre façon les outils politiques mis à leur disposition. L'abstention n'équivaut pas à de l'indifférence : elle est signe de défiance, de protestation et d'insatisfaction. L'abstention est un message politique. En fait, l'action politique des jeunes continue d'exister et de se développer, tandis que le contenu de leur engagement a changé.

La méfiance des jeunes envers le personnel politique est évidente : «ils sont 84 % à faire peu ou pas confiance du tout aux hommes politiques pour que la société évolue dans le sens qu'ils souhaitent»[326], selon l'enquête *15-35 ans : les individualistes solidaires*. Selon la même enquête, «cela ne marque en aucun cas un désintérêt pour la politique».[327]

D'après l'enquête d'Anne Muxel, sociologue et directrice de recherche au CNRS, les partis politiques cherchent à recruter de jeunes adhérents. «1 % des jeunes adhèrent à un parti politique et 4 % des jeunes travailleurs à un syndicat. C'est peu mais chez leurs aînés, ce n'est pas beaucoup mieux (respectivement 1 % et environ 8 %)».[328] Les jeunes s'impliquent dans la politique par défiance à l'égard des appareils politiques traditionnels. Ils ont envie de garder leur libre arbitre et leur autonomie.

«Les jeunes en France sont toujours plus à gauche dans leur ensemble que les autres classes d'âge, mais moins à gauche que ne l'étaient leurs parents au même âge. En ce sens, il y

[326] Les jeunes et la politique. Je t'aime, moi non plus // Animafac.net. URL : http://www.animafac.net/blog/les-jeunes-et-la-politique-je-t-aime-moi-non-plus/
[327] Les jeunes et la politique. Je t'aime, moi non plus // Animafac.net. URL : http://www.animafac.net/blog/les-jeunes-et-la-politique-je-t-aime-moi-non-plus/
[328]Catherine Halperne. Rencontre avec Anne Muxel : «Les jeunes ont un nouveau rapport au politique» // scienceshumaines.com. URL : http://www.scienceshumaines.com/rencontre-avec-anne-muxel-les-jeunes-ont-un-nouveau-rapport-au-politique_fr_28305.html

a un relatif affaiblissement des choix de gauche, et les écarts entre générations se réduisent au fil du temps. Mais il faut noter une diffraction très forte entre la jeunesse éduquée et la jeunesse non éduquée. La première est marquée par un tropisme de gauche. Il en va autrement des jeunes actifs sans diplômes. Ces derniers en 2007 au second tour ont voté en majorité (à 55 %) pour Nicolas Sarkozy et 22 % ont voté pour Jean-Marie Le Pen au premier tour (contre seulement 3 % des étudiants)».[329]

Malgré ce gauchisme jeune, de nombreuses «branches jeunes des différents partis politiques» sont apparues ces dernières années en France. On retrouve à l'extrême gauche «Mouvement Jeunes communistes de France», «NPA Jeunes», «Alliance des jeunes révolutionnaires». A gauche on peut citer «Jeunes Verts», «Mouvement des jeunes socialistes», «Jeunes Radicaux de Gauche». Au centre on trouve «Jeunes Démocrates», «Jeunes Centristes». Parmi les organisations jeunes droites on peut ranger «Jeunes UMP», «Jeunes CNI», «Jeunes pour la France» et enfin, parmi celles d'extrême droite «Front national de la jeunesse».

Les jeunes qui ont moins de 30 ans, qui sont plein d'énergie et très motivés représentent la cible des partis politiques qui veulent se renouveler. Alors qu'au niveau national les partis cherchent à recruter ou même garder leurs troupes, dans les Hauts-de-Seine, ils font à l'inverse le plein de jeunes militants pendant l'été 2014. «Soit + 10 % d'inscriptions sur un an pour les Jeunes Populaires de l'UMP avec 2 200 adhérents début juin, + 35 % pour les Jeunes Socialistes (340 adhérents), + 19 % pour le Front National de la Jeunesse, + 25 % pour les Jeunes Forces Démocrates de l'UDI».[330]

Les inscriptions sont stables pour les Jeunes Démocrates et les Jeunes Ecologistes. «Pendant les périodes sans élection, le but est que les jeunes continuent à s'engager en politique et à renouveler le parti, c'est un enjeu majeur»,[331] confie le délégué départemental UDI, Denis Larghero. « Paradoxalement, on a beaucoup plus ressenti l'esprit militant après 2012»[332], constate Clément Forestier, responsable des Jeunes Populaires du département numéro 92. «Suite à la défaite de Nicolas Sarkozy, chacun s'est rendu compte que rien n'était acquis et qu'il fallait s'investir. Ne plus être au gouvernement est aussi l'occasion pour les militants de se

[329] Catherine Halperne. Rencontre avec Anne Muxel : «Les jeunes ont un nouveau rapport au politique» // scienceshumaines.com. URL : http://www.scienceshumaines.com/rencontre-avec-anne-muxel-les-jeunes-ont-un-nouveau-rapport-au-politique_fr_28305.html
[330] Les partis font le plein de jeunes militants // leparisien.fr. URL : http://www.leparisien.fr/espace-premium/hauts-de-seine-92/les-partis-font-le-plein-de-jeunes-militants-25-07-2014-4025631.php
[331] Les partis font le plein de jeunes militants // leparisien.fr. URL : http://www.leparisien.fr/espace-premium/hauts-de-seine-92/les-partis-font-le-plein-de-jeunes-militants-25-07-2014-4025631.php
[332] Les partis font le plein de jeunes militants // leparisien.fr. URL : http://www.leparisien.fr/espace-premium/hauts-de-seine-92/les-partis-font-le-plein-de-jeunes-militants-25-07-2014-4025631.php

recentrer sur les projets locaux. Et parallèlement, on a la chance de toujours avoir des élus qui occupent de grandes fonctions dans les Hauts-de-Seine».[333]

Les nouveaux adhérents sont un atout grâce à leur regard neuf pour les partis. Ils organisent des débats internes avec des sujets auxquels les plus âgés n'auraient pas forcément été sensibles : l'égalité des chances et des possibilités, l'identité numérique ou encore l'entrée dans la vie active. «Les jeunes apportent aussi une nouvelle façon de militer. Ils mettent fin au « tractage à la papa»»[334] consent Axel Allain, adhérent à Europe Ecologie-Les Verts (EELV) et responsable de l'association Jeunes Ecolos dans les Hauts-de-Seine. «Les cafés politiques, les opérations speed dating, ou encore les light off font partie de cette nouvelle génération d'actions. Le light off ? Cela consiste à prendre des perches pour éteindre les enseignes des magasins la nuit. Habillés en jaune fluo, les militants rencontrent les passants et font parler d'eux. Une fois ces actions testées par les Jeunes Ecolos, EELV s'inspire des trouvailles».[335]

L'Union des démocrates et indépendants (l'UDI), elle, a repris à son compte les after work créés par ses jeunes troupes : des rencontres dans un café entre des militants et des jeunes actifs qui partagent leurs expériences. «Et notre jeunesse a moins peur d'utiliser certains outils de communication modernes comme Twitter, reprend Axel Allain. Enfin, ces recrues permettent aussi aux partis d'avoir plus de légitimité dans leurs discours politiques pour s'adresser aux jeunes, leur parler de précarité, de chômage, de formation, etc.».[336]

Ultérieurement dans notre étude nous allons nous concentrer uniquement sur les trois jeunes branches : «Les jeunes de l'UMP» (les jeunes populaires), «Le mouvement des Jeunes Socialistes» et «Le Front National de la Jeunesse» qui représentent des jeunes de trois principaux partis politiques aujourd'hui, et nous allons voir de quelle façon ils se mobilisent *on-line* ainsi que *off-line* pour supporter leurs candidats aux élections présidentielles et municipales.

À l'heure actuelle, dans l'espace politique russe et français il y a un large éventail d'organisations politiques de jeunes qui diffèrent par leur méthode de création (par le haut ou par le bas), leur idéologie différente (droite, gauche, centre), leur structure (hiérarchique, de réseau) et le nombre d'adhérents.

En France comme en Russie, le manque d'implication massive des jeunes dans les organisations politiques et leur défiance à l'égard des appareils politiques, et par conséquent

[333] Les partis font le plein de jeunes militants // leparisien.fr. URL : http://www.leparisien.fr/espace-premium/hauts-de-seine-92/les-partis-font-le-plein-de-jeunes-militants-25-07-2014-4025631.php
[334] Les partis font le plein de jeunes militants // leparisien.fr. URL : http://www.leparisien.fr/espace-premium/hauts-de-seine-92/les-partis-font-le-plein-de-jeunes-militants-25-07-2014-4025631.php
[335] Les partis font le plein de jeunes militants // leparisien.fr. URL : http://www.leparisien.fr/espace-premium/hauts-de-seine-92/les-partis-font-le-plein-de-jeunes-militants-25-07-2014-4025631.php
[336] Les partis font le plein de jeunes militants // leparisien.fr. URL : http://www.leparisien.fr/espace-premium/hauts-de-seine-92/les-partis-font-le-plein-de-jeunes-militants-25-07-2014-4025631.php

l'inévitable diminution de l'intérêt des jeunes pour des activités politiques, n'a pas entraîné d'apathie politique absolue dans aucun de deux pays. Les enquêtes sociologiques indiquent qu'au cours des cinq dernières années les taux faibles mais stables de participation des jeunes russes et français dans les organisations politiques se maintiennent.

3.1 La présence des jeunes sur les réseaux sociaux en tant que forme d'engagement politique

Chez les Jeunes populaires de l'UMP, Julien Rutard, 23 ans, témoigne : «Avec le recours aux réseaux sociaux, c'est facile de motiver les jeunes. Pour la prochaine présidentielle, on sent déjà un frémissement».[337]Certes, il faut reconnaître que le réseau Internet est un moyen important et un catalyseur de mobilisation et de diffusion d'un message politique qui est capable de déclencher un débat sur une variété de sujets, mais nous ne devons pas oublier que les réseaux sociaux ne restent pour l'instant qu'un outil auxiliaire de la politique réelle qui favorise l'exercice de la citoyenneté. Cela vient de ce que seuls des personnes intéressées par les actualités et les processus politiques dans la vraie vie et qui les discutent avec leurs amis, camarades d'université ou collègues, restent actifs et motivés en ligne et représentent un relais d'opinion pour leurs «amis» sur les réseaux sociaux. A la suite des interviews que nous avons faites avec des partisans et militants des organisations de jeunesses politiques en France et en Russie nous sommes arrivés à une telle conclusion. En effet, les gens qui ne regardent pas des débats politiques à la télévision, qui ne sont pas au courant des évènements y compris politiques qui se passent dans leur pays, ne se mettront sûrement pas à suivre des hommes ou partis politiques ainsi que les différentes organisations de jeunes sur les réseaux sociaux. C'est pour cela que pour la plupart des organisations françaises le but n'est pas d'engager encore plus de jeunes dans leurs activités alors qu'ils partagent déjà leurs points de vue politiques, mais plutôt d'enrôler ceux qui sont un peu perdus dans la vie, qui hésitent entre les différentes orientations politiques car ils ne s'y connaissent pas dans ce domaine et s'abstiennent de participer aux discussions et de prendre position. Intéresser ceux qui ne le sont pas du tout c'est un grand travail pour chaque organisation de jeunesse ou partie politique et cela permet parfois la victoire aux élections. Ainsi, une des missions primordiales pour les organisations ou pour les partis c'est de faire partager à des jeunes qui les suivent déjà sur tous les réseaux sociaux le plus possible d'informations sur tous les évènements ou actions qu'ils organisent pour que les

[337] Bernard Gorcet. Les jeunes s'intéressent encore à la politique // la-croix.com. URL : http://www.la-croix.com/Actualite/France/Les-jeunes-s-interessent-encore-a-la-politique-_NG_-2011-01-20-605897

«amis» de ces jeunes sur Facebook, Twitter, Instagram etc. soient au courant et entrent sur leurs pages par intérêt dans un premier temps et ensuite pour s'y abonner.

Pour toutes ces raisons, de telles organisations comme le «mouvement des Jeunes Socialistes», les «Jeunes populaires» et les «Jeunes du Front National» organisent à plusieurs reprises dans tous les départements français par le biais des statuts sur les réseaux sociaux, des cafés de discussion, des tweets-apéro, des réunions auxquels ceux qui le souhaitent peuvent participer. C'est pour se faire connaître des jeunes et ainsi susciter leur intérêt et obtenir leur adhésion.

Entre-temps en Russie l'espace des réseaux sociaux a été très peu utilisé pour l'instant par l'Etat même s'il y a eu de bons exemples avec un groupe de Jeux olympiques de Sotchi qui a recueilli plus de 3 millions d'abonnés. Mais généralement un large public n'est presque jamais utilisé. «Une tâche directe du ministère de la culture de Moscou est d'interagir avec les habitants de la capitale et de leur parler de projets culturels, n'est-ce pas? - estime Alexander Filkin, le chef du service automatique pour la promotion sur les réseaux sociaux ADVK.ME, - 6000 personnes dans le groupe officiel, cela signifie le manque de travail dans ce sens. Néanmoins l'apparition de quelques groupes dans des structures formelles témoigne d'une tendance positive. J'espère que nous aurons bientôt des groupes avec des millions d'abonnés. Il est important pour les gens d'être en mesure de recevoir des informations directement de l'Etat».[338]

La promotion de projets publics et de programmes sociaux est de plus en plus cher en Russie, mais elle pénètre rarement sur les réseaux sociaux. Par exemple, le public du groupe principal du Service fédéral des impôts sur le réseau russe VKontakte est seulement de 2 mille, les huissiers de justice ont recueilli un peu plus de 12 mille personnes, et le ministère des affaires intérieures n'est pas en mesure de recueillir plus de 10 mille dans aucun de ses groupes. Le gouvernement de Saint-Pétersbourg a eu un peu plus de 50 mille abonnés, cependant l'un des nombreux groupes informels des designers italiens Dolce et Gabbana en Russie compte 400 milles personnes, celui de Victoria Beckham – 300 milles, et «Comedy Club» - plus de 2 millions de l'audience totale.

Selon l'évaluation de Filkin, créer le public constant de 1 à 2 millions de personnes sur les réseaux sociaux pour les projets publics importants, peut coûter de 5 à 10 millions de roubles (*nota :* de 110000 à 220000 milles). Compte tenu des budgets de relations publiques alloués à la réalisation de tels projets, qui peuvent se monter à des centaines de millions, voire des milliards de roubles, ces chiffres sont tout simplement ridicules. De plus, ultérieurement on peut travailler en permanence avec cette audience, sans presque aucuns frais. La formation sur

[338] Les réseaux sociaux peuvent devenir une plate-forme importante pour la promotion des programmes d'Etat : expert // Regnum.ru. URL : http://www.regnum.ru/news/polit/1829198.html

les réseaux sociaux d'un terrain propre à des projets clés nationaux peut fournir une ressource bon marché pour la poursuite de leur avancement. «Nous communiquons régulièrement avec des représentants de certaines entreprises et organismes publiques, nous faisons des consultations, mais jusqu'à présent, très peu d'entre eux se mettent à travailler activement sur le réseau social, - dit Filkin - mais je pense qu'après un certain temps ces terrains deviendront obligatoires pour tous les organismes et les structures d'Etat qui interagissent avec la population. Pour le moment, c'est le moyen le moins cher d'organiser une communication ouverte directe avec les citoyens».[339]

D'autre part, la non-utilisation par des organes étatiques des réseaux sociaux pour leur propre promotion donne des possibilités de spéculation sur leurs noms. Ainsi, le ministère des affaires intérieures et le service fédéral des impôts, et même le gouvernement de Moscou ont plusieurs groupes informels douteux, qui dépassent largement ceux formels, nombreux, et où l'information est présentée par des tiers.

C'est aussi le cas avec les pages du parti au pouvoir «Russie Unie» et des partis d'opposition systématique, il y a des douzaines de profils faux informels, qui ont un assez grand nombre d'abonnés, ainsi donc ayant accès aux informations peu fiables et vérifiées, et parfois carrément à de fausses informations. Cependant l'opposition russe hors système sur le réseau social russe VKontakte et sur Facebook a toutes les pages plus cohérentes, précises dans ses statuts et posts, et bien animées à un assez haut niveau par ses administrateurs.

Mais bientôt la situation en Russie est susceptible de changer beaucoup, puisque le 1 août 2014 est entrée en vigueur la loi, qui appartient à l'ensemble soi-disant antiterroriste, soumis à la Douma après les attaques terroristes à Volgograd les 29 et 30 décembre 2013, obligeant tous les possesseurs de pages Web avec la fréquentation de plus de 3 mille utilisateurs par jour de répondre aux revendications qui sont déposées auprès des médias. Le réseau social russe VKontakte est devenu le premier parmi des sites Internet touchés par cette loi et mis dans le registre de Roskomnadzor (le Service fédéral de surveillance dans le domaine des communications, des technologies de l'information et des médias) qui a été créé pour l'exécution de cet ensemble anti-terroriste.

Si avant la loi les compagnies ont été obligées de fournir des données sur l'identité des utilisateurs et de leur activité sur le réseau selon la décision du tribunal, depuis les nouvelles règles les compagnies d'Internet sont censées stocker pendant six mois des données sur leurs utilisateurs et à la première demande les transmettre aux autorités compétentes, qui mènent une activité opérationnelle de recherches. Pour la première fois dans les règlements du Service

[339] Les réseaux sociaux peuvent devenir une plate-forme importante pour la promotion des programmes d'Etat : expert // Regnum.ru. URL : http://www.regnum.ru/news/polit/1829198.html

fédéral de sécurité il est indiqué quelles informations le gouvernement veut recevoir des compagnies d'Internet. Le document affirme que les services chargés de l'ordre ont besoin presque de toutes les informations sur les actions des utilisateurs sur un réseau. Ce sont l'identifiant d'utilisateur (login), toutes les adresses e-mail (à la fois principale et celle qui est utilisée pour la transmission des lettres), une liste de tous ses contacts, les catégories de contacts (amis, abonnés), le nombre et le volume de messages reçus et transmis par l'utilisateur, tous les changements dans le compte et les tentatives de le supprimer. Il faudrait partager avec les services secrets, les données sur quand et quelles pages des réseaux sociaux, des forums en ligne, des hébergements de blog sont visités par les utilisateurs. L'Etat est même intéressé par les noms de dispositifs depuis lesquels les utilisateurs se connectent à Internet, et quels programmes et serveurs DNS ils utilisent en même temps. Néanmoins, les compagnies ne sont pas tenues de stocker et de partager le contenu de la correspondance, des posts, des commentaires et d'autres messages des utilisateurs. Et alors, ils seront obligés de fournir aux services secrets l'accès complet à leurs services à titre permanent. Dans ce cas-là, les services de l'ordre eux-mêmes doivent recueillir et stocker des données pour les six derniers mois. Pour l'instant les services de l'ordre n'ont pas de telles capacités techniques, cela nécessiterait des dépenses.

Ainsi, tous les sites Internet et les blogueurs qui sont visités par plus de 3 mille utilisateurs quotidiens auront à s'enregistrer auprès de Roskomnadzor et observer un certain nombre de règles relatives aux médias. En particulier, ne pas se permettre d'avoir dans leurs posts des appels au terrorisme, la promotion d'idées extrémistes, la divulgation de secrets d'Etat et le langage grossier. Avant de publier toute information, le blogueur devra vérifier dorénavant son authenticité. Dans les blogs populaires il sera interdit de diffuser des informations sur la vie privée des citoyens, de noircir l'honorabilité de quelqu'un, ainsi que de violer les interdictions liées à l'élection.

3.1.1 La mise en œuvre de la campagne électorale sur un réseau social

Outre la visibilité conférée au candidat par la mise en place de son profil, un réseau social permet d'informer ses partisans de deux manières. D'abord, les fonctionnalités d'envoi de messages permettent généralement de diffuser l'information à tous les membres d'un groupe. Ensuite, il est possible de publier des actualités sur la page du profil du candidat. Les partisans n'ont pas besoin de revenir voir sa page de profil pour prendre connaissance d'éventuels changements. Ceux-ci sont souvent affichés lorsque les utilisateurs se connectent. Ils

connaissent toutes les nouvelles publiées sur les profils des personnes avec lesquelles ils sont amis.

«Ceci est plus qu'une tendance. Les candidats ont juste à prendre au sérieux les réseaux sociaux comme une plate-forme à travers laquelle les électeurs se renseignent sur les candidats et leurs programmes et en discutent avec les autres utilisateurs - dit Jan Rezab, le PDG de Socialbakers.com, l'une des plus grandes agences statistiques des États-Unis, examinant l'espace Internet. - Les candidats qui ne considèrent pas les réseaux sociaux comme la base de leurs relation avec des électeurs, vont perdre le contact avec eux et pire, la confiance de l'électorat».[340]

Le candidat exploite le réseau social de façon à générer des interactions avec son site de campagne. Il redirige les visiteurs vers les pages de don, de volontariat, de signature d'une pétition ou d'inscription à la lettre d'information. Un lien est inclus vers ces pages à partir du compte du candidat sur le réseau social. Afin d'attirer du public vers son profil, une pratique consiste à identifier des organisations, associations ou prescripteurs d'opinions favorables sur le candidat et présents sur les réseaux sociaux, puis à leur demander de rajouter un lien. Ses différents autres supports de communication – son site officiel, les tracts distribués ou encore la publicité – mentionnent aussi une adresse simplifiée vers cette page. Enfin, des messages de célébrités sont parfois diffusés pour amener davantage de public.

La gestion et l'animation des différents profils de campagne sur les réseaux sociaux sont réalisées par une équipe à part entière lorsque le nombre de visiteurs est élevé. Une organisation rigoureuse est mise en place afin d'avoir une présence de qualité.

La stratégie d'exploitation d'un réseau social prend en considération les bonnes pratiques, sans quoi le candidat sera critiqué par les utilisateurs. Les réseaux sociaux ont en effet leurs propres codes et normes de fonctionnement. Ne pas en tenir compte est souvent mal perçu par les habitués.

Lorsque le profil du candidat comporte des messages personnels dans le but de l'humaniser et de le rendre plus accessible à l'électorat, il est préférable qu'il les rédige personnellement. Ses collaborateurs, lorsqu'ils conçoivent les messages, marquent en effet toujours une certaine distance avec le candidat. Cet éloignement est perceptible par les électeurs, ce qui atténue la proximité créée. Parfois, le phénomène est tel qu'il est évident que le candidat n'est pas l'auteur du message pourtant présenté comme personnel. Cela peut nuire à son image mais il y a très peu d'hommes politiques capables de soutenir leurs pages, sous une forme appropriée, au moins sur certains réseaux sociaux et d'écrire des postes eux-mêmes. La

[340] Igor Kruchkov. La campagne électorale aux USA s'est finalement déplacée sur Internet // MN.ru. URL : http://www.mn.ru/newspaper_world/20120307/312986583.html

plupart des hommes politiques ne font confiance qu'à une équipe spécialement choisie (de grands spécialistes en relations publiques et marketing) pour la promotion de leur image afin de mettre à jour leurs pages, de répondre aux questions des électeurs potentiels et de participer aux débats en ligne avec leurs principaux opposants à l'élection.

Les messages postés par l'équipe du candidat sur le réseau social doivent respecter un équilibre. Il s'agit de ne pas se situer uniquement dans une perspective de pure propagande électorale mais d'intégrer également des messages argumentés sur des enjeux locaux et nationaux d'actualité. Si c'est équilibre est rompu en faveur d'un prosélytisme ostentatoire, il y a un grand risque d'écarter les électeurs fragiles du candidat. En outre, il faut éviter de diffuser trop d'informations ou d'envoyer des messages répétitifs pour ne pas lasser les lecteurs.

Afin de ne pas nuire à la réputation du candidat, l'équipe efface généralement tout message trop agressif présent dans les commentaires des visiteurs, parfois postés par les militants adverses. Toutefois, pour ne pas donner l'impression d'une censure préjudiciable, les règles de publication sont clairement mentionnées. IL serait mal perçu de supprimer tout message critique émis de bonne foi par un électeur indécis. Cette suppression conforte un avis négatif, orientant son intention de vote en défaveur du candidat. Prenant acte de cette critique, les sympathisants auraient pu lui répondre ouvertement de manière pédagogique. Cette réponse argumentée, accessible à tous les lecteurs, a ici valeur de modèle. La lecture d'un tel texte influe sur les autres électeurs hésitants, pouvant ainsi modifier leur jugement. Quand nous avons parlé à Moscou avec Ksenia Troubetskaya, jeune modératrice de nombreux groupes politiques sur Facebook et VKontakte, nous lui avons posé beaucoup de questions parmi lesquelles : «Est-ce que vous veillez à ne pas avoir trop d'insultes à l'égard des leaders idéologiques ou d'autres abonnés sur vos groupes?» A quoi elle nous a justement répondu : «Je dis toujours aux modérateurs que je dirige, qu'ils ne doivent jamais cacher les commentaires. Laissez les gens commenter. Si on suppose qu'il y a 200 mauvais commentaires écrits, les gens peuvent avoir raison. Peut-être avons-nous fait quelque chose de mal, quelque chose qui nous a échappé. Généralement, si les gens ne sont pas satisfaits par le post, ils écrivent quelque chose de méchant sur son auteur, mais nous l'acceptons. Si une personne écrit des choses trop rudes et si une dispute commence, c'est qu'il s'agit d'un provocateur. Ceci est tout à fait normal, les autres groupes ont leurs propres modérateurs qui ne gardent pas les bras croisés, ils vont sur les différents réseaux sociaux, ils laissent des commentaires agressifs, car ils sont payés pour cela, et c'est normal. Et pourtant, il y a des gens qui diffusent du spam. Mettons qu'il y a une personne qui entre dans notre groupe et laisse un commentaire grossier, ce n'est pas interdit, elle n'a pas aimé un certain post, elle s'est exprimé et c'est son avis. Mais si cette personne continue d'écrire encore une cinquantaine de commentaires pareils sous chaque texte, on va la bannir»

3.1.1.1 Les candidats au poste de président en France et en Russie pendant les campagnes présidentielles de 2012 sur les réseaux sociaux

C'est l'actuel premier-ministre Dmitry Medvedev qui a initié une politique active de promotion et d'utilisation des réseaux sociaux pour l'appareil du pouvoir en Russie lors de sa présidence de 2008 à 2012.

Ses premiers comptes en russe (KremlinRussia) et en anglais (KremlinRussia_E) ont été ouverts en juin 2010 sur le réseau social Twitter lors d'une visite au siège de Twitter dans la Vallée de Silicone. Le premier message au service russe était : «Bonjour ! Je suis sur Twitter et c'est mon premier message».[341] Le deuxième compte Medvedev - @MedvedevRussia – a paru en novembre 2010. Par la suite il était évident que le compte @KremlinRussia serait plus formelle alors que le deuxième serait plus personnel.

Le compte @MedvedevRussia a eu une grande popularité. Selon les données du 20 octobre 2011 «ce profil de Medvedev avait plus de 584 mille abonnés, alors que @KremlinRussia - plus de 160 mille».[342]

Après l'enregistrement des comptes sur Twitter Dmitry Medvedev a créé une page personnelle sur Facebook. «J'ai décidé d'écrire encore plus sur Facebook. Tenez-vous au courant» - a-t-il écrit sur Twitter.[343]

C'est le 29 janvier 2010 que Dmitry Medvedev a publié son premier message privé sur Facebook mais par la suite cette page a proposé essentiellement des messages du site news.kremlin.ru et du blog du président russe à l'époque, dont le laconisme et l'uniformité n'avaient pas beaucoup d'intérêt pour les jeunes, le principal public d'Internet.

Sur le réseau social le plus populaire russe VKontakte Dmitry Medvedev s'est enregistré presque simultanément avec «Facebook», car il avait obtenu sur sa page un million d'abonnés en peu de temps. Il est intéressant de noter que les utilisateurs de «VKontakte» ont rempli le profil du président Dmitry Medvedev de cadeaux moqueurs virtuels dès qu'il a annoncé sa création sur ce réseau social. Entre autres choses, on a offert à M. Medvedev «un nouveau cerveau», «une chaîne sur les galères», un revolver avec une seule balle, du poison, ainsi que des comprimés contre l'avidité avec la demande de les transmettre aux «amis».[344]

[341]Dmitry Medvedev a créé le compte sur Twitter // RIA.ru. URL : http://ria.ru/society/20100623/249583529.html
[342] Dmitry Medvedev a créé le compte sur Twitter // RIA.ru. URL : http://ria.ru/society/20100623/249583529.html
[343] M. Medvedev a décidé d'«écrire encore sur Facebook» // Lenta.ru. URL : http://lenta.ru/news/2011/10/20/medface/
[344] M. Medvedev a décidé d'«écrire encore sur Facebook» // Lenta.ru. URL : http://lenta.ru/news/2011/10/20/medface/

Le fait est que sur VKontakte il y a une fonction «faire un cadeau». Ce cadeau on peut choisir et acheter dans un magasin en ligne, créer n'importe quelle légende et le mettre sur la page d'un utilisateur enregistré. Compte tenu de cela les commentaires ont été interdits sur la page du président, néanmoins de nombreux utilisateurs n'ont pas manqué de transmettre leurs pensée au président.

Ainsi, une partie des citoyens russes ont contourné les «paramètres de confidentialité» de la page sur VKontakte du président russe de l'époque, pour exprimer leur mécontentement et critique au gouvernement. On pourrait même dire que le processus de la communication politique a eu lieu, puisque Dmitry Medvedev a réagi sur son mur, aux cadeaux qu'il avait reçu des utilisateurs russes du réseau social populaire : «Je vous remercie de votre attention et de vos cadeaux ! Je m'habitue à la manière de VKontakte. Bonne nuit à tout le monde !»[345]

Le président lui-même écrivait sur les réseaux sociaux de manière régulière, mais pas aussi souvent qu'il l'aurait voulu. Selon l'ancien président de la Russie à travers la communication sur les réseaux sociaux avec le public, tout fonctionnaire ou un politicien peut obtenir une évaluation véritable malgré des opinions pas toujours agréables, sur les événements de la vie publique et sur les décisions prises par les autorités. «Vous avez juste besoin de patience et de considérer cela comme une réalisation du progrès»[346], - a déclaré Dmitry Medvedev lors d'une réunion avec les enseignants et les étudiants des universités techniques, qui s'est tenue à l'Institut énergétique de Moscou au printemps de 2011.

En général le premier ministre russe Dmitry Medvedev estime que c'est une situation normale d'avoir une critique des dirigeants russes sur les réseaux sociaux. Il l'a déclaré lors d'une conférence de presse à Helsinki après une réunion avec le premier ministre finlandais, Jyrki Kataynenom. Le Premier ministre a laissé entendre qu'une situation semblable se produit en Finlande.

«Que soient critiqués le président Poutine et le Premier ministre Medvedev, c'est une situation tout à fait normale, c'est ce qu'on appelle une démocratie. Ça va continuer sur les réseaux sociaux. C'est rien d'exceptionnel»[347]- a dit M. Medvedev.

[345] Les membres de VKontakte ont comblé M. Medvedev de cadeaux moqueurs : un nouveau cerveau, le crabe, le poison // Herald. URL : http://www.gazeta.ru/news/blogs/2011/11/10/ n_2090213.shtml
[346] M. Medvedev a demandé aux fonctionnaires de communiquer dans les réseaux sociaux // La nouvelle politique. URL : http://www.novopol.ru/-medvedev-prizval-chinovnikov-obschatsya-v-sotsialnyih-text98678.html
[347] Le premier ministre russe n'est pas contre la critique sur les réseaux sociaux// Newsland. URL : http://newsland.com/news/detail/id/1074245/

De plus les journalistes finlandais ont également noté que la page du premier ministre russe compte plus de 700 000 «J'aime» sur Facebook tandis que le Premier ministre finlandais a que cinq mille. «Je suis prêt à partager»[348], - a répondu M. Medvedev.

Dans la politique russe en plus de Vladimir Poutine et de Dmitry Medvedev, les autres politiques sont aussi présents sur les réseaux de différentes manières. Un problème qui est inquiétant pour eux sur les réseaux sociaux russes est l'ensemble des «doubles» - fausses pages impopulaires qui découragent l'activité des électeurs et minent la confiance de la population. Ainsi sur VKontakte il y a presque 3000 Vladimirs Poutines, 500 Vladimirs Jirinovskys, 30 Gennadys Ziouganovs et 2 Sergueïs Mironovs».[349] Les données sur le nombre des amis sont cachées, les publications sur les murs sont le plus souvent des liens vers des sources d'information.

La création et l'entretien d'une page publique et d'une communauté exige un travail plus sérieux. Nous allons examiner les statistiques de VKontakte à la veille des élections présidentielles en 2012.

Deux mois avant les élections en janvier 2012 «dans le groupe «Poutine» il y a eu 25 mille personnes».[350] Le contenu publié a été assez uniforme : en général, des articles sur les voyages d'affaires du président. En même temps, «la communauté en ligne contre Poutine et la «Russie unie» a disposé de 165 millions de personnes (seul Vladimir Poutine a un tel antigroupe)».[351]

La principale communauté pour le soutien de Vladimir Jirinovsky appelé le «fan club», est composée de 11 mille personnes. L'image et le comportement du chef des libéraux-démocrates de Russie ne change pas depuis longtemps, c'est pourquoi la page la plus populaire de Vladimir Jirinovsky sur VKontakte se complète constamment par une collection des photos dans le genre «meme». Dans le groupe «Jirinovsky typique» il y a eu 22 mille personnes. Ses membres ont créé avec plaisir de nouveaux slogans avec une citation en particulier : «Cet abonné vous demande de le rappeler? C'est assez de le supporter».

Guennady Ziouganov, le leader du parti communiste et Sergueï Mironov, le leader du parti «la Russie juste» n'ont inspiré aux utilisateurs des réseaux sociaux ni manifestations ni humour. Guennady Andreyevich a eu six mille souscripteurs, et Sergeï Mikhailovich en a eu cinq mille.

---

[348] Le premier ministre russe n'est pas contre la critique sur les réseaux sociaux// Newsland. URL : http://newsland.com/news/detail/id/1074245/

[349] Les médias sociaux dans la course électorale : comparer l'expérience de la Russie et de l'Amérique// Blogun. URL: http://forum.blogun.ru/topic/2674-socialnie-media-v-izbiratelnoi-gonke-sravni/

[350] Les médias sociaux dans la course électorale : comparer l'expérience de la Russie et de l'Amérique// Blogun. URL: http://forum.blogun.ru/topic/2674-socialnie-media-v-izbiratelnoi-gonke-sravni/

[351] Les médias sociaux dans la course électorale : comparer l'expérience de la Russie et de l'Amérique// Blogun. URL: http://forum.blogun.ru/topic/2674-socialnie-media-v-izbiratelnoi-gonke-sravni/

Le leader absolu de l'auditoire sur VKontakte parmi les candidats au poste de président est devenu Mikhaïl Prokhorov. «Plus de 200000 personnes ont souscrit à sa page».[352] Dans la course à la présidentielle 2012, Mikhaïl Prokhorov a misé sur Internet. Même le slogan de ses panneaux publicitaires et des spots TV - «J'aime» - était clairement une référence à Facebook et à VKontakte. Par conséquent, «l'audience sur Internet était recherchée par lui».[353]

Dans l'arsenal de Prokhorov il y a eu deux ressources principales de la vie sociale Facebook et VKontakte, le site officiel, son blog dans «Live Journal», «Twitter», la chaîne sur «YouTube», ainsi qu'une application mobile pour iPhone et Android. Ainsi, Mikhail comptait dans sa campagne électorale plutôt sur un auditoire moderne, prêt à changer.

Les autres candidats à la présidence ont mis du temps à gagner l'espace Internet ou à faire suffisamment d'efforts pour promouvoir leurs pages. Quant à Sergey Mironov, il a eu également un site officiel, le blog et le compte sur «Twitter», mais on ne peut pas les trouver en demande directe, tandis que la campagne en ligne de Mikhaïl Prokhorov est arrivée discrètement mais sûrement aux yeux. Guennady Ziouganov et Vladimir Jirinovsky n'ont pas eu de sites personnels, ils ont juste eu des pages du parti. Les bannières publicitaires qui redirigent vers le site officiel ont été utilisées que par l'équipe de Vladimir Poutine.

Puisque la diffusion de l'information sur Internet n'est presque pas réglementée, un grand espace s'ouvre pour «relations publiques noires». Pour altérer l'image de l'opposant politique, on peut lancer une image insultante ou des informations compromettantes sur un réseau social. Des groupes hostiles à certains candidats sont quelquefois créés. Les titres de ces groupes sont parfois agressifs. Leur objectif consiste à mobiliser des internautes contre un homme politique.

La plupart des gens font confiance à ce qui apparaît sur les pages des amis et ne cherchent pas les sources d'information. C'est sur cela que des agents «noirs» et des conseillers politiques comptent. C'est la raison pour laquelle cette méthode est souvent utilisée pendant les campagnes électorales. En revanche, le grand avantage de la présence sur les réseaux sociaux pour les candidats c'est une base de données prête à l'emploi, utilisée pour recueillir des contributions et réunir des volontaires et des électeurs en ligne grâce à leurs demandes d'être ajoutés à la liste d'amis ou aux groupes de soutien.

Aux élections présidentielles en France ont participé le président sortant Nicolas Sarkozy, le candidat des socialistes François Hollande, le chef de l'extrême-droite Marine Le Pen, le centriste François Bayrou. En outre, la campagne a été suivie par Jean-Luc Mélenchon,

[352] Les médias sociaux dans la course électorale : comparer l'expérience de la Russie et de l'Amérique // Blogun. URL : http://forum.blogun.ru/topic/2674-socialnie-media-v-izbiratelnoi-gonke-sravni/
[353] Les médias sociaux dans la course électorale : comparer l'expérience de la Russie et de l'Amérique // Blogun. URL : http://forum.blogun.ru/topic/2674-socialnie-media-v-izbiratelnoi-gonke-sravni/

le représentant du «Parti de gauche», Eva Joly, la représentante des verts, Nicolas Dupont-Aignan, le leader de «Débout la République», Jacques Cheminade, le candidat indépendant. Nathalie Arthaud et Philippe Poutou, qui sont de la gauche radicale ont été aussi enregistrés.

A la veille des présidentielles tous les candidats se sont efforcés en effet, de faire remarquer leur présence sur les réseaux sociaux. Un effort qui leur a permis d'augmenter leur visibilité, comme l'a démontré «Buzz Présidentielle» de France 24, un outil qui a mesuré la notoriété de chaque candidat sur la Toile. La web campagne a été prise au sérieux par les principaux candidats, avec des équipes dédiées et renforcées par rapport à la présidentielle de 2007.

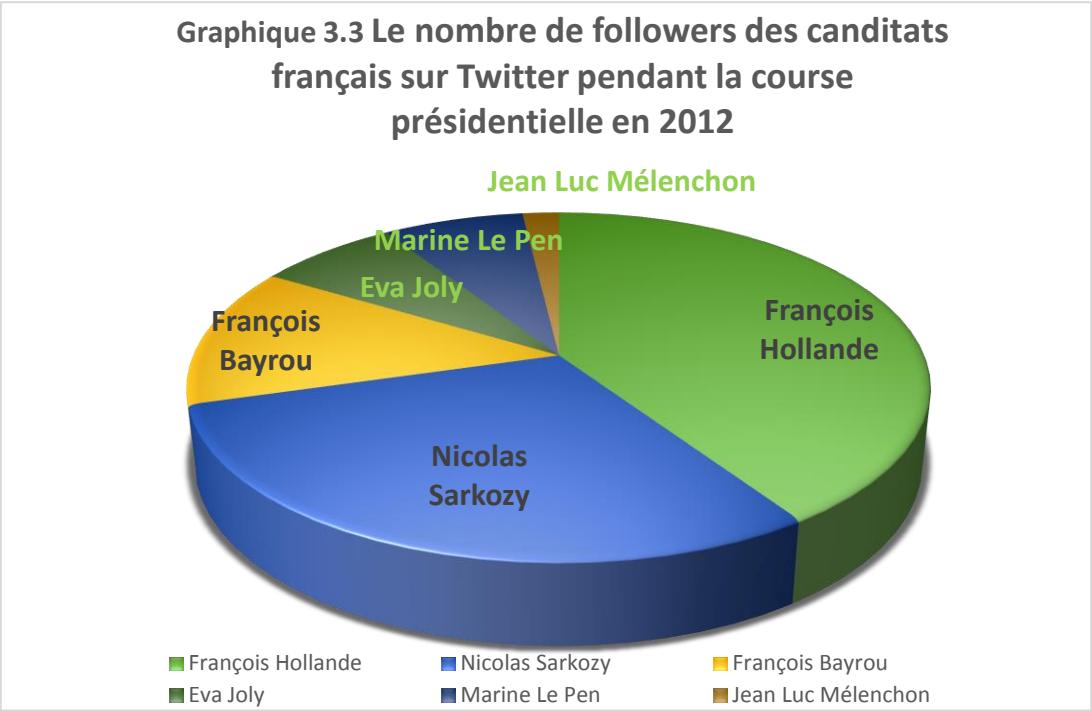
Le budget de la communication numérique pour la campagne de Nicolas Sarkozy a été établi à 2 millions d'euros et pour François Hollande à 1,8 millions d'euros, tandis que François Bayrou a eu 700000 euros de budget pour sa campagne et Eva Joly que 200000 euros. Dans le deuxième chapitre de la première partie on a déjà précisé les chiffres du nombre d'abonnés sur Facebook et Twitter de deux candidats. A la fin de la campagne il y a eu 68 679 articles publiés sur Nicolas Sarkozy contre 42 984 sur François Hollande et 15582 sur Marine Le Pen et il y a eu 150 000 tweets citant le candidat Nicolas Sarkozy contre François Hollande avec 41 000 tweets et Marine Le Pen avec 13000 tweets. Cependant ces derniers chiffres ne distinguent pas les tweets à caractère positif et de ceux à caractère négatif. D'ailleurs tous les candidats sans exception ont recueilli plus de mentions négatives que de mentions positives.

En termes de productivité « brute » Marine Le Pen a réalisé un score percutant en ligne, «avec un budget 10 fois inférieur, et un résultat de 3 à 6 fois supérieur à celui de 2 autres candidats».[354]

Si ce bruit médiatique sur Internet est davantage la priorité des principaux candidats, l'avancement des «petits» n'est pas à négliger. Malmenée dans les sondages, Eva Joly a pourtant bien progressé bien sur Twitter. Pendant la campagne présidentielle son profil officiel a dépassé la barre des 55 000 followers, loin devant Philippe Poutou, Nathalie Arthaud, Jacques Cheminade ou Nicolas Dupont-Aignan. C'était un bon coup de pouce pour sa notoriété virtuelle.

[354] Les candidats à la présidentielle et leurs réseaux (sociaux) // agencedesmediassociaux.com. URL : http://www.agencedesmediassociaux.com/les-candidats-a-la-presidentielle-et-es-reseaux-sociaux/

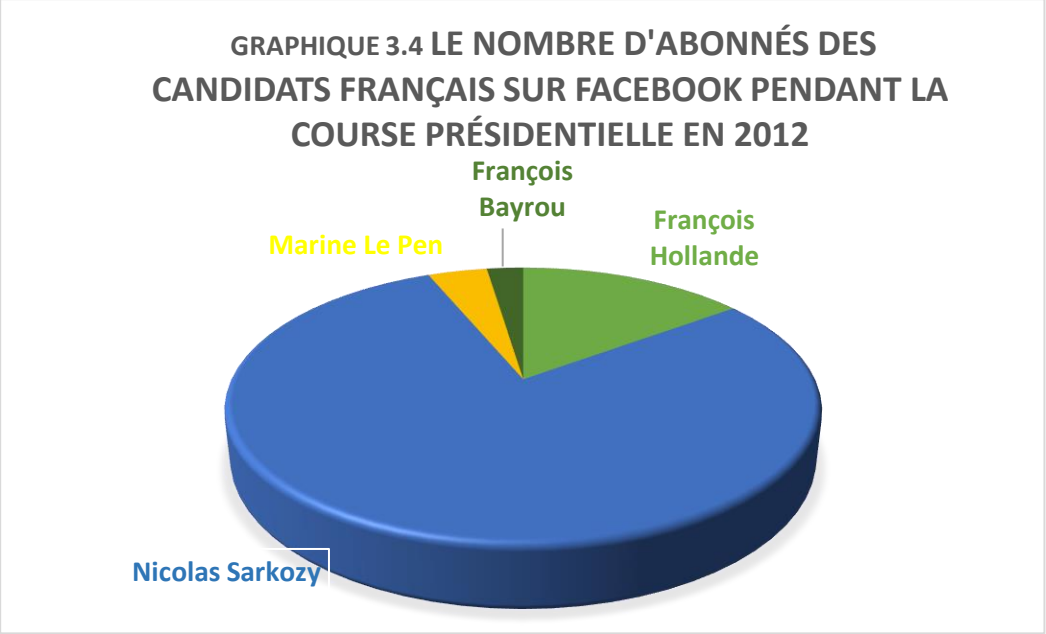
Pendant la course présidentielle selon le classement Twitter, François Hollande et Nicolas Sarkozy ont eu le plus grand nombre d'abonnés sur ce réseau (278 858 contre 206 226 followers respectivement) c'est François Bayrou qui a pris la troisième place avec 89579 followers, après à la quatrième place du classement a été attribuée à Eva Joly avec 49976 followers, et la cinquième place à Marine Le Pen avec 49984 followers. Jean Luc Mélenchon conclut la liste avec 13000 followers.[355] Jacques Cheminade 549 et Nathalie Arthaud 420, ont obtenu une quantité négligeable de followers sur ce réseau.[356] On doit souligner que c'est François Bayrou @bayrou qui a été l'un des candidats qui s'est le mieux débrouillé avec cet outil : c'est lui-même qui l'alimentait, contrairement aux autres. Concernant les deux ténors de la campagne, Nicolas Sarkozy et François Hollande, ils ont signé de leurs initiales les messages lorsque c'étaient eux-mêmes qui les écrivaient.



Selon le classement Facebook les deux premières places comme on l'a déjà noté en deuxième chapitre de la première partie ont été également prises par les deux principaux candidats Nicolas Sarkozy et François Hollande avec 630 745 et 118 874 fans respectivement, tandis que Marine Le Pen a regroupé 31000 fans, suivi par François Bayrou avec 19000 fans, Jean Luc Mélenchon avec 18000 fans et enfin Eva Joly avec 14000 fans.[357]Quand à Nathalie

[355] Twitter a cartonné lors de la campagne présidentielle, et les autres réseaux sociaux ? // PressMyWeb.com. URL : http://www.pressmyweb.com/webmarketing-e-marketing-communication/reseaux-sociaux-smo/tweeter-cartonne-lors-campagne-presidentielle/
[356] Twitter a cartonné lors de la campagne présidentielle, et les autres réseaux sociaux ? // PressMyWeb.com. URL : http://www.pressmyweb.com/webmarketing-e-marketing-communication/reseaux-sociaux-smo/tweeter-cartonne-lors-campagne-presidentielle/
[357] Les candidats à la présidentielle et leurs réseaux (sociaux) // agencedesmediassociaux.com. URL : http://www.agencedesmediassociaux.com/les-candidats-a-la-presidentielle-et-es-reseaux-sociaux/

Arthaud, il n'y pas eu aucune trace de cette candidate sur Facebook, ni sur Twitter d'ailleurs. Toutefois il faut noter que «des fans nombreux ne signifient pas des fans actifs, comme le montre l'étude de Publicis Consultants».



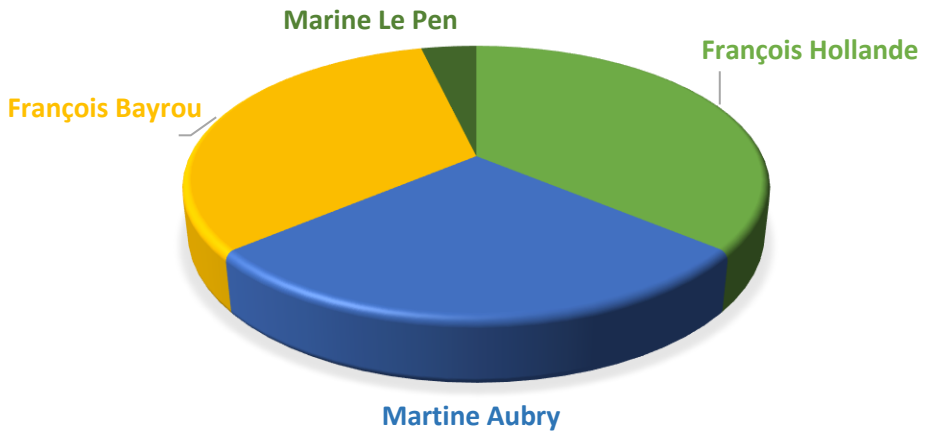
En outre, un ensemble de coups bas ont été portés contre les différents candidats, cela est venu d'équipes opposées qui ont mis un ou deux mots clés péjoratifs à propos d'un candidat sur Internet. Monsieur Hollande a été «le premier touché avec l'expression «incapable de gouverner» renvoyant directement à son site de campagne. Puis est venu le tour du site de l'UMP avec l'expression «on va tuer la France»».[358]

Il faut savoir qu'une personne, une marque ou une entreprise qui n'optimise pas sa présence sur Google est inexistante. Ainsi, François Hollande a réussi à regrouper sur Google+ 31556 internautes sur son cercle, Martine Aubry 24064 internautes, François Bayrou quant à lui a été à 28052 et Marine le Pen à 3177 sur le sien. Niclolas Sarkozy a été absent de ce réseau ce qui probablement n'a pas été une bonne décision compte tenu du potentiel et de la visibilité offerte par Google+.

La plateforme vidéo la plus visitée sur Internet, a lancé sa chaine pour les présidentielles 2012 «Youtube Elections 2012». Elle s'est transformée en lieu de débats entre les candidats et les internautes en proposant aux derniers de poser des questions aux personnalités politiques accueillies toutes les deux semaines par le CFJ et l'AFP. Les questions sont transmises par écrit ou par vidéo via YouTube ou Twitter puis proposées à un vote pour connaître leur taux d'intérêt.

[358] Marie H. Election présidentielle 2012 : où en sommes-nous sur les réseaux sociaux // Digicom.URL : http://ecs-paris.com/blogs/digicom-2012/reseaux-sociaux/election-presidentielle-2012-ou-en-sommes-nous-sur-les-reseaux-sociaux

GRAPHIQUE 3.5 LE NOMBRE D'ABONNÉS DES CANDIDATS FRANÇAIS SUR GOOGLE+ PENDANT LA COURSE PRÉSIDENTIELLE EN 2012



Vers la fin de la campagne le Parti Socialiste a recueilli 87 034 vues de ses vidéos.[359] Quant à l'UMP, «425 435 visionnages ont été comptés sur ses vidéos ainsi qu'une mention pour son habillage renvoyant vers les profils Facebook et Twitter».[360]

De leur côté, les internautes ont estimé que le temps qu'ils ont investi sur Facebook pouvait faire la différence. Désormais, les candidats aux présidentielles de 2012 n'ont plus eu le droit de priver les citoyens de cette plate-forme d'échanges : vis-à-vis des électeurs jeunes et motivés, aptes et empressés à profiter des applications numériques, ils se sont engagés à entretenir leurs pages Facebook, d'y établir la transparence et d'y développer la participation.

Si l'équipe de campagne ne crée pas de groupes de soutien pour le candidat, les partisans le font fréquemment à sa place. Il devient alors impossible de contrôler les commentaires, de diffuser des messages, et les informations officielles ne sont pas assez visibles. Il est donc préférable de créer un groupe officiel actif et dynamique afin qu'il soit suffisamment visible pour ne pas être occulté.

Grâce aux réseaux sociaux, les hommes politiques et les candidats ont la possibilité de fonder une réelle communauté et un sentiment d'appartenance fort en réunissant au même endroit des milliers d'électeurs potentiels étant donné qu'il arrive souvent que des internautes soient abonnés à la plupart des candidats à la fois pour suivre leurs campagnes en temps réel.

L'utilisation des réseaux aide à comprendre le comportement des électeurs en connaissant leurs domaines d'intérêts et leurs besoins, mais également de recueillir des fonds

[359] Marie H. Election présidentielle 2012 : où en sommes-nous sur les réseaux sociaux // Digicom.URL : http://ecs-paris.com/blogs/digicom-2012/reseaux-sociaux/election-presidentielle-2012-ou-en-sommes-nous-sur-les-reseaux-sociaux

[360] Marie H. Election présidentielle 2012 : où en sommes-nous sur les réseaux sociaux // Digicom. URL : http://ecs-paris.com/blogs/digicom-2012/reseaux-sociaux/election-presidentielle-2012-ou-en-sommes-nous-sur-les-reseaux-sociaux

et de créer des réseaux de soutien. Ainsi, les candidats peuvent créer de vrais liens auprès des internautes en ayant la possibilité d'intervenir, de répondre, d'argumenter et de s'exprimer plus facilement.

3.1.1.2 L'analyse détaillée de la campagne présidentielle en ligne, du candidat français Nicolas Sarkozy et du candidat russe Mikhaïl Prokhorov

Pendant la dernière campagne il fallait utiliser les réseaux sociaux dans les deux pays non seulement pour faire de l'autopromotion mais aussi pour créer une réelle interaction avec les internautes et les impliquer dans les débats. Dans cette circonstance c'est le président sortant français, qui a été le plus à l'aise et s'est porté candidat pour un second mandat, et a même reçu le titre de Président 2.0 sur Facebook ainsi que le candidat russe Mikhaïl Prokhorov, homme d'affaires et homme politique, fondateur et président du parti «Plate-forme civique», qui s'est présenté de lui-même aux élections. Nous allons essayer de comprendre pourquoi les comptes de ces candidats sur les réseaux sociaux, ont été aussi visibles et fréquentés, beaucoup plus que ceux des autres et quels atouts cela a réservé à deux candidats.

Tout d'abord nous pouvons dire que les réseaux sociaux ont permis à un candidat russe qui n'est entré en politique qu'en 2011, juste un an avant les élections, de devenir rapidement connu et populaire au point de prendre la troisième place et de dépasser telles personnalités politiques que Vladimir Jirinovski et Sergueï Mironov, qui font de la politique en Russie depuis des années.

Dans sa campagne électorale Michael Prokhorov a essayé d'occuper le plus possible d'espace virtuel d'Internet et les réseaux sociaux n'ont pas été l'exception. C'est sur eux que la campagne présidentielle a parié. Le concurrent le plus proche de monsieur Prokhorov sur les sites virtuels d'Internet a été le président sortant Vladimir Poutine.

En décembre 2011 l'opinion publique a créé un portrait général de l'électorat de Mikhaïl Prokhorov à l'élection. L'opinion a estimé que le jeune politicien de 42 ans devrait être soutenu par les «Gens du XXIe siècle» qui sont les plus avancés. Ces personnes ont tendance à avoir un revenu moyen supérieur, des études supérieures ; ce sont les habitants de grandes villes dans une tranche d'âge qui va jusqu'à 35 ans, et finalement ce sont les utilisateurs les plus actifs d'Internet et des réseaux sociaux.

Mikhaïl Prokhorov a lui-même décrit son électorat : «C'est une classe créative, qui occupe tous les domaines de la vie à travers un réseau mondial».[361]

[361] La page officielle de Mikhaïl Prokhorov sur Facebook. URL : https://www.facebook.com/prokhorovmd/?fref=nf

Le 24 août 2011 dans son blog M.D. Prokhorov a annoncé officiellement l'ouverture de ses comptes sur les réseaux sociaux VKontakte et Facebook. Le technologue politique russe renommé et journaliste Web Yaroslav Grekov a été nommé responsable de la réalisation de la campagne électorale de Mikhaïl Prokhorov sur les réseaux sociaux. «J'analyse tout ce qui se passe autour du nom de Mikhaïl Prokhorov. Nous ne voulons pas perdre de temps en vain et nous rassemblons les jeunes partisans de Prokhorov»,[362] - a-t-il dit. Alors, M.D. Prokhorov a déclaré toujours ouvertement que ses pages sur les réseaux sociaux sont animées par des membres de sa cellule électorale, et il leur rend visite de temps en temps.

Contrairement à ses concurrents le candidat Prokhorov a suscité le plus vif intérêt parmi les utilisateurs des réseaux sociaux, ce qui montre l'intérêt des internautes pour de nouveaux personnages sur la scène politique du pays.

Le choix des réseaux sociaux VKontakte et Facebook comme principales plateformes est tout à fait compréhensible, car ce sont ces réseaux sociaux qui sont les plus populaires pour la population russe. Ces réseaux sociaux ont également une ressemblance évidente sur leurs interfaces. Sur les deux réseaux l'organisation et le fonctionnement du site sont compréhensibles et utilisés sans difficulté. C'est sans doute la simplicité et la commodité de ces réseaux sociaux qui assurent leur popularité.

Ainsi, sur le réseau social VKontakte il y eu environ 120 communautés avec un total de 180 000 personnes abonnées. Le compte de Mikhaïl Prokhorov sur Facebook en mars 2012 a regroupé plus de 102 000 abonnés et 6 communautés pro-Prokhorov, celui de Twitter plus de 230 000 lecteurs abonnés, le blog du candidat sur LiveJournal plus de 23 000 abonnés. Toutes les pages de Mikhaïl Prokhorov sur les réseaux sociaux ont été fréquemment mises à jour avec de nouvelles informations.

Toutefois, Mikhaïl Prokhorov sur son blog de Livejournal, a averti lui-même ses partisans de fausses communautés, en publiant des liens vers ces pages officielles sur les réseaux sociaux, à savoir :

http://vkontakte.ru/md_prokhorov

http://www.facebook.com/prokhorovmd

https://twitter.com/MD_Prokhorov

http://blogs.mail.ru/inbox/md_prokhorov

Nous devons aussi prêter attention à une série de publicités de campagne créées pour les utilisateurs des réseaux sociaux qui sont habitués à utiliser des boutons «J'aime», «Like», «La classe». Ces boutons permettent non seulement d'exprimer une attitude

[362] Alekseï Gorbachev. Les jeunes sont attirés par Mikhaïl Prokhorov // Le journal indépendant. URL : http://www.ng.ru/politics/2012-04-04/3_prohor.html

positive face à tel ou tel évènement, mais d'exprimer aussi le désir de partager, de soutenir la position, de refléter sa propre vision de la vie. Dans tous les spots publicitaires un geste connu de tous les utilisateurs du réseau Facebook est largement utilisé : un pouce levé, ce qui signifie «J'aime» (ang: «like»).

Les principaux sujets des discussions au sujet de Mikhaïl Prokhorov sur les réseaux sociaux sont devenus des sujets tels que :

- S'inscrire comme candidat.
- Discuter de ses actifs et de sa fortune.
- Promettre s'il est élu de consacrer de l'argent à la bienfaisance.
- Proposer un programme politique (revoir la durée hebdomadaire du travail).
- Prokhorov est-il un simple projet du Kremlin ?

Sur le site de Mikhaïl Prokhorov mihailprohorov.ru on a publié un sondage auprès des visiteurs avec une question : «Mikhaïl Prokhorov vous impressionne-t-il ...?» Plusieurs réponses ont été faites. La première réponse populaire est devenue «juste un homme bien (taux de réponse de 30,8%). Ce paramètre dit qu'une image très positive a accompagné Mikhaïl Prokhorov dans son ensemble. La deuxième réponse la plus populaire a été « c'est un homme d'affaires» (taux de réponse de 28,3%). Et près de 20% ont signalé que Mikhaïl Prokhorov leur en impose en tant que politicien. Si l'on considère que cette campagne électorale a été la première pour Mikhaïl Prokhorov en tant que politicien, c'est un très bon résultat. Néanmoins, la majorité des répondants voient en monsieur Prokhorov simplement une personne positive, ce qui en soi n'est pas mauvais.

Et selon l'enquête «Pour qui allez-vous voter?» menée par la plus ancienne édition virtuelle de Runet Lenta.ru parmi les utilisateurs du réseau social VKontakte, c'est Mikhaïl Prokhorov qui a pris le leadership avec près de 31% des voix. En deuxième rang s'est trouvé le président sortant Vladimir Poutine avec 20,3% des voix. Tout cela a témoigné de la popularité de la personnalité de Prokhorov en tant que candidat à la présidence de la Fédération de Russie sur Internet et les réseaux sociaux en particulier.

Ainsi, en ayant analysé les groupes les plus nombreux sur demande «Mikhaïl Prokhorov», «Pour Mikhaïl Prokhorov» nous sommes arrivés à la conclusion que le réseau social VKontakte dépasse de loin le réseau «Facebook» selon le degré de participation des utilisateurs sur les groupes en faveur de Mikhaïl Prokhorov. Peut-être cela est-il dû à une interface plus conviviale et de plus larges possibilités de commenter et discuter des posts. Ou bien le réseau social VKontakte est-il simplement beaucoup plus populaire parmi les internautes russes. En outre, cela peut aussi être dû au fait que de nombreux utilisateurs russes de «Facebook» ont un profil également sur le réseau VKontakte sur lequel ils sont plus actifs.

Ainsi, on voit que le réseau social VKontakte représente le réseau le plus efficace par rapport à «Facebook» pour des internautes russes.

Aux élections du président de Russie en 2012, Mikhaïl Prokhorov a pris la troisième place avec 7, 8% des voix des russes, ce qui représente 20% de l'auditoire de Runet. À bien des égards cela est dû aux réseaux sociaux. La représentation sur les réseaux sociaux de Mikhaïl Prokhorov est devenue l'une des principales sources du positionnement du candidat pour un public de masse et des journalistes. Plus de 600 millions d'utilisateurs se sont abonnés aux plateformes sur les réseaux sociaux.

En ce qui concerne le président sortant de France, il a lancé son dispositif Internet en même temps que sa campagne présidentielle. Ce dispositif contenant un site de campagne, un profil dernier cri sur Facebook et un compte Twitter, lui a permis de se mettre à niveau par rapport à ses adversaires. Si on ne peut exagérer l'influence de ces outils sur le choix des électeurs, l'Elysée n'a pas voulu les négliger, sachant que la bataille de 2012 s'y est jouée en partie. Les équipes Web de l'UMP et de l'Elysée ont commencé à se préparer pour la «campagne éclair» du président, quelques semaines avant le début de la campagne. Ces deux cellules électorales ont été réorganisées en une seule de 20 personnes, et ont été conseillées par la société spécialisée dans la communication numérique, l'agence Emakina, qui applique une stratégie tournée essentiellement vers les réseaux sociaux.

M. Sarkozy a lancé son site de campagne le 15 février 2012, «lafranceforte.fr, NS 2012», dans la nuit de mercredi à jeudi, quelques heures après avoir annoncé officiellement sa candidature. «Sur la page d'accueil, les internautes pouvaient voir le candidat le regard fixe, avec un léger sourire aux lèvres: il posait, sur son affiche de campagne, devant une mer calme avec, dans un ciel bleu, son slogan en lettres blanches: «La France forte», suivi des mots: «Oui, je suis candidat»».[363]

Il est évident que c'est l'agence Emakina qui a créé et réalisé ce site puisqu'il met en avant les profils Facebook, Twitter et Foursquare de Nicolas Sarkozy.

Conformément aux demandes de l'Elysée, il s'est inspiré également du modèle des chaînes d'information en continu. «Ça devra ressembler à une télé, avec un bandeau déroulant, des vidéos par dizaines, un flux d'info remis à jour»[364], avait expliqué en octobre 2012, Franck Louvrier, responsable de la communication de l'Elysée.

[363] Présidentielle 2012. Site, Twitter, Facebook…Le candidat Sarkozy se met à niveau sur le Web // lemonde.fr. URL : http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/02/17/site-twitter-facebook-le-candidat-sarkozy-se-met-a-niveau-sur-le-web_1644493_1471069.html

[364] Présidentielle 2012. Site, Twitter, Facebook…Le candidat Sarkozy se met à niveau sur le Web // lemonde.fr. URL : http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/02/17/site-twitter-facebook-le-candidat-sarkozy-se-met-a-niveau-sur-le-web_1644493_1471069.html

Suivant la stratégie d'Obama, selon laquelle un site de campagne doit donner la possibilité aux militants de s'y retrouver et d'y trouver des moyens pour s'investir, le site comprend aussi une rubrique intitulée: «La France forte, c'est vous». Les partisans de M. Sarkozy pouvaient rejoindre la campagne notamment sur le site, en choisissant s'ils voulaient «s'engager sur le terrain» ou «militer en ligne», de même les partisans de François Hollande ont disposé d'un site, «toushollande.fr».

Il était impossible de trouver sur le site l'ombre d'un programme, en revanche, le bilan du président candidat a été vanté dans la rubrique «Découvrez ce qui a changé depuis 2007». De façon plus classique, il permettait de voir de nombreuses vidéos et photos sur la campagne, le bilan, les actualités et l'agenda de monsieur Sarkozy. Alors, ce site de campagne est donc apparu comme un site d'actualité, fondé sur le multimédia et la réactivité.

Le matin de l'annonce de sa candidature, mercredi 15 janvier, le président sortant a lancé un compte Twitter, et écrit son premier post qu'il sera présent au journal de 20 h de TF1.

En septembre, l'Elysée avait pourtant confirmé au journal Parisien que le chef de l'Etat n'aurait pas de compte personnel sur le réseau social durant la campagne présidentielle. C'était son équipe de campagne qui animait un profil du candidat du type «Sarkozy 2012», à l'instar de celui de son principal adversaire, François Hollande, qui n'a pas twitté lui-même.

M. Sarkozy a finalement préféré un modèle mixte, déjà adopté par Martine Aubry pendant la primaire PS: sur son compte Twitter, il était possible de trouver à la fois des messages écrits par son équipe de campagne et d'autres, écrits par lui-même, qui sont signés «NS». Il y avait déjà plus de 73 000 abonnés sur le compte du candidat UMP, le deuxième jour de sa campagne à 16 h. C'est un progrès rapide, même si son principal adversaire du moment, le socialiste François Hollande, a eu deux fois plus de «suiveurs».

«C'est un peu la consécration d'Internet, tout ça parce qu'on se rend compte qu'aujourd'hui, les candidats vont sur Facebook et sur Twitter avant même d'être candidats. C'est là que la campagne commence»[365], - a estimé Arnaud Dassier, ancien responsable de la campagne sur Internet de Nicolas Sarkozy en 2007, qui a participé en 2012 à celle de François Bayrou.

M. Sarkozy a cependant été deux fois plus présent sur le réseau social le plus répandu, Facebook : en plus de sa page, qui a compté plus de 530 000 abonnés et a été réactivée, l'équipe du candidat a créé également son profil personnel au tout début de la campagne. Ce profil de Nicolas Sarkozy, différent de la page déjà existante, a obtenu la nouvelle interface «Timeline»,

[365] Présidentielle 2012. Site, Twitter, Facebook…Le candidat Sarkozy se met à niveau sur le Web // lemonde.fr. URL : http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/02/17/site-twitter-facebook-le-candidat-sarkozy-se-met-a-niveau-sur-le-web_1644493_1471069.html

présenté par le réseau social le 22 septembre 2011. Ce profil montrait en images la vie du président, candidat.

«Nicolas Sarkozy voulant s'adresser aux français en général, il a été décidé que Facebook était le bon endroit, privilégié par rapport à Twitter»[366], a expliqué Manuel Diaz, responsable d'Emakina, interrogé par Le Monde.fr. «Cette «biographie numérique», qui retrace trente-huit ans de sa carrière politique avec photographies, vidéos et extraits de discours à l'appui, permet de donner une perspective chronologique à sa carrière»[367], a continué Manuel Diaz.

«La timeline qui a été faite, est remarquable, c'est un travail de dentellière et d'orfèvre»[368], a applaudi Benoît Thieulin, président de la Netscouade et responsable de la campagne présidentielle de Ségolène Royal sur le Web en 2007.

Au final, la campagne du candidat UMP a été si bien conçue sur Internet et cette «timeline» a été tellement saluée par de nombreux spécialistes du Web que le PS a décidé d'accuser Facebook d'avoir aidé la cellule électorale de monsieur Sarkozy à la développer: «Facebook a tout mis en œuvre afin que le président sortant soit le premier candidat français à lancer sa timeline».[369] L'Elysée a démenti et assuré que Nicolas Sarkozy «n'a absolument pas été avantagé par Facebook, ni techniquement, ni éditorialement».[370]

Le réseau géant a répondu pour sa part que «les équipes de Facebook sont régulièrement en contact avec de nombreuses personnalités publiques, y compris les partis politiques».[371]

Mais malgré cet appui fort sympathique, la timeline de Sarkozy n'a pas semblé être à la hauteur de ses partisans : il y a eu un décalage avec les cultures numériques même si le candidat a su s'entourer de spécialistes (deux équipes web et l'ancien conseiller numérique de la présidence Nicolas Princen). Globalement, son compte s'est limité aux «j'aime».

---

[366] Présidentielle 2012. Site, Twitter, Facebook…Le candidat Sarkozy se met à niveau sur le Web // lemonde.fr. URL : http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/02/17/site-twitter-facebook-le-candidat-sarkozy-se-met-a-niveau-sur-le-web_1644493_1471069.html

[367] Présidentielle 2012. Site, Twitter, Facebook…Le candidat Sarkozy se met à niveau sur le Web // lemonde.fr. URL : http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/02/17/site-twitter-facebook-le-candidat-sarkozy-se-met-a-niveau-sur-le-web_1644493_1471069.html

[368] Présidentielle 2012. Site, Twitter, Facebook…Le candidat Sarkozy se met à niveau sur le Web // lemonde.fr. URL : http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/02/17/site-twitter-facebook-le-candidat-sarkozy-se-met-a-niveau-sur-le-web_1644493_1471069.html

[369] Marie H. Election présidentielle 2012 : où en sommes-nous sur les réseaux sociaux ? // Digicom.URL : http://ecs-paris.com/blogs/digicom-2012/reseaux-sociaux/election-presidentielle-2012-ou-en-sommes-nous-sur-les-reseaux-sociaux

[370] Marie H. Election présidentielle 2012 : où en sommes-nous sur les réseaux sociaux ? // Digicom.URL : http://ecs-paris.com/blogs/digicom-2012/reseaux-sociaux/election-presidentielle-2012-ou-en-sommes-nous-sur-les-reseaux-sociaux

[371] Marie H. Election présidentielle 2012 : où en sommes-nous sur les réseaux sociaux ? // Digicom.URL : http://ecs-paris.com/blogs/digicom-2012/reseaux-sociaux/election-presidentielle-2012-ou-en-sommes-nous-sur-les-reseaux-sociaux

De plus, après les détournements de l'affiche de campagne, la «Vraie Timeline» a fait son apparition. Un site qui s'est moqué de la page Facebook du président et qui a proposé sa version du fil d'actualité.

Une autre nouveauté de cette campagne de deux partis français fut la production de Web séries et de sites, parfois drôles, pour tacler l'adversaire. «C'est le cas du «kikadiquoi», une série vidéo satirique réalisée par l'UMP qui tourne en dérision les mots de François Hollande et des socialistes».[372] «En guise de riposte, le PS a lancé un site, le Sarkolol, qui se présente comme le jeu Memory, pour rappeler, à chaque carte, les «affaires» de Nicolas Sarkozy».[373] Donc les deux partis essayaient d'introduire une censure contre leurs sites parodiques mais en même temps ils créaient de nombreux bruits, de faux profils et des comptes ridicules sur leurs adversaires.

Pendant les campagnes électorales tous les moyens sont bons et il est assez fréquent que les candidats cherchent à nuire la réputation de leurs principaux concurrents en créant le scandale autour d'un certain sujet et en s'imposant à l'attention des électeurs. A l'époque actuelle ce sont les réseaux sociaux qui les aident beaucoup en cette matière.

En résumé, c'est grâce aux réseaux sociaux que les candidats à la présidentielle russe et française ont réussi à atteindre des résultats impressionnants dans la course électorale. Mikhaïl Prokhorov, après seulement une année dans la vie politique et en se portant immédiatement candidat à la présidence, est arrivé troisième selon les résultats, car grâce à son équipe le nouveau langage des jeunes, celui des réseaux sociaux, a été bien maîtrisé. La jeunesse russe, manifestant souvent des opinions radicales sur le gouvernement de l'époque, a préféré voter pour lui, puisque l'homme politique a réussi à la convaincre, en mettant l'accent essentiel de sa campagne sur les réseaux sociaux. En outre, Nicolas Sarkozy, qui avait une brillante campagne sur Internet et qui a parfaitement maîtrisé tous les outils numériques en comparaison avec les autres candidats, n'est pas arrivé premier aux élections présidentielles et a perdu face à son principal rival socialiste, François Hollande, qui a fait également une campagne Internet très forte et l'a même dépassé sur Twitter d'après le nombre de suiveurs. La pratique montre que la présence sur tous les réseaux sociaux pendant une campagne électorale n'est pas tout, en tant que candidat on doit toujours avoir un bon programme et promettre d'améliorer et de corriger les défauts dont les gens se plaignent dans le gouvernement actuel. Les réseaux sociaux représentent pour les hommes politiques et les candidats, une façon d'être crédible et de valoriser leur image.

[372] Alice Antheaume. Campagne présidentielle en cours de numérisation // Slate.fr. URL : http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2012/04/19/campagne-presidentielle-en-cours-de-numerisation/
[373] Alice Antheaume. Campagne présidentielle en cours de numérisation // Slate.fr. URL : http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2012/04/19/campagne-presidentielle-en-cours-de-numerisation/

3.1.2 La mise en œuvre de la campagne présidentielle sur Twitter

Twitter semble être le réseau social le plus influent et qualitatif grâce au retour d'information général qui en ressort. «C'est toute une armée de partisans qui combattent à coup de tweets pour imposer leur candidat et influencer les électeurs lorsque qu'un représentant de droite, de gauche ou du centre, débat à la télévision».[374]

Lancé en janvier 2011 par TNS Sofres, le Twittoscope est le nouveau baromètre de l'opinion politique sur Twitter. Cet outil «répertorie l'ensemble des tweets citant des personnalités politiques»[375], explique Pierre Jougla, chargé d'études au département stratégies d'opinion de TNS Sofres. Ces données permettent d'établir un classement publié ensuite, par le journal Métro et sur Tf1 News. En décembre, «la première place revient à Nicolas Sarkozy, avec 137 700 tweets mentionnant le Président de la République».[376] François Hollande et François partagent également le podium, à la deuxième et troisième place.

En outre, le Twittoscope détaille la tonalité de ces messages. «On remarque que 20% de ceux concernant Nicolas Sarkozy sont négatifs contre 0,5% positifs».[377]

Un outil certes pratique à l'approche de la campagne présidentielle, mais pas tout à fait représentatif. Le baromètre se base sur un panel très restreint de la population. Pierre Jougla le confirme : «Les gens inscrits sur Twitter sont souvent des personnes jeunes, citadines et CSP+».[378] Son utilité reste donc relative. «Cependant le principal c'est que le sondage intéresse le public et ça semble être le cas»[379], précise l'intervenant.

Pour Arnaud Mercier, professeur en sciences de l'information et de la communication, si la plupart des politiques ont un compte Twitter c'est par «effet de mode». L'usage qu'ils en font reste encore fébrile, «ils n'utilisent pas le potentiel de la chose»[380] explique Arnaud Mercier. A bien des égards sur Twitter les politiques se montrent et s'expriment de la même

[374] Marie H. Election présidentielle 2012 : où en sommes-nous sur les réseaux sociaux ? // Digicom.URL : http://ecs-paris.com/blogs/digicom-2012/reseaux-sociaux/election-presidentielle-2012-ou-en-sommes-nous-sur-les-reseaux-sociaux

[375] Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? // URL : http://www.journalismesinfo.fr/Twitter-influence-t-il-la-campagne-de-2012_a3773.html

[376] Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? //URL : http://www.journalismesinfo.fr/Twitter-influence-t-il-la-campagne-de-2012_a3773.html

[377] Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? //URL : http://www.journalismesinfo.fr/Twitter-influence-t-il-la-campagne-de-2012_a3773.html

[378] Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? //URL : http://www.journalismesinfo.fr/Twitter-influence-t-il-la-campagne-de-2012_a3773.html

[379] Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? // URL : http://www.journalismesinfo.fr/Twitter-influence-t-il-la-campagne-de-2012_a3773.html

[380] Florine Constant. Twitter des politiques // journ@lismes.info. URL : http://www.journalismes. info/Le-Twitter-des-politiques_a3630.html

manière que dans les médias traditionnels ce qui est une erreur dans leur comportement car il faut bien distinguer ces deux choses.

Par rapport à cela Benoit Raphaël, créateur de médias sociaux, invité de l'émission «Les politiques et Twitter : je t'aime moi non plus» dit qu'il existe deux formes d'usage de Twitter par les dirigeants politiques. «Pour ceux qui l'utilisent de manière minimale, Twitter n'est alors qu'un outil dans la communication politique, et pour ceux qui en font un usage plus personnalisé, Twitter apporte alors plus de value dans le discours politique et les politiques peuvent devenir diffuseurs d'information».[381] Ainsi Twitter peut permettre d'interpeller directement un politique ou permettre à celui-ci de répondre directement aux internautes.

En effet Sarkozy a joué la carte de la proximité avec ses followers en signant ses messages par un «NS», les comptes satiriques et hostiles à la politique du président ont été fermés. Une véritable censure mise en place afin que les internautes ne consomment que de l'information officielle.

Mais cela n'est pas passé inaperçu et les Twittos n'ont pas tardé à se faire entendre : le hashtag #sarkocensure a été diffusé en masse sur Twitter suite à la suite de suppression des comptes parodiques et satiriques.

«Le compte @NicolasSarkozy par exemple (décrit comme un compte parodique) s'est vu accusé de commettre une usurpation d'identité non parodique».[382]

On rappelle que dans son règlement, Twitter intervient si des imitations sont susceptibles d'induire en erreur, de prêter à confusion ou de tromper autrui, afin de se préserver de toute usurpation d'identité. Ce compte a finalement été réactivé grâce à la mobilisation massive des twittos.

Mais le Parti Socialiste, a lui aussi essayé de faire taire les profils et les sites humoristiques.

Matthieu Creux, militant de l'UMP et créateur du compte @droledegauche, a fait savoir qu'il avait été sujet aux attaques des avocats du PS en août dernier puisqu'il a dénoncé «une volonté forte du Parti Socialiste de vouloir faire taire l'humour politique sur Internet».[383]

Dans le deuxième chapitre de la première partie nous sommes arrivés à une conclusion que la télévision et les réseaux sociaux deviennent actuellement complémentaires. Depuis la primaire socialiste, les émissions politiques à la télévision suscitent de nombreux commentaires

[381] Florine Constant. Le Twitter des politiques // journalismesinfo.fr. URL : http://www.journalismesinfo.fr/Le-Twitter-des-politiques_a3630.html
[382] Marie H. Election présidentielle 2012 : où en sommes-nous sur les réseaux sociaux ? // Digicom. URL : http://ecs-paris.com/blogs/digicom-2012/reseaux-sociaux/election-presidentielle-2012-ou-en-sommes-nous-sur-les-reseaux-sociaux
[383] Marie H. Election présidentielle 2012 : où en sommes-nous sur les réseaux sociaux ? // Digicom. URL :http://ecs-paris.com/blogs/digicom-2012/reseaux-sociaux/election-presidentielle-2012-ou-en-sommes-nous-sur-les-reseaux-sociaux

sur Twitter, c'est assez fréquent que les téléspectateurs se réunissent sur un canapé interactif géant pour analyser les idées et propositions des politiques. La télévision diffuse les paroles des candidats, et à leur tour les réseaux sociaux développent les discussions à propos de ces paroles de candidats. La crédibilité des candidats est notamment jugée sur les réseaux sociaux. Car leurs promesses et leurs chiffres sont vérifiées en ligne par des journalistes et des experts qui ont une fonction de vérificateurs lorsque les politiques déroulent leur discours.

3.1.2.1 Les avantages et caractéristiques d'utilisation de Twitter pendant les campagnes présidentielles en France et en Russie

Tous les candidats à l'élection présidentielle ont dû se résigner à utiliser le site de micro-blogging Twitter qui est incontestablement incontournable. «@NicolasSarkozy a réussi à obtenir 155.000 followers à 8 jours du 1er tour contre 225.000 pour @fhollande».[384]

Donc Twitter peut devenir une alternative aux sondages d'opinion, mais comme le souligne Arnaud Mercier : «Il ne les remplace en aucun cas».[385] Car seule une très petite partie de la population est présente et active sur le réseau.

Ce réseau social est très important pour des élections puisqu'il peut être appliqué avec la télé et la radio en même temps, ce qui permet d'avoir une influence encore plus forte sur la population. Les équipes des candidats organisent d'ailleurs fréquemment des livetweets pendant les meetings ou les émissions télé. La course sera à celui qui sera le plus retwitté. Lors du débat télévisuel du 2 mai 2012, les deux candidats ont disposé d'ailleurs d'un hashtag twitter spécial #avecSarkozy et #votehollande. «Ce sont plus de 500.000 tweets qui ont été échangés durant le débat télévisé Hollande/Sarkozy, soit 1.500 tweets à la minute».[386]

Puisque Twitter permet de commenter en direct une émission de radio ou de télévision pour les journalistes c'est un feed-back tout trouvé. Ils peuvent connaître à l'instant les réactions à telle ou telle déclaration en observant simplement les commentaires postés sur Twitter.

Matthieu Lamarre, responsable de la communication web du Modem le confirme : «Avant les journalistes prenaient leurs informations auprès de l'AFP, aujourd'hui ils vont

[384] Twitter a cartonné lors de la campagne présidentielle, et les autres réseaux sociaux ? // PressMyWeb.com. URL : http://www.pressmyweb.com/webmarketing-e-marketing-communication/reseaux-sociaux-smo/tweeter-cartonne-lors-campagne-presidentielle/

[385] Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? // URL : http://www.journalismesinfo.fr/Twitter-influence-t-il-la-campagne-de-2012_a3773.html

[386] Twitter a cartonné lors de la campagne présidentielle, et les autres réseaux sociaux ? // PressMyWeb.com. URL : http://www.pressmyweb.com/webmarketing-e-marketing-communication/reseaux-sociaux-smo/tweeter-cartonne-lors-campagne-presidentielle/

récupérer les tweets, postés par les communicants politiques».[387] «Lors de l'affaire des porteurs de mallettes avec François Bayrou, ils n'ont pas attendu les dépêches de l'agence de presse. Le Figaro a directement repris le tweet posté par le président du modem».[388]

La principale raison de cette popularité de Twitter parmi les journalistes est l'instantanéité des messages et des réactions. «Quand l'AFP met près d'une heure pour publier une information, les réseaux sociaux, eux, la diffusent en quelques minutes»[389] explique Matthieu Lamarre. Un gain de temps précieux pour les journalistes. C'est plus rapide mais également c'est plus pratique. «Quand un journaliste veut poser une seule question c'est plus simple de passer par Twitter»[390] affirme le communiquant. Et de rajouter : «On procède également à des tweet-interviews si le journaliste le souhaite».[391] De telle façon on peut avoir des échanges facilités entre communicants politiques et journalistes, à l'approche de la campagne présidentielle.

Si l'on dénombre 5,2 millions de comptes Twitter, il faut garder à l'esprit que la majorité d'entre eux appartiennent à des journalistes. Arnaud Mercier, professeur en communication politique, explique que Twitter est un outil de veille pour les journalistes. Eric Dupin complète : «Pour moi, Twitter est d'abord un instrument d'alerte. Je surveille ce réseau car c'est là qu'on voit se développer une rumeur qui peut avoir une certaine influence. Petits faits, petites prises de position ont un écho sur Twitter qu'ils n'ont pas dans les grands médias»[392], explique-t-il.

Par exemple lors de l'intervention télévisée de Nicolas Sarkozy, dimanche le 29 janvier 2012, le nombre de tweets contenant le hashtag (mot-clé) #Sarkozy a explosé. D'après le site Blog e-réputation, «on constatait une activité en hausse de 152%, au terme de la première demi-heure d'intervention».[393]

---

[387] Florine Constant. Le Twitter des politiques // journalismesinfo.fr. URL : http://www.journalismesinfo.fr/Le-Twitter-des-politiques_a3630.html

[388] Florine Constant. Le Twitter des politiques // journalismesinfo.fr. URL : http://www.journalismesinfo.fr/Le-Twitter-des-politiques_a3630.html

[389] Twitter a cartonné lors de la campagne présidentielle, et les autres réseaux sociaux ? // PressMyWeb.com. URL : http://www.pressmyweb.com/webmarketing-e-marketing-communication/reseaux-sociaux-smo/tweeter-cartonne-lors-campagne-presidentielle/

[390] Twitter a cartonné lors de la campagne présidentielle, et les autres réseaux sociaux ? // PressMyWeb.com. URL : http://www.pressmyweb.com/webmarketing-e-marketing-communication/reseaux-sociaux-smo/tweeter-cartonne-lors-campagne-presidentielle/

[391] Twitter a cartonné lors de la campagne présidentielle, et les autres réseaux sociaux ? // PressMyWeb.com. URL : http://www.pressmyweb.com/webmarketing-e-marketing-communication/reseaux-sociaux-smo/tweeter-cartonne-lors-campagne-presidentielle/

[392] Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? // URL : http://www.journalismesinfo.fr/Twitter-influence-t-il-la-campagne-de-2012_a3773.html

[393] Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? //URL : Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? // URL : http://www.journalismesinfo.fr/Twitter-influence-t-il-la-campagne-de-2012_a3773.html

Mais cependant, pour Eric Dupin, il a été abusif de penser que «la campagne présidentielle va se jouer sur Twitter».[394] Si le réseau se développe en France, il est loin d'avoir la même influence qu'aux Etats-Unis en 2008. Du côté des politiques, on n'a pas observé non plus le même professionnalisme que l'on avait connu avec la campagne d'Obama. Les politiciens savent qu'ils doivent être présents sur les réseaux et sur Twitter, mais ne savent pas comment les utiliser. Pour Arnaud Mercier, «ils n'ont pas de stratégie claire».[395]

Certains, comme François Bayrou ou Alain Juppé, organisent pourtant des séances de questions sur Twitter. D'autres échangent directement avec leurs followers. C'est le cas de Nicolas Dupont-Aignan ou Cécile Duflot, entre-autres. Mais leurs cas sont isolés.

Eric Dupin déplore d'ailleurs que beaucoup de politiques utilisent Twitter comme émetteur et ne réagissent pas. «Pourtant je pense qu'il faut un dialogue. On ne peut pas bien sûr demander à François Hollande de réagir à toute intervention, mais il devrait quand même être plus réactif»[396], explique le journaliste en ajoutant : «Certains ne font que de la communication de manière traditionnelle, ils twittent leurs communiqués et n'ont pas compris que sur Twitter il faut avoir un langage particulier».[397]

Maintenant nous allons examiner l'état des comptes les plus populaires des politiques russes sur Twitter à la veille des élections présidentielles selon les données du magazine «Forbes» du 19 novembre 2011. «La première place revient au premier ministre Dmitry Medvedev avec 14 abonnements sur son compte. Son activité d'actualité est 327 tweets».[398]

4441 personnes l'ont ajouté à leur liste (les utilisateurs qui ont mis ce compte dans une liste spéciale pour ne pas alourdir le fil d'actualité et le lire séparément).

Pendant un jour il pouvait écrire 2 ou 3 tweets et puis pendant une semaine garder le silence. Tweets ressemblent le plus à des mini-rapports sur les travaux qu'il a accomplis. Il aime écrire sur les voyages et publier des photos de voyages, parler des prochaines réunions et des tâches. Il n'a pas peur d'exprimer les vérités : «Le devoir du président est de contrôler le développement de toutes les régions de Russie, y compris les plus éloignés».[399] Medvedev peut

[394] Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? //URL : Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? // URL : http://www.journalismesinfo.fr/Twitter-influence-t-il-la-campagne-de-2012_a3773.html

[395] Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? //URL : Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? // URL : http://www.journalismesinfo.fr/Twitter-influence-t-il-la-campagne-de-2012_a3773.html

[396] Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? // URL : Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? // URL : http://www.journalismesinfo.fr/Twitter-influence-t-il-la-campagne-de-2012_a3773.html

[397] Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? // URL : Audrey Vuétaz. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? // URL : http://www.journalismesinfo.fr/Twitter-influence-t-il-la-campagne-de-2012_a3773.html

[398] Khalimat Temnova. 8 comptes Twitter les plus lus des politiques russes // Forbes. URL : http://www.forbes.ru/ekonomika-slideshow/lyudi/60004-7-samyh-chitaemyh-tvitterov-rossiiskoi-politiki/slide/1

[399] Khalimat Temnova. 8 comptes Twitter les plus lus des politiques russes // Forbes. URL : http://www.forbes.ru/ekonomika-slideshow/lyudi/60004-7-samyh-chitaemyh-tvitterov-rossiiskoi-politiki/slide/1

parfois s'éloigner du style administratif. Ces tweets, surtout s'il y a une erreur ou des émoticônes, sont particulièrement populaires.

Le 18 novembre 2010 il a été annoncé que le président Dmitry Medvedev a ouvert le second profil Twitter. Le service de presse du Kremlin a annoncé que maintenant le président russe de l'époque aura deux comptes sur Twitter, sans compter celui dans la version anglaise. L'un d'eux - KremlinRussia - deviendra officiel et sera dirigé par les représentants de l'administration, donnant les annonces de l'activité actuelle du président. Le deuxième - MedvedevRussia - sera plus personnel et va être dirigé par lui-même. Lors de l'ouverture le nouveau profil présidentiel a attiré environ 500 abonnés. Certes, aucun d'eux ne pouvait lire ce que le chef d'Etat écrivait, puisque le nouveau compte a été fermé et il fallait avoir confirmation du président pour accéder à la souscription.

«La deuxième place de popularité a été obtenue sur le compte parodique Perzident Roissi avec 47.328 abonnés. Son activité d'actualité a été 521 tweets. Il y a eu 2406 abonnements sur son compte».[400]

1650 personnes l'ont ajouté à leur liste (les utilisateurs qui ont mis ce compte dans une liste spéciale pour ne pas alourdir le fil d'actualité et le lire séparément).

C'est la parodie la plus populaire sur le compte Twitter du président de Russie à l'époque. Sur ce compte il y a toujours eu les posts sur les questions politiques et sociales actuelles. De nombreux tweets de Kermlin ont présenté une parodie des messages officiels du président. Souvent cela se faisait en ajoutant seulement un ou deux mots dans l'inscription originale.

«La troisième place sur Twitter est appartenue à Arkady Dvorkovitch, le vice premier ministre dans la période de 2008 à 2012 avec 12 846 abonnés. Son activité d'actualité a été 4881 tweets. Il y a eu 152 abonnements sur son compte».[401]

772 personnes l'ont ajouté à leur liste (les utilisateurs qui ont mis ce compte dans une liste spéciale afin de ne pas alourdir le fil d'actualité et de le lire séparément).

Arkady écrivait et répondait beaucoup sur son compte. Parfois il semble que l'activité sur Twitter de Dvorkovitch a été la forme principale de ses activités. De nombreux abonnés aimaient s'adresser à monsieur Dvorkovitch avec des questions ou des commentaires. Il leur répondait toujours. De plus Arkady était disponible presque vingt-quatre heures sur vingt-quatre sur Twitter. En plus des réponses il écrivait au sujet des événements, sur le football et les échecs.

---

[400] Khalimat Temnova. 8 comptes Twitter les plus lus des politiques russes // Forbes. URL: http://www.forbes.ru/ekonomika-slideshow/lyudi/60004-7-samyh-chitaemyh-tvitterov-rossiiskoi-politiki/slide/1

[401] Khalimat Temnova. 8 comptes Twitter les plus lus des politiques russes // Forbes. URL : http://www.forbes.ru/ ekonomika-slideshow/lyudi/60004-7-samyh-chitaemyh-tvitterov-rossiiskoi-politiki/slide/1

Après «c'est Vladimir Jirinovsky, la tête du parti libéral-démocrate, vice-président de la Douma d'Etat qui suivait avec son compte officiel sur Twitter avec 8531 abonnés. Son activité d'actualité a été 309 tweets. Ce compte n'avait aucun utilisateur».[402]

503 personnes l'ont ajouté à leur liste (les utilisateurs qui ont mis ce compte dans une liste spéciale, afin de ne pas alourdir le fil d'actualité et de le lire séparément).

Les Tweets de Jirinovsky ont été brillants, accrocheurs et catégoriques. Il n'écrivait pas très souvent, la plupart du temps sur des sujets d'actualité. Le principe de base du comportement sur Twitter c'est «couper net». Il n'écrivait pas au sujet du travail accompli au cours de la journée, mais il aimait utiliser Twitter comme une plateforme pour les déclarations de la part de son parti.

«Sergueï Mironov, le leader du parti «La Russie juste», le président du Conseil de la Fédération de l'Assemblée fédérale de la Fédération de Russie lui succédait avec 5832 abonnés. Son activité d'actualité a été 1567 tweets. Il y a eu 738 abonnements sur son compte».[403]

465 personnes l'ont ajouté à leur liste (les utilisateurs qui ont mis ce compte dans une liste spéciale, afin de ne pas alourdir le fil d'actualité et de le lire séparément).

Le profil sur Twitter de Mironov a été intéressant pour ceux qui s'intéressaient à lui. Le plus souvent, les tweets ont été des liens vers ses propres billets sur LiveJournal et les histoires à propos des villes où il se rendait pour une mission.

Enfin il y a eu «un compte très intéressant mais faux @PremierRussia de l'ancien premier-ministre Vladimir Poutine avec 5662 abonnés. Son activité d'actualité a été de 151 tweets. Il y a eu 1700 abonnements sur son compte».[404]

238 personnes l'ont ajouté à leur liste (les utilisateurs qui ont mis ce compte dans une liste spéciale, afin de ne pas alourdir le fil d'actualité et de le lire séparément).

Contrairement au compte KermlinRussia qui aimait le jeu de mots subtils, ce compte utilisait des plaisanteries directes et grossières. Il écrivait moins souvent que KermlinRussia, aimait les sujets d'actualité, mais il n'y a pas eu de stratégie de comportement unique : on pouvait se plaindre, se poser des questions et exprimer des doutes. Ce compte écrivait parfois fermement et péremptoirement.

Ainsi, ni les politiciens français ni les politiciens russes n'ont encore atteint la maîtrise parfaite de Twitter et de son langage particulier, comme c'était le cas par exemple lors de l'élection présidentielle aux USA en 2008, lorsque l'ensemble de la campagne s'est joué sur les

[402] Khalimat Temnova. 8 comptes Twitter les plus lus des politiques russes // Forbes. URL : http://www.forbes.ru/ ekonomika-slideshow/lyudi/60004-7-samyh-chitaemyh-tvitterov-rossiiskoi-politiki/slide/1
[403] Khalimat Temnova. 8 comptes Twitter les plus lus des politiques russes // Forbes. URL : http://www.forbes.ru/ ekonomika-slideshow/lyudi/60004-7-samyh-chitaemyh-tvitterov-rossiiskoi-politiki/slide/1
[404] Khalimat Temnova. 8 comptes Twitter les plus lus des politiques russes// Forbes. URL : http://www.forbes.ru/ ekonomika-slideshow/lyudi/60004-7-samyh-chitaemyh-tvitterov-rossiiskoi-politiki/slide/1

réseaux sociaux. A la veille des élections les candidats russes et français se sont rendus compte qu'ils ne pouvaient pas se passer de cet outil numérique ayant un certain nombre d'avantages forts par rapport aux médias traditionnels, habituellement utilisés pour faire campagne :

1) Twitter est une source d'information instantanée, et pour écrire et publier un post il ne faut pas plus de 1 ou 2 minutes

2) Ce réseau permet de réaliser des meetings en ligne et même des interviews en temps réel et d'être en mesure de répondre à chaque remarque ou commentaire, mais de ne pas être limité dans le temps comme cela se passe généralement au cours des émissions de radio ou de télévision

3) Sur Twitter il y a beaucoup de comptes des journalistes professionnels et des consultants politiques, donc ça facilite bien leur travail, surtout quand il s'agit d'éclairer de petits sujets et questions, et permet un feedback permanent

4) Cet outil demande un dialogue et des réactions en continu pour rester dans le plus haut niveau de popularité afin que les gens ne se désabonnent pas et continuent d'être intéressés

5) Il permet aux professionnels de mener facilement des sondages en ligne, en établissant la cote de popularité des candidats aux élections, à intervalles réguliers pour suivre les moindres hésitations et changements d'avis des gens

6) Même de faux profils sur Twitter qui sont créés pour des gens célèbres et populaires, comme c'était le cas et ça le reste avec le président actuel de Russie, fait le jeu des candidats eux-mêmes aux élections, en attirant une attention accrue et en obligeant à en parler encore plus.

3.1.2.2 La campagne présidentielle sur Twitter vis-à-vis du cadre juridique

Même si les réseaux sociaux sont définitivement ancrés dans les modes de communication politique, leur maîtrise n'est pas encore parfaite.

Au nom de la liberté de communication, les candidats à l'élection ou les partis politiques peuvent librement créer un site internet pour faire campagne. Toutefois, certaines règles doivent être respectées. «En effet, la loi du 14 avril 2011 a prévu que les dispositions du code électoral s'appliquent également à la campagne sur Internet : les interdictions et restrictions prévues par le présent code en matière de propagande électorale sont applicables à tout message ayant le caractère de propagande électorale diffusé par tout moyen de communication au public par voie électronique» (article L. 48-1).[405]

[405] La campagne électorale et internet // Vie-publique.fr. URL : http://www.vie-publique.fr/actualite/dossier/election-presidentielle-2012/campagne-electorale-internet.html

«En vertu de la loi du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion qui, dans l'article 11, interdit la veille et le jour de chaque tour de scrutin, par tout moyen de communication par voie électronique, la publication, la diffusion et le commentaire de sondages d'opinion ayant un rapport, direct ou indirect, avec l'élection présidentielle, la publication de sondages électoraux sur internet est interdite la veille et le jour même de chaque tour de scrutin avant la fermeture définitive du dernier bureau de vote en métropole. Toutefois la poursuite de la diffusion de sondages précédemment mis en ligne est autorisée».[406]

Le législateur estime que la diffusion d'une tendance aux sorties des urnes peut avoir une incidence sur le choix des derniers votants. De même, la diffusion de faux résultats est dangereuse. Le risque de désinformation est plus grand avec Facebook et Twitter.

«Dans un communiqué du 19 avril 2012, la Commission nationale de contrôle de la campagne en vue des élections présidentielles rappelle que tout contrevenant (personne physique, médias, etc.) à l'une de ces dispositions s'expose à une amende de 75 000 euros par infraction constatée (article L. 90-1 du code électoral)».[407]

Enfin, lorsque qu'Internet et ses diverses fonctionnalités (site web, réseau social, blog, plateforme participative, forum de discussion, lettre et fil d'actualité, etc.) servent à collecter des données à caractère personnel à des fins de prospection politique, la loi informatique et libertés de 1978 doit être respectée (notamment les principes de durée de conservation limitée des données, principes de sécurité et de confidentialité, principe du respect des droits des personnes). A cette fin, la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) a mis en place un «Observatoire des élections» présidentielles et législatives de 2012. Cet Observatoire est chargé d'identifier les pratiques qui seraient contraires à la loi informatique et libertés, d'assurer un traitement rapide des plaintes reçues par la Cnil en la matière, de dialoguer avec les partis, élus et candidats et d'informer le public.

Dans ce cas-là surgit une question : peut-on faire respecter la loi à l'heure où l'information circule en temps réel ? Visiblement, ce n'est pas évident. «Plusieurs médias, comme Libération, ont clairement affiché leurs intentions de violer la loi pour ne pas être trop «en retard» par rapport aux annonces des résultats qui risquaient d'être faits avant l'heure sur les réseaux sociaux».[408] Pour les chaînes de télévision par exemple, l'enjeu est de taille : perdre

[406] La campagne électorale et internet // Vie-publique.fr. URL : http://www.vie-publique.fr/actualite/dossier/election-presidentielle-2012/campagne-electorale-internet.html
[407] La campagne électorale et internet // Vie-publique.fr. URL : http://www.vie-publique.fr/actualite/dossier/election-presidentielle-2012/campagne-electorale-internet.html
[408] Réseaux sociaux et campagne présidentielle : «je t'aime moi non plus» // NordNet. URL : http://blog.nordnet.com/loeil-sur-le-web/decryptages-loeil-sur-le-web/reseaux-sociaux-et-campagne-presidentielle-l-je-taime-moi-non-plus-r.html

des millions de spectateurs parce qu'ils auront déjà les résultats depuis deux heures, ou récolter une amende.

C'est sur les réseaux sociaux que les fuites des résultats du premier tour sont apparues. La toile a vu fleurir plus de 60 000 messages codés dont certains sur Twitter comportant le hashtag «RadioLondres ». Ainsi on pouvait lire des messages du type : «les flans sont sur orbite».[409] Une façon décalée et originale de contourner la loi qui interdit la divulgation des résultats avant 20h.

Voyant cela, l'AFP n'a pas résisté et a envoyé aux rédactions une dépêche donnant Nicolas Sarkozy et François Hollande qualifiés pour le second tour à 18h52. Dans un message écrit quelques minutes auparavant, l'AFP expliquait : «Plusieurs médias étrangers ayant diffusé des estimations basées sur les premiers dépouillements des bureaux de vote qui ont fermé à 18h00, l'AFP met à la disposition de ses clients les informations sur les estimations qui sont en sa possession. La diffusion de ces informations auprès du grand public est de la seule responsabilité des clients».[410]

Le 22 avril, «François Hollande (surnommé « le flan », « Flamby ») a obtenu le meilleur score au premier tour (28.63%), plus d'un point devant Nicolas Sarkozy (27.18%)».[411]

La majorité des organes de presse a respecté l'interdiction, mais les internautes sont rusés et le bouche-à-oreille a atteint vite tout le pays. Il suffit d'une personne pour que les noms des deux candidats finalistes et même les scores de tous les autres soient communiqués aux Français, bien avant 20h.

Les messages codés ont amusé tous les «twittos» et renseigné la twitosphère des tendances dans les urnes. Ainsi, le message de @Rosselin, patron de la rédaction La Tribune de Genève «Le prix du flan a drôlement augmenté en Guadeloupe mais les Rolex sont en solde. Je répète…»[412] informait tout le monde que François Hollande devançait Nicolas Sarkozy.

«Au Canada, le sirop d'érable hollandais est à 33$, bien plus cher que le hongrois qui ne vaut que 26$», ou encore «le kilo de gouda coûte 28€»[413] donnaient les tendances des résultats.

---

[409] Pierre Matuchet. Les internautes ont mené la campagne présidentielle sur les réseaux sociaux // JDN. URL : http://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/51529/les-internautes-ont-mene-la-campagne-presidentielle-sur-les-reseaux-sociaux.shtml

[410] Résultats du premier tour : le récit d'un dimanche de fuites // l'Expansion. URL : http://lexpansion.lexpress.fr/ election-presidentielle-2012/resultats-du-premier-tour-le-recit-d-un-dimanche-de-fuites_292047.html?p=2

[411] Résultats du premier tour : le récit d'un dimanche de fuites// l'Expansion. URL : http://lexpansion.lexpress.fr/ election-presidentielle-2012/resultats-du-premier-tour-le-recit-d-un-dimanche-de-fuites_292047.html?p=2

[412] Thomas Coex. Présidentielle : sur #RadioLondres, Twitter contourne la loi et/ou s'en amuse// l'Expansion. L'express. URL: http://www.lexpress.fr/actualites/1/economie/presidentielle-sur-radiolondres-twitter-contourne-la-loi-et-ou-s-en-amuse_1107209.html

[413] Réseaux sociaux et campagne présidentielle : «je t'aime moi non plus» // NordNet. URL: http://blog.nordnet.com/loeil-sur-le-web/decryptages-loeil-sur-le-web/reseaux-sociaux-et-campagne-presidentielle-l-je-taime-moi-non-plus-r.html

Si la Commission des sondages a bel et bien déféré au parquet des captures d'écran de «twittos» révélant clairement les estimations avant 20h, les tweets détournés sous la forme de Radio Londres ont échappé aux poursuites. La raison c'est que les enquêteurs avaient besoin de toute leur énergie pour retrouver la véritable identité des personnes qui ont violé la loi sur les résultats et les sondages.

Et si on se demande : «est-ce que c'est possible de gagner les élections politiques sur les réseaux sociaux?», on aura sans doute une réponse négative pour 2012, du moins en France. Mais la question «les réseaux sociaux peuvent-ils prédire le nom du prochain président de la République française?» appelle une réponse positive puisque sur le Web, sur les réseaux sociaux, sur les médias non français mais francophones – et accessibles en un clic, ces estimations vont fuiter dès 18h30, heure à laquelle les plus informés obtiennent les premières résultats issus des 100 premiers bulletins dépouillés dans des bureaux de vote ayant fermé à 18h. Malgré les entraves du gouvernement le nom du futur président sera déjà écrit depuis plus d'une heure sur les réseaux sociaux.

3.2 La manifestation des jeunes français et russes en ligne à la veille des élections : l'analyse comparative par le biais des interviews et des questionnaires en ligne

L'origine de la participation politique des jeunes réside dans la manifestation de leur activité, de l'intérêt pour la résolution des problèmes à travers le mécanisme de la réalisation des droits, incitant à l'action politique, et à l'utilisation de différents circuits d'entrée en politique.

Lors de l'analyse de la politique de la jeunesse dans les précédents sous-chapitres de cette deuxième partie nous avons conclu que les formes de participation à la vie publique et politique et le degré d'activité des jeunes dépendent, d'une part, de l'attitude individuelle et du degré de respect de leurs propres intérêts, et d'autre part, de l'efficacité des institutions politiques, en créant pour cela des conditions favorables.

Pour confirmer nos données statistiques théoriques et découvrir à quel point les jeunes français et russes participent vraiment à la vie politique de leur pays, aux élections présidentielles, nous avons réalisé un grand travail de terrain en France et en Russie an ayant des entretiens avec les responsables des différentes organisations politiques de jeunesse en France, à savoir, les Jeunes socialistes, les Jeunes Populaires et les Jeunes du Front National.

Ces derniers soutiennent des partis concrets dont ils partagent les objectifs et orientations générales. Nous avons également eu des entretiens avec les militants qui participent aux rencontres et réunions organisées par ces mouvements. De surcroît pour mieux comprendre la situation de la mobilisation des jeunes aux élections en Russie nous avons réalisé une partie de notre travail sur le terrain à Moscou, avec 15 interviews de militants et d'administrateurs de réseaux sociaux des mouvements politiques et des différents partis russes y compris avec ceux qui militent en ligne pour soutenir les manifestations contre le gouvernement russe.

En France nous avons parlé à Benoît Grange, responsable des Jeunes Populaires en Aquitaine, qui nous a raconté comment il arrange des rencontres des jeunes de son mouvement, l'organisation interne de ce mouvement, sur quels réseaux sociaux ils sont les plus présents et actifs et leur manière de se comporter. Il nous a également expliqué de quelle façon les actions de leur mouvement en ligne et sur les réseaux sociaux en particulier, correspondent aux actions de la vie réelle. Il nous a enfin dit comment leur mouvement a soutenu le candidat de l'UMP dans sa campagne présidentielle de 2012 de manière traditionnelle sur le terrain ainsi qu'en ligne, et quelles sont leurs relations actuelles avec le représentant principal de l'UMP à Bordeaux, le maire de la ville, Alain Juppé.

Nous avons abordé des questions similaires avec Sofiane Kherarfa, animateur fédéral des Jeunes Socialistes en Gironde, et Jean-David Eyquem, le secrétaire départemental du Front National de la Jeunesse. Avec le premier nous avons parlé du support que leur mouvement a accordé on-line ainsi qu'off-line à François Hollande, candidat aux élections présidentielles du Parti Socialiste, et avec le deuxième nous avons parlé de la campagne de Marine le Pen et de la mobilisation du mouvement des jeunes du Front National afin de l'aider à se rapprocher de la victoire aux élections.

En outre, avec de simples militants de ces mouvements nous avons également fait des interviews pour voir en quoi leurs opinions se ressemblent et se distinguent de celles des responsables des mouvements. Ainsi, nous avons mené des entretiens avec Paul Azibert, militant des Jeunes Populaires, Paul Normand, militant permanent des Jeunes Socialistes.

A Moscou soit dans les cafés soit par le biais des réseaux sociaux nous avons réalisé des interviews avec des administrateurs des comptes des partis politiques, des mouvements politiques non-conventionnels et des candidats aux présidentiels russes en 2012.

Ainsi, nous avons parlé à Vsevolod Radchenko, administrateur du groupe de l'organisation politique «Le parti national-démocrate» (https://vk.com/nd_party) sur le réseau russe VKontakte qui a plus de 10000 abonnés. Nous lui avons demandé de quelle manière il remplit le contenu et suit les commentaires laissés sous les posts sur leur page, et comment lui et d'autres membres de cette organisation forcent des gens de sortir dans les rues grâce aux

appels sur leur page pour attirer l'attention des autorités sur certains problèmes internes du pays. Cette organisation est célèbre en Russie pour ses meetings et marches interdits.

De plus nous avons discuté via le réseau social russe VKontakte avec Ivan Schegolev, militant de gauche très actif sur ce réseau auquel sont abonnés plus de 40 groupes politiques, ainsi qu'avec Dmitry Antoupolo, administrateur du groupe «J'aime vraiment Poutine» (https://vk.com/putin) sur lequel il y a déjà plus de 76000 abonnés. Nous avons également rencontré Dmitry Deviatov, administrateur du compte non-officiel du groupe «Front Populaire Panrusse» (https://vk.com/onfront) avec 13000 abonnés, Igor Yakovlev et Denis Chibizov, administrateurs du compte officiel du parti libéral «La pomme» (https://vk.com/yabloko_ru) sur lequel on peut retrouver plus de 6700 abonnés (Igor Yakovlev est attaché de presse de ce parti parallèlement), Daria Kolomatskaya, administratrice du groupe «Le monde communiste» (https://vk.com/kom_mir) avec environ 22 000 abonnés, et enfin Alexander Chernishev, coordinateur du groupe «Parti communiste de la Fédération de Russie» (https://vk.com/kprf) avec plus de 7000 abonnés. Le service de presse du «Parti Libéral Démocrate de la Russie» en la personne d'administrateur du compte officiel de ce parti sur VKontakte a aussi répondu à nos questions et les réponses ont été validées par les chefs de parti.

Nous avons également réussi à interviewer Ksenya Troubetskaya, membre du service de propagande du rassemblement ethnique politique «Les russes» qui est en même temps administratrice du compte officiel de ce rassemblement sur VKontakte (https://vk.com/russkie14) avec plus de 16000 abonnés.

Grâce à ces interviews avec les dirigeants des différents groupes politiques sur VKontakte, nous avons vu que pour le rassemblement des russes à des fins politiques, tels groupes sont créés notamment sur ce réseau et même si les profils des partis ou des organisations sont présents sur Facebook, ils sont peu visités par des utilisateurs et un très petit nombre de personnes s'y abonnent. Pour recueillir des informations sur les nouvelles et les évènements politiques et ensuite les commenter, les russes préfèrent utiliser l'équivalent russe de Facebook, à condition qu'il ne s'agisse pas des pages non-officielles de Vladimir Poutine sur les réseaux sociaux américains y compris Twitter, sur lesquelles il a aussi plus de 750 000 abonnés.

Nous avons donc essayé de généraliser avec ceux avec lesquels nous avons pu parler au cours de notre recherche, de la présence de divers partis, des candidats et des associations politiques sur les réseaux sociaux. Dans les sous-chapitres suivants nous allons nous familiariser de l'intérieur avec la structure interne des mouvements politiques de jeunes en France, leur manière de fonctionner ainsi que la structure de certains rassemblements russes,

qui, souvent par le biais de réseaux sociaux manifestent leur attitude négative envers les autorités russes.

3.2.1 La structure des mouvements politiques des jeunes et leurs fonctions en France

Tout d'abord, nous pouvons dire que tous les mouvements politiques de jeunes en France sont indépendants des partis, dont ils partagent les points de vue. Benoît Grange, responsable des Jeunes Populaires en Aquitaine pour les années 2012 – 2014 a affirmé à ce propos : «Nous, on n'a pas de trésorier parce qu'en effet on n'est pas financé et on n'est pas dépendant de la Fédération de l'UMP. Moi je discute directement avec le trésorier de l'UMP Gironde, délégué jeune. Dans chaque circonscription en Gironde, donc dans chacune des 12 circonscriptions j'ai un responsable jeune et ensuite j'ai des responsables thématiques en ce qui concerne l'Université, en ce qui concerne les jeunes professionnels, les jeunes qui sont déjà dans la vie active, et les jeunes qui sont au lycée etc. Ensuite pour les communications, pour le site Internet».

En plus, à la suite de notre interview nous avons appris qu'il y a environ 600 adhérents du mouvement en Gironde, parmi eux d'après ce que Benoît nous a dit : «Il y a un noyau dur de militants jeunes qu'on voit arriver aux rencontres assez souvent, ensuite il y a des gens qui viennent plus rarement. Il y a vraiment un bon cercle des personnes qui viennent très-très régulièrement, à peu près une cinquantaine».

En général, il y a à peu près 11000 adhérents et «les Jeunes Populaires ne rassemblent dans l'ensemble des départements de France que des jeunes de moins de 30 ans, qui se reconnaissent dans les valeurs de la droite et du centre-droit».[414] Une fois le cap des 30 ans atteint, les adhérents sont radiés du mouvement de jeunesse. A Bordeaux les militants de ce mouvement font des rencontres deux fois par mois au minimum pour maintenir des contacts réguliers.

Benoît a été choisi en tant que responsable des Jeunes Populaires en Aquitaine en 2011, mais en effet comme il s'est avéré, il n'a pas de grandes ambitions politiques et n'envisage pas de devenir responsable des Jeunes Populaires dans la région parisienne ni encore moins président de ce mouvement. Il se sent bien à Bordeaux, il y travaille et n'a pas envie de faire une carrière politique. Tout ce qu'il fait pour le mouvement ce n'est pas par intérêt mais «pour faire croire aux jeunes que le pays a besoin d'eux, qu'ensemble on peut construire un meilleure

[414] Les organisations membres du Forum Français de la Jeunesse // forumfrançaisjeunesse.fr. URL : http://forumfrancaisjeunesse.fr/membres/

avenir, car aujourd'hui la plus grande partie de jeunes veulent partir ailleurs en quête de meilleures conditions de vie».

A propos du nombre d'adhérents au mouvement des Jeunes Socialistes, Sofiane Kherarfa, animateur fédéral de ce mouvement en Gironde, nous a raconté les choses suivantes : «On a à peu près 250 adhérents au mouvement des Jeunes Socialistes à l'année en Gironde et une cinquantaine qui viennent très souvent. Après c'est plus fluctuant dans le sens qu'il y en a qui vont venir juste parce qu'il y a un débat sur la transition énergétique qui va les intéresser ou après un débat sur la discrimination. Sinon il y en a qui ne viennent pas souvent parce qu'ils sont à Arcachon ou dans le quartier populaire et militent sur place. Enfin il y en a qui ne viennent qu'au moment des élections».

Les militants de ce mouvement se réunissent très souvent par an. D'après ce que nous a raconté Sofiane, ils font une assemblée générale deux fois par mois, des réunions politiques une fois par mois et ensuite il y a des réunions d'équipe une fois par mois. L'animateur fédéral a fait savoir : «Si vous regardez le planning de la semaine, il y a au moins dix évènements».

En ce qui concerne l'organisation interne de ce mouvement : «Il y a un animateur fédéral qui est une sorte de président mais il n'y a pas de président au mouvement des JS. On ne préside pas, on anime juste. Il y a un animateur fédéral qui fait office de président. Comme on a toute une association, on a un bureau fédéral. Donc on a un trésorier, on a deux secrétaires généraux et un chargé de relations avec la presse et les campagnes. Et on a un collectif fédéral constituée de la vingtaine des jeunes socialistes qui sont très présents dans les associations diverses. Un collectif fédéral qui fait office de parlement des jeunes socialistes un peu, qui décide de la ligne politique et de ce qu'on va faire dans notre mouvement. Il y a des responsables d'équipe, à peu près 7 équipes au mouvement des JS. Donc 5 à Bordeaux, une à Larmont et une à Arcachon. Ils animent l'équipe c'est-à-dire qu'ils militent dans les quartiers», - nous a raconté Sofiane Kherarfa.

«Je siège dans le parti, au Conseil Fédéral du parti et je fais office de secrétaire fédéral à la jeunesse, et en même temps je suis en relation constante avec les élus et les dirigeants politiques du Parti Socialiste. On est une association à part, pas comme par exemple celle des jeunes populaires. Nous, on est vraiment soit adhérents du MJS soit adhérents du parti, mais c'est des cartes différentes et des objectifs différents. Moi je suis en relation constante avec eux pour travailler mais il y a une autonomie du MJS c'est-à-dire que nous faisons notre propre campagne, et nous restons autononmes. Par exemple en ce moment le parti fait campagne pour soutenir le gouvernement mais nous, nous ne sommes pas aux ordres du parti .Nous sommes vraiment des militants à part», a ajouté Sofiane Kherarfa en parlant de l'indépendance de leur mouvement du Parti Socialiste.

Sofiane a 20 ans, il représente une nouvelle génération de jeunes français qui sont prêts à lutter pour leurs droits politiques et sociaux et qui n'ont pas peur du travail, si à la fin ils en bénéficient. Ce n'est pas lui qui a choisi de devenir un animateur fédéral des Jeunes Socialistes, au départ il a été trésorier numéro 2 du mouvement et ensuite on lui a fait comprendre qu'il serait le mieux à même pour représenter le mouvement et être animateur fédéral.

Sofiane Kherarfa acquiert non seulement une grande expérience de communication et des rencontres avec des gens différents comme animateur fédéral, mais sa mission principale, c'est de convaincre les jeunes que la politique est importante et créée pour les jeunes et pas pour les élus. «J'ai voulu aussi changer la politique dans le sens où j'ai une idée bien précise de ce qu'est un mouvement de jeunesse et je veux pas que ça soit un parti politique typique. Je veux qu'on s'amuse entre nous, qu'on soit une bande d'amis et pas simplement des militants politiques qui servent à un élu politique ou à un gouvernement bien précis» - a souligné Sofiane. Cette idée d'établissement de bonnes relations amicales au sein du mouvement a été confirmée par un militant des Jeunes Socialistes, Paul Normand : «Il y a des rencontres pour de nouveaux participants, moi je n'y ai pas participé et c'est organisé en effet pour rencontrer tout le monde et surtout pour intégrer les nouveaux».

A la différence de son collègue Benoît Grange, Sofiane a beaucoup d'ambitions politiques et voudrait devenir élu à un moment donné de sa vie : «J'aimerais bien travailler par exemple au Parlement parce que comme ça je suis passionné par la politique. D'ailleurs je ne pense pas qu'homme politique est un métier, plutôt c'est une vraie vocation et donc je pourrais faire un autre métier en continuant à servir la politique et les gens».

Les conditions d'âge pour adhérer à ce mouvement sont similaires à celles des Jeunes Populaires : les Jeunes Socialistes rassemblent des jeunes de 15 à 29 ans. Le mouvement revendique actuellement environ 7500 adhérents. Dans l'ensemble le MJS a envie de soutenir la gauche au pouvoir en essayant de pousser leurs propres propositions mais en même temps d'être l'un des porte-paroles de la jeunesse auprès du gouvernement.

Maintenant nous allons examiner le mouvement des jeunes du Front National. Jean-David Eyquem, 21 ans, le secrétaire départemental du Front National de la Jeunesse en Gironde nous a raconté qu'il y a à peu près 300 adhérents en Gironde qui ont payé pour avoir la carte du parti et 20-30% d'entre eux sont réguliers.

Au niveau local en Gironde le mouvement FNJ n'a pas de trésorier mais au niveau national à Paris, il y a toute une structure avec de nombreux adhérents qui ont beaucoup de responsabilités. Dans chaque département le mouvement a ses responsables comme Jean-David. En outre, comme dans chaque mouvement politique de jeunes, il y a des gens

qui sont chargés de la promotion de l'image du Front National sur les réseaux sociaux. Les jeunes du FN sont présents sur Facebook, ils ont la page FNJ Gironde et FNJ Aquitaine, en tout il y a à peu près 1500 «j'aime» et presque tous les jours ils mettent les actualités du mouvement sur les pages, en revanche, ils ne sont pas présents sur Twitter actuellement.

En octobre 2014 le Front National a annoncé que le nombre de ses adhérents a augmenté de «7000 à plus de 83000 dont 30% sont les jeunes de 16 à 30 ans».[415]Donc, le FNJ a une audience relativement large auprès d'une partie de la jeunesse.

Au sein de leur mouvement, les jeunes militants du FNJ essaient de créer ainsi que dans les deux autres mouvements de jeunesse, des relations détendues et assez amicales. Pour cela tous les mois le secrétaire en permanence fait un repas avec les jeunes qui viennent. «Le samedi soir souvent les jeunes viennent, on se regroupe, on se voit, on apprend à se connaître. On peut discuter de futurs évènements qu'on va avoir. Par exemple aller aider tel ou tel candidat sur telle ou telle ville. Par exemple à Bordeaux, Mérignac ou une autre ville, chaque candidat a des jeunes sur sa liste et ensuite c'est la tête de liste, le candidat comme moi, qui s'occupe des jeunes de sa ville. Pour les élections municipales on a fait comme ça : chaque personne de sa ville, comme moi candidat à Saint-Jean-d'Illac s'est occupé des gens de sa ville». D'ailleurs chaque année tous les jeunes du FNJ de toute la France se réunissent tous aux universités d'été. «Ça nous permet de nous revoir, d'échanger et de communiquer. En 2012 c'était à Marseille», a précisé Jean-David Eyquem.

En outre, Jean-David partage l'opinion de son collègue Sofiane Kherarfa à propos du fait que pour lui la politique n'est pas un métier, c'est un service que tu rends à ton pays pour un, deux ou trois mandats et après ça s'arrête là. Il dit : «Je n'ai pas envie de faire de la politique toute ma vie, j'en fais parce que je suis jeune et j'ai du temps encore mais après je compte me consacrer complètement à mon travail». De plus comme son autre collègue Benoît Grange, il est bordelais et n'a pas envie de quitter Bordeaux même pour devenir directeur des jeunes du FN en France.

Malgré le fait que tous les trois mouvements de jeunesse représentent des orientations politiques différentes en France et en conséquence des objectifs ultimes différents, les objectifs personnels des responsables de ces mouvements et de simples militants coïncident souvent. Initialement, ces gens sont très intéressés par la politique et croient en leurs propres forces, en ayant envie de faire changer les choses pour le mieux.

[415] Miguel Medina. Le nombre d'adhérents FN multiplié par 12 depuis 2007, selon le parti // URL : http://www.liberation.fr/politiques/2014/10/31/le-nombre-d-adherents-fn-multiplie-par-12-depuis-2007-selon-le-parti_1133438

Ainsi, nous nous sommes donc rendu compte de la structure interne et la répartition des responsabilités au sein des trois mouvements les plus populaires de jeunes. Dans le sous-chapitre suivant nous allons comprendre de quelle façon les adhérents de ces mouvements militent sur les réseaux sociaux pour intéresser et recruter encore plus de jeunes et quel est leur comportement en ligne à l'égard des mêmes adhérents des mouvements opposés.

3.2.1.1 Le militantisme des adhérents des Jeunes Populaires, du Mouvement des Jeunes Socialistes et du Front National de la Jeunesse sur les réseaux sociaux

Tous les mouvements politiques de jeunes, que nous considérons dans notre étude, sont présents dans presque tous les principaux réseaux sociaux, où ils mettent les informations qu'ils jugent pertinentes concernant les futures réunions, des pétitions qu'il faut signer ou le soutien d'un candidat aux élections. Si un candidat doit participer aux débats télévisés, pour le soutenir on peut nous proposer de tweeter en même temps que le débat en lui envoyant des remarques ou des questions sur son profil auxquelles il pourra répondre en direct. Dans les chapitres précédents, nous avons constaté que les réseaux sociaux et la télévision sont des outils complémentaires visant à promouvoir l'image du candidat et à mettre en œuvre sa campagne électorale.

Le mouvement des Jeunes Socialistes a des profils sur Facebook (https://www.facebook.com/lesjeunessocialistes?fref=ts) et Twitter (https://twitter.com/JeunesSocialist) et leur site Internet (http://www.jeunes-socialistes.fr/). A son tour les Jeunes de l'UMP sont présents sur Facebook (https://www.facebook.com/jeunesump) et sur Twitter (https://twitter.com/jeunesump), mais historiquement sur Facebook. Benoît Grange a fait remarquer : «Cela date en gros pour nous des municipales de 2008 où Facebook est monté vraiment en puissance et donc depuis l'élection municipale de 2008 on est vraiment très présents et très organisés. Twitter c'est un petit peu plus récent, ça concerne moins de monde mais là aussi on est assez présents».

Par contre, les Jeunes Socialistes ont en plus leur propre réseau français «la coopol» (http://www.lacoopol.fr/content/espace-mjs). C'est le réseau social de toutes celles et de tous ceux qui veulent débattre et agir à gauche. Mais Sofiane Kherafa nous a dit que ce réseau marche très peu parce que Facebook et Tweeter sont les principaux réseaux sociaux et c'est

mieux de partager avec ceux qui ne sont pas socialistes que de rester entre socialistes, puisque le mouvement l'appelle même «Facebook des Jeunes Socialistes».

En ce qui concerne le mouvement du Front National de la Jeunesse, il a ses pages sur Facebook «FNJ Gironde» (https://www.facebook.com/FnjGironde?fref=ts) et «FNJ Aquitaine» (https://www.facebook.com/pages/FNJ-dAquitaine/218975811505571?fref=ts). «En tout il y a à peu près 1500 «j'aime» et presque tous les jours nous mettons les actualités du mouvement sur la page», nous assure Jean-David Eyquem bien qu'il avoue : «Il y a toujours des choses à améliorer partout de toute manière. Par exemple, nous, FNJ n'avons pas de page sur Twitter. Donc on pourrait en créer une. On a notre site national FNJ (http://www.fnjeunesse.fr/) mais on n'en a pas pour le local, pour la Gironde. On espère qu'au fil du temps ça va s'améliorer».

D'ailleurs malgré la présence sur presque tous les réseaux sociaux, le responsable des Jeunes Populaires en Aquitaine et l'animateur fédéral des Jeunes Socialistes en Gironde ne sont pas d'accord sur la question : «Quel est des deux réseaux sociaux le plus efficace en politique : Twitter ou Facebook?», il faut noter que l'animateur fédéral des Jeunes Socialistes en Gironde et le secrétaire départemental du Front National de la Jeunesse, pensent de la meme façon sur ce sujet. Ainsi, voilà ce que Sofiane nous dit : «Je pense que Tweeter marche pour ça vraiment bien c'est-à-dire que Facebook c'est plus difficile parce qu'on doit être ami avec un tel ou un tel. Donc forcément soit on a assez de ses propres amis, soit ceux qui nous demandent en amis sont ceux qui nous connaissent de près ou de loin. Soit ils sont convaincus, soit ils sont à convaincre. Alors que Twitter c'est totalement différent, pour moi Twitter c'est le premier site Internet d'actualité, et c'est là où sont tous les membres du gouvernement, tous les élus et tous les militants politiques. Je pense que Twitter prend une place vraiment démentielle en politique». La même idée est partagée et même renforcée par Jean-David Eyquem : «Twitter c'est plus sérieux et professionnel que tous les autres réseaux. C'est justement pour la transmission d'information médiatique et politique tandis que Facebook, je trouve, c'est plus personnel, on peut y postuler des photos de vacances, des photos avec des amis etc.».

Benoît Grange les contredit et dit que l'objectif étant de toucher le plus de gens possible, c'est Facebook qui est le plus efficace parmi des réseaux. «Twitter c'est différent, ça nous permet de tisser des relations notamment avec la presse, des relations directes plus facilement mais l'objectif de diffuser un message à grande échelle se fait plus facilement sur Facebook que sur Twitter», a souligné pendant notre interview le responsable des Jeunes Populaires en Aquitaine.

Et comme c'est un peu l'idée d'avoir des échanges directs, notamment sur Twitter, nous avons interrogé les responsables des mouvements de jeunesse pour savoir comment se

passe le processus d'interaction entre eux sur les réseaux sociaux. Ils ne vont pas se convaincre comme l'a bien noté Benoît Grange, parce que ce n'est pas l'objectif des Jeunes Populaires, par exemple, de convaincre des militants qui adhèrent au mouvement des Jeunes Socialistes mais de convaincre leurs électeurs potentiels. Néanmoins il arrive selon Benoît que les militants de leur mouvement se laissent parfois aller en ligne et se montrent un peu racistes alors qu'il ne cesse pas de leur expliquer que cela ne vaut jamais le coup de s'énerver et de dépasser la limite de l'acceptable.

A son tour, Sofiane Kherarfa nous a raconté que pour leur mouvement ce n'est pas intéressant de batailler avec les Jeunes Populaires sur les réseaux sociaux, puisque eux, ils sont des militants du parti alors que les Jeunes Sociales ne le sont pas. Ce qui est intéressant plutôt pour eux c'est de combattre sur les réseaux Internet les militants d'extrême droite qui sont très présents sur Twitter et sur Facebook «parce que ce sont des personnes qui ne vont pas militer, et qui ne vont pas se montrer. Ils sont de plus en plus actifs parce que l'extrême droite se banalise en France mais historiquement c'est des jeunes qui ne sont que sur Internet et donc il est essentiel et nécessaire de les faire changer d'avis. Alors, on le fait pour l'extrême droite et c'est tout», a partagé Sofiane.

Entre autre, Sofiane a également déclaré comme Benoît Grange que parfois les militants du MJS sont agressifs en ligne par rapport aux autres militants : «Moi je sais que nous, au MJS, on ne va pas être agressif parce que le MJS est positif et constructif mais les militants du mouvement des JS avec leur caractère propre et leur personnalité, peuvent être agressifs. Typiquement par exemple au sujet du « mariage pour tous» il y a tant de militants qui ont vu sur Twitter des tweets homophobes ou contre parce que quand on est contre le mariage on devient homophobe ou antigay et des militants sont visés. Voilà on est agressif mais pas le MJS, les militants du mouvement des jeunes socialistes parfois sont agressifs mais ça les concerne». Les paroles de Sofiane ont été approuvé par Normand Paul, le militant des Jeunes Socialistes en Gironde qui a fait remarquer : «Evidemment il y a des anecdotes ou des trucs que je vais partager, mais s'il y a quelque chose de vraiment antidémocratique, je n'hésiterai pas à le mettre en ligne».

En l'occurrence, l'opinion des deux mouvements de jeunesse sur cette question est la même et les responsables des Jeunes Populaires et des Jeunes Socialistes reconnaissent que toute l'agression exposée sur les réseaux sociaux ne dépend que des personnalités de militants et pas plus, parce qu'aucun de ces mouvements n'a pas de but de dénigrer l'un ou l'autre sur les réseaux sociaux.

Alors, le secrétaire départemental du FNJ a confirmé que plus d'échanges ils ont avec des Jeunes Socialistes sur les réseaux sociaux, plus ils font des débats. Par exemple, Julien

Rochedy, directeur national du FNJ, fait des débats à la télévision presque tous les mois contre les Jeunes Socialistes ou les Jeunes de l'UMP.

Nous avons donc vu que tous les mouvements de jeunesse, sans exception, préfèrent avoir des pages sur les principaux réseaux sociaux, et si certains ne sont pas encore sur tous, ils vont les créer sans aucun doute, car ils sont conscients de l'importance de leur présence mais plus encore ils apprécient l'occasion de transmettre leurs idées et informations aux jeunes qui hésitent encore à adhérer à un mouvement.

Dans le sous-chapitre suivant nous allons examiner comment l'utilisation de ces pages sur les réseaux sociaux a aidé les mouvements politiques de jeunes à soutenir leurs candidats lors de l'élection présidentielle de 2012 en France, quelles actions ils ont entamé pour se manifester et est-ce que les réseaux sociaux, d'après les responsables de ces mouvements, sont vraiment efficaces pour réaliser une campagne électorale et maintenir l'image positive du candidat.

3.2.1.2 Les résultats de mise en application des réseaux sociaux par des jeunes militants au cours de la campagne présidentielle de 2012 en France

A la suite des interviews que nous avons menées avec des responsables et militants des trois mouvements politiques de jeunesse en France que nous étudions dans notre étude, nous avons appris que malgré l'omniprésence des réseaux sociaux dans toutes les sphères de la vie, tous les mouvements essaient de faire campagne sur le terrain de la manière traditionnelle en faveur de leurs candidats, mais aussi grâce aux notifications instantanées des évènements à venir à travers les réseaux sociaux.

Les militants des trois mouvements ont agi de la même façon à la veille des élections présidentielles : ils ont été présents sur les marchés, dans les rues en distribuant des tracts et prospectus avec des appels à voter pour leurs candidats. Ils ont aussi réalisé un grand nombre de porte-à-porte[416].

Parlant de la présence sur les réseaux sociaux pendant la course électorale, les mouvements des Jeunes Socialistes, des Jeunes Populaires et du FNJ ont fait des efforts pour y être actifs et réagir promptement à toute réaction négative. Benoît Grange, responsable des Jeunes Populaires en Aquitaine, nous a dit à propos de la mobilisation de

[416] Méthode de vente, de propagande ou d'enquête dans laquelle le vendeur (le propagandiste ou l'enquêteur) visite systématiquement toutes les habitations d'un secteur donné pour proposer sa marchandise (faire sa propagande ou son enquête) // URL : http://fr.wiktionary.org/wiki/porte-%C3%A0-porte

leur mouvement local sur les réseaux sociaux : «Ça consiste notamment à être présent et à réagir aux articles de la presse locale. Le journal SudOuest pour nous est un média qui est très important et donc on a été et reste attentifs aux articles et aux commentaires publiés par les internautes. Donc on est structuré de manière à pouvoir apporter nous-mêmes des précisions, des commentaires sur les articles, sur les autres commentaires».

De plus Benoît Grange a révélé que les réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter sont très efficaces pour mener la campagne électorale et parler directement aux gens de 20 à 35 ans qui ne vont pas sur les marchés et ne vont pas assister aux réunions publiques. «Après il faut concevoir le fait que par exemple sur la moyenne de tranche d'âge ou bien à 60 ans ce n'est pas la meilleure manière de toucher le public, les gens qui sont à la retraite par exemple», a bien noté le responsable du mouvement des Jeunes Populaires en Aquitaine.

A leur tour, les Jeunes Socialistes ont fait une campagne qui s'appelait «les Jeunes avec Hollande». Ils n'ont pas eu d'étiquette «les Jeunes Socialistes» mais «les jeunes avec Hollande» parce que c'était une campagne bien précise. «Nous, en mouvement, on ne soutient pas un homme, on soutient des idées. C'est vraiment très important c'est pour ça qu'on est autonomes. Donc pour «les Jeunes avec Hollande» on s'est mobilisé, on avait notre propre tract «les Jeunes avec Hollande», on militait tous les jours sur le terrain, on organisait des réunions avec les jeunes, on a essayé de rencontrer les jeunes et surtout on a organisé beaucoup de meetings. C'est à dire que c'est nous qui organisions avec le Parti Socialiste les meetings, c'est nous qui avons fait le meeting au Saumont, c'est nous qui faisions un peu une organisation avec les drapeaux, les gens devant. On a essayé de relier la vie au mouvement et après on a essayé de faire des réunions parce que s'il n'y a pas de jeunes dans une campagne, je pense que la campagne ne marche pas», nous a dit l'animateur fédéral des Jeunes Socialistes en Gironde à propos des démarches qui ont été entreprises pendant la campagne présidentielle de Hollande.

Ainsi, le candidat de gauche François Hollande ne s'est pas vraiment trompé, en ayant misé sur les jeunes dans sa campagne, et il a eu un très fort soutien de la part de la jeunesse socialiste, qui s'est montrée très bien préparée pour faire campagne en faveur de leur candidat.

Bien que les responsables des Jeunes Socialiste en Aquitaine et des Jeunes Populaires en Gironde ne partagent pas les mêmes opinions politiques, au moins ils partagent le même point de vue sur le fait que les réseaux sociaux sont très importants dans la réalisation de la campagne présidentielle, en particulier de la dernière, mais en même temps il reste essentiel d'aller directement vers les gens pour leur parler. Sofiane Kherarfa a raisonné à propos de l'échange direct dans la vie réelle avec la population du pays : «Lire et rencontrer les militants via un écran ce n'est pas du tout la même chose que de parler directement à une personne parce

que nous ce qu'on essaie de faire pour convaincre les personnes c'est de combattre les idées reçues sur la politique, sur les socialistes, sur les gauches et ce n'est pas pareil via un écran ou via un réseau social. C'est l'outil du XXIème siècle et on ne peut pas s'en passer mais ce n'est pas non plus l'essentiel pour un mouvement politique».

En outre, Jean-David Eyquem, le secrétaire départemental du FNJ en Gironde, s'est concentré sur une idée que pendant la campagne présidentielle les réseaux sociaux ont aidé leur mouvement local à rester en contact et communiquer tout le temps avec le mouvement national dont le bureau principal réside à Paris. C'est eux qui envoient aux mouvements locaux des tracts et des affiches pour les distribuer sur les marchés et dans les rues.

Sinon, Jean-David Eyquem a également dit comme les responsables de deux autres mouvements de jeunes, que les militants du FNJ en Gironde ont fortement participé au support de leur candidate Marine le Pen pas uniquement sur les réseaux sociaux mais aussi sur le terrain.

Pourtant l'animateur fédéral des Jeunes Socialistes a bien fait remarquer que leur mouvement ne fait jamais des actions en ligne juste pour faire semblant. «Pour nous Internet ce n'est pas essentiel c'est juste un outil comme un autre pour relier ce qu'on fait en réalité», a exprimé Sofiane Kherarfa sur la concordance entre des actions en ligne et de vraies actions de leur mouvement.

A la même question à savoir si les actions réalisées par leur mouvement sur les réseaux sociaux correspondent toujours à des actions réelles, Benoît Grange a répondu : «Les réseaux sociaux nous servent de manière efficace pour avertir et diffuser l'information à propos d'un évènement qu'on organise et ça fonctionne bien. Typiquement on organise régulièrement des rencontres de jeunes autour d'Alain Juppé. L'objectif n'est pas d'avoir des adhérents, ça ne sert à rien. L'objectif c'est qu'il rencontre le plus de bordelais possible. Dans ce cadre-là on utilise notamment Facebook pour essayer de toucher le public le plus large possible. Le premier aspect c'est qu'on communique sur la tenue de l'évènement lui-même et ensuite on utilise les réseaux sociaux pour faire une restitution après l'évènement, un petit compte rendu, une petite synthèse des grandes idées qui ont été échangées».

Je voudrais maintenant discuter un type d'événement politique, que tous les mouvements politiques de jeunes réalisent quand ils ont besoin d'être mobilisés avec une grande force, c'est des tweet-apéros consacrés aux différents sujets. Ils sont généralement associés à une sorte de débat télévisé ou discours important des politiciens. Nous avons réussi à assister aux tweet-apéros organisés par chaque mouvement politique de jeunes (nous avons été au tweet-apéro des Jeunes Populaires qui a été consacré à Alain Juppé, invité d'une émission de Canal+ qui s'appelle «Dimanche+» le 7 avril 2012; au tweet-apéro des Jeunes Socialistes consacré à l'entretien avec François Hollande à TF1 en février 2013 et à celui des jeunes du

Front National organisé pour la Manifestation anti mariage gay en avril 2013), et pour la quasi-totalité d'entre eux les formes sont similaires: les jeunes militants se réunissent dans un café ou un bar, qui dispose d'une télévision, à l'heure fixée, et autour d'une tasse de café ou un verre de vin commencent ensemble à regarder le débat ou l'intervention en tweetant chaque 2-3 minutes des répliques qu'ils trouvent les plus intéressantes ou leurs pensées à ce propos. Parfois, ils peuvent aller sur les pages des mouvements d'opposition et laisser des commentaires négatifs ou satiriques sous les messages des militants opposés avec d'autres opinions politiques. Habituellement un tweet-apéro dure environ une heure, autant que les débats et rencontres avec des candidats ou juste politiciens dans le cadre des émissions politiques, et à leur issue, environ pendant 10 minutes encore les militants discutent avec animation des phrases, des promesses et des déclarations faites lors de la transmission elle-même. Trois responsables des mouvements de jeunesse ont indiqué qu'ils ont toujours essayé d'organiser les tweet-apéros à Bordeaux, lors des discours les plus remarquables et les débats des candidats lors de la course à la présidentielle afin que le nombre de tweets publiés augmente la popularité des candidats qu'ils soutiennent.

Paul Normand, militant des Jeunes Socialistes, insiste sur le fait que leur mouvement ne fait pas que soutenir le gouvernement actuel, il mène ses propres actions parce que pour eux c'est l'action sociale qui est importante. «Par exemple, les tweet-apéros sur les discours de Hollande sont liés à ces discours mais quand les Jeunes Socialistes veulent mettre en œuvre des actions contre l'extrême droite cela dépend de leur volonté. Il n'y a pas d'ordre de gouvernement pour aller faire une action pour démasquer le FN», a expliqué Paul Normand.

Dans le chapitre suivant, nous nous pencherons sur la mobilisation en ligne sur les réseaux sociaux de la jeunesse russe, qui est très différente de la mobilisation française. Néanmoins lorsque nous parlions aux chefs des différents groupes politiques à Moscou des activités telles que les tweet-apéros organisés en France, ils semblaient très intéressés et ont retenu le concept. Ils nous ont assuré qu'ils vont essayer de mettre en pratique une telle méthode pacifique de la mobilisation à la française, ce qui peut permettre de réunir en un même lieu les gens qui luttent pour les mêmes idées, et d'attirer un nombre supplémentaire d'adhérents.

Comme aucun tweet-apéro ne se passe de télévision, nous ne pouvions pas ignorer la question de savoir si aujourd'hui la télévision continue à jouer un rôle important dans la promotion des candidats pendant la campagne électorale ou est simplement un médiateur entre les électeurs, les candidats et les réseaux sociaux. Dans l'ensemble des réponses, trois responsables des différents mouvements politiques de jeunes ont eu la même opinion que la télévision et les réseaux sociaux ne touchent pas les mêmes personnes, et n'ont pas le même public. Benoît Grange a expliqué : «Au niveau national la télé et la radio restent des médias qui touchent évidemment le plus de monde mais ensuite les réseaux sociaux sont complémentaires.

Pourtant pour les jeunes Twitter, Facebook et des articles publiés par des agences d'information sur eux sont leur source principale d'information. La télévision, ça reste pour les adultes».

Jean-David Eyquem conclut cette opinion par le fait que sur Internet on peut regarder partout où on veut pour bien filtrer l'information et voir que c'est pas tout blanc ou tout noir alors qu'à la télé on donne une idée déjà prête qu'il faut consommer sans y réfléchir.

Malgré le fait que les responsables des trois mouvements politiques de jeunesse ont reconnu qu'à notre époque il est difficile de se passer de tel outil utile comme des réseaux sociaux pour mobiliser des adhérents, surtout à la veille des événements politiques majeurs tels que les élections, ils ont réagi avec scepticisme à la suggestion qu'il serait possible de prédire selon le nombre de «j'aime» sur les pages des candidats, les résultats des élections présidentielles de 2017 en France, et de gagner les élections sur les réseaux sociaux. Voilà ce que dit Sofiane Kherarfa à propos de cela : «Il n'y a pas un bon outil ou un mauvais outil. Ce n'est pas grâce à ça que tu vas gagner. Je pense que c'est grâce à un ensemble que tu gagnes ou que tu perds. Nous on essaie de relier le maximum, il faut qu'on soit présents partout et tout le temps».

Grâce à nos entretiens avec des responsables des Jeunes Socialiste en Aquitaine, des Jeunes Populaires en Gironde et des Jeunes du FN en Gironde nous avons réussi à comprendre que ce n'est pas les mêmes personnes que leurs militants vont convaincre par le biais des réseaux sociaux et ensuite sur le terrain. Il ne faut jamais oublier les différentes tranches d'âge qui sont touchées par les différents moyens d'informations. Jusqu'à qu'il ne reste plus une personne dans le monde qui ne sache utiliser Internet, il est nécessaire de réaliser des porte-à-porte et de parler avec chaque personne individuellement dans la rue. Surtout il ne faut pas oublier que dans la politique le charisme joue un rôle important, c'est pourquoi personne n'a dénigré la puissance de la parole dite en face à face. La différence de perception des mots écrits et prononcés est aussi importante et c'est pour ça qu'il y a encore de nombreuses émissions politiques telles que «Des paroles et des actes» sur France2 qui réunissent des millions de français devant l'écran.

Nous avons donc considéré les possibilités de mobiliser les jeunes en France par le biais des réseaux sociaux, dans le sous-chapitre suivant 3.2.2 avec deux sous-parties, nous allons voir comment se passe la mobilisation de la jeunesse russe à travers les réseaux sociaux, quel caractère elle porte et quelles sont ses différences principales par rapport à celle française.

3.2.2 De la participation en ligne vers la participation réelle : les réseaux sociaux comme un gage de développement d'une société civile forte en Russie

En Russie, initialement il n'y a pas de culture de participation politique, et comme nous l'avons déjà remarqué dans le chapitre 3 de la deuxième partie, les jeunes ne croient pas qu'en se mobilisant et fournissant un grand soutien supplémentaire aux candidats, de différentes façons, ils peuvent éventuellement affecter les résultats des élections. Mais les 3 dernières années en Russie il y a une tendance à un changement de paradigme : les jeunes cherchent de plus en plus à participer à la vie politique du pays. La grande vague de protestations a commencé en Russie le 4 décembre 2011 après les élections à la Douma d'Etat de la VIème convocation et a continué au cours de la campagne pour les élections présidentielles et après les élections elles-mêmes qui se sont déroulées le 4 mars 2012. C'est Vladimir Poutine qui a officiellement remporté le premier tour.

Les manifestants ont déclaré que les élections ont été accompagnées par des violations de la loi et des fraudes massives, et l'un des principaux slogans de la majorité est devenu le «pour des élections justes !». Un des symboles de protestation a été un ruban blanc. Les actions avaient plutôt un caractère anti-Poutine.

Mais les manifestations anti-gouvernementales en elles-mêmes ne sont pas un facteur de stabilisation, par contre elles minent la paix sociale et l'ordre au sein d'un pays, c'est pourquoi les moyens pacifiques du changement du pouvoir sont indispensables lorsque les gens sont contre un régime établi. Il est nécessaire que les politiciens mènent vraiment de vifs débats et combattent pour chaque vote en leur faveur, que les gens ne soient pas paresseux et organisent des campagnes à l'appui de leurs candidats. La démocratie numérique aide dans la matière, et incite tous les citoyens à avoir une position civile bien solide et aller aux urnes pour voter.

On a pu voir un bon exemple de cela au cours de la campagne municipale d'Alekseï Navalny, l'opposant principal au parti au pouvoir en Russie, qui a réalisé toute sa campagne sur Internet ainsi que sur le terrain en ayant recours à la ressource humaine très efficace – l'aide des jeunes jusqu'à 28 ans et a reçu 27,24% des votes, dont nous parlerons dans un des prochains chapitres, lorsque nous mènerons une analyse comparative des campagnes municipales à Bordeaux et à Moscou. Cette méthode de la propagande pacifique et d'appel à se rendre aux urnes à travers les réseaux sociaux pourrait être beaucoup plus efficace que toutes les actions de masse, sous le couvert de rassemblements de masse interdits depuis la loi du 12 juin 2012. Le non-respect de cette loi est passible d'amendes élevées avec quelques heures de travaux forcés ou une peine d'emprisonnement de 3 à 15 jours, selon l'article 20.2 du Code pénal de Russie.

La grande vague de manifestations contre le gouvernement a commencé après les premiers résultats annoncés des élections locales russes, tenues dimanche 14 octobre 2012, qui donnaient la majorité des candidats de Russie Unie, le parti lié au président Vladimir Poutine, vainqueurs, alors que l'opposition dénonçait des fraudes massives.

Citant les premiers résultats donnés par la Commission électorale pour les régions d'Extrême-Orient, Dmitry Medvedev s'est félicité des «bons résultats» du parti au pouvoir Russie Unie. «Tous attendaient un fiasco du parti après les élections de décembre», a-t-il déclaré. «Cela ne s'est pas produit. La démocratie ne nous fait pas peur».[417] Le premier ministre a évoqué une élection «démocratique» qui s'est déroulée «de manière civilisée». «Pour autant que je sache, personne n'a remarqué de quelconques irrégularités sérieuses»[418], a-t-il ajouté.

Cet avis n'est pas partagé ni par l'opposition, ni par l'ONG russe Golos, qui ont affirmé que des fraudes et des intimidations importantes avaient eu lieu. «Le nombre de violations n'a ni augmenté ni diminué. C'est triste que la situation n'ait pas changé»[419], a regretté Grigori Melkoniants, directeur adjoint de Golos. Une «carte des fraudes» mise en ligne par l'ONG signale les cas d'urnes non scellées, de votes multiples avec des papiers frauduleux, d'observateurs écartés. Le vice-président de la Commission électorale centrale Leonid Ivliev a rétorqué à ces accusations : «Les chiffres sur la carte de Golos sont manipulés artificiellement à des fins de provocation».[420]

Le Parti communiste a également dénoncé des fraudes «massives» notamment à Briansk (l'ouest), décrivant des «files de personnes votant avec des autorisations de vote hors de leur bureau, émises en masse la veille par les commissions électorales».[421] Toujours à Briansk, une employée médicale, interrogée par Reuters, a accusé les directeurs de sa clinique d'avoir menacé de renvoi les membres du personnel qui ne voteraient pas pour le candidat sortant et qui n'enregistreraient pas la preuve de leur «bon vote» avec la caméra intégrée dans leur téléphone.

---

[417] Un essai de plume du premier-ministre - Dmitry Medvedev passera un test pour la gestion du parti au pouvoir// dailynewslight.ru.URL : http://dailynewslight.ru/ru/?r=ZGFYckVSNXF6TWhnRkZNMnNhSDhEa0RlaVVla00=

[418] Un essai de plume du premier-ministre - Dmitry Medvedev passera un test pour la gestion du parti au pouvoir// dailynewslight.ru.URL : http://dailynewslight.ru/ru/?r=ZGFYckVSNXF6TWhnRkZNMnNhSDhEa0RlaVVla00=

[419] Un essai de plume du premier-ministre - Dmitry Medvedev passera un test pour la gestion du parti au pouvoir// dailynewslight.ru.URL : http://dailynewslight.ru/ru/?r=ZGFYckVSNXF6TWhnRkZNMnNhSDhEa0RlaVVla00=

[420] Un essai de plume du premier-ministre - Dmitry Medvedev passera un test pour la gestion du parti au pouvoir// dailynewslight.ru.URL : http://dailynewslight.ru/ru/?r=ZGFYckVSNXF6TWhnRkZNMnNhSDhEa0RlaVVla00=

[421] Un essai de plume du premier-ministre - Dmitry Medvedev passera un test pour la gestion du parti au pouvoir// dailynewslight.ru.URL : http://dailynewslight.ru/ru/?r=ZGFYckVSNXF6TWhnRkZNMnNhSDhEa0RlaVVla00=

Le principe de l'élection des gouverneurs a été réintroduit fin 2011, après des manifestations de dizaines de milliers de personnes à la suite d'un scrutin émaillé de fraudes. Cela n'avait pas empêché Vladimir Poutine d'être élu en mars 2012 à son troisième mandat de président, après avoir occupé quatre ans celui de premier ministre.

«Un haut niveau de la présence et de l'influence des mouvements sociaux sur Internet fournit un support pour les nouvelles institutions formées de la société civile».[422] Le succès de la mobilisation des couches urbaines moyennes de la population réside dans la combinaison d'une «citoyenneté» et du caractère massif de la protestation de réseau, qui se reflète dans la participation en 2011 – 2012 dans les marches et les meetings à la veille des élections à la Douma d'État et des élections présidentielles. Et toutefois du haut du pouvoir la réponse à ces manifestations a été immédiatement donnée sur Facebook. Le post de Medvedev a touché une manifestation de l'opposition sur la place Bolotnaya à Moscou. «Je ne suis d'accord ni avec les slogans ni avec les déclarations faites lors des rassemblements»[423], - a déclaré le président de l'époque. Le renouvellement du statut du président russe Dmitry Medvedev sur Facebook a causé une réaction largement répandue sur le réseau. A 09h18, l'heure de Moscou, le post de M. Medvedev a reçu 3396 «J'aime» (expression d'approbation) et plus d'un millier de partages et 9613 commentaires[424].

On observe une tendance intéressante. De décembre 2011 à mars 2012 le nombre de manifestants n'a pas cessé de diminuer ainsi que le radicalisme de leurs demandes. Si nous représentons ce processus par un graphique, une courbe deviendrait la «situation électorale» de février et il y aurait une forte baisse en mars.

En effet les activités de protestation se sont déroulées bien avant le meeting contre les fraudes aux élections à la Douma sur la place Bolotnaya en décembre 2011. Sur Internet une satire politique est déjà apparue autour de 2010. Et après cela, en fonction de l'état des affaires de l'État soit elle s'éteignait soit elle «éclatait» de nouveau. En effet au cours des meetings de 2012 ce n'est pas une manifestation pure qui est sortie dans les rues mais la satire elle-même. Si on présente le pourcentage des «demandes réelles / ironie», il ressemble à ceci – «30/70». Ainsi, la manifestation de protestation a été en fait réduite à une analyse ironique de la réalité, et non à sa transformation.

La fonction suivante d'Internet et des réseaux sociaux en particulier qui s'est produite au temps des barricades, est la diffusion des informations politiques. Dans les milieux

[422] Leigninge M. How Should Citizens and Public Managers Use Online Tools to Improve Democracy? – [wileyonlinelibrary.com] – p.20 -29. URL : http://onlinelibrary.wiley.com/doi/ 10.1002/ncr.20056/abstract
[423] Les membres de Facebook «ont mis tant de choses» à Medvedev dans les commentaires// BFM.RU. URL : http://www.bfm.ru/news/163981
[424] Les membres de Facebook «ont mis tant de choses» à Medvedev dans les commentaires// BFM.RU. URL : http://www.bfm.ru/news/163981

d'opposition nous estimons que l'évaluation objective de la réalité ne peut pas être obtenue qu'en ligne bien que cette opinion soit très contestable. Quoi qu'il en soit lors des événements de protestation il y a eu une translation directe sur les réseaux sociaux. Nous y avons rapidement reçu des informations sur le nombre de manifestants, la disposition des esprits, les discours des orateurs.

Nous avons précédemment indiqué que la fonction la plus importante et essentielle d'Internet c'est que «c'est une plateforme pour la discussion des événements importants».[425] Et elle est significative dans la mesure où au moins elle a contribué à quelques changements de la réalité. Jusqu'à l'automne-hiver 2012 les conseillers politiques se sont beaucoup plaints d'un manque d'une société civile forte en Russie. Mais au cours de la campagne électorale elle s'est clairement manifestée, l'a fait sentir. Et c'est Internet et en particulier les réseaux sociaux comme une plateforme libre pour la discussion des questions politiques qui ont donné plus de force aux militants russes pour que leurs raisonnements soient mis en compte.

«En effet, les réseaux sociaux ont mis au point le processus de l'engagement des individus et de la mise en œuvre des décisions politiques».[426]

L'organisation politique est très importante. En effet, le rôle des réseaux sociaux dans le «rassemblement des russes» est clair. Chaque action a été précédée par une campagne de propagande massive sur les sites des réseaux sociaux avec l'heure exacte, le lieu des événements, et même certaines exigences pour le comportement des participants au meeting. Sur le plus grand réseau social russe Vkontakte, les citoyens se sont mis d'accord sur la manière dont ils vont se déplacer et même quelles affiches ils vont avoir. En outre, la police et les opposants eux-mêmes pouvaient compter le nombre approximatif des participants aux événements. Dans chaque cas sur les réseaux sociaux, un groupe spécial a été créé : confirmant leur participation les utilisateurs ont mis eux-mêmes leurs surnoms dans les listes des «manifestants virtuels» pour que les personnes intéressées et les organisateurs puissent compter avec une certaine précision le nombre des participants réels. Toutefois, il est important de préciser une chose : pour qui un tel niveau d'organisation des rassemblements est-il profitable ? Ironiquement ce sont contre les autorités actuelles, que ces actions ont été dirigées. Tout d'abord des informations précises sur le nombre de participants et sur leurs humeurs permettent de calculer combien il faut fournir de «forces d'opposition», de policiers anti-émeutes, de véhicules blindés, etc. Deuxièmement, une organisation rigoureuse, à notre avis, change quelque peu la motivation des manifestants eux-mêmes. Du fait que les émotions sont reléguées à «l'arrière-

[425] Leigninge M. How Should Citizens and Public Managers Use Online Tools to Improve Democracy? – [wileyonlinelibrary.com] – p.20 -29. URL: http://onlinelibrary.wiley. com/doi/10.1002/ncr.20056/abstract
[426] Leigninge M. How Should Citizens and Public Managers Use Online Tools to Improve Democracy? – [wileyonlinelibrary.com] – p.20 -29. URL : http://onlinelibrary.wiley. com/doi/10.1002/ncr.20056/abstract

plan» l'activité plus paisible. Dans ce cas, les attaques inattendues sont exclues par principe ainsi que tout comportement imprévisible de la part des manifestants. Cela s'est passé de cette façon – l'opposition a préféré avancer ses revendications et les postuler plutôt que de contribuer concrètement à leur exécution.

Malgré le grand nombre de rassemblements et de partis non enregistrés qui organisent des manifestations interdites en Russie il y a une opposition systémique, dont les représentants siègent en tant que députés à la Douma d'Etat (la Chambre basse du Parlement de Russie) et qui tentent de gagner la confiance de l'électorat par des moyens pacifiques, y compris par le biais de leurs propres comptes sur les réseaux sociaux. Ainsi, les dirigeants des partis d'opposition systémique se sont proposé comme objectif à la veille des élections présidentielles de renforcer leur présence sur les réseaux sociaux. Ils ont voulu également donner de nouvelles directives plus spécifiques et concrètes aux équipes travaillant sur la promotion de leurs comptes, puisque la plupart d'entre eux ne remplissent pas eux-mêmes leurs propres pages, ou à moitié avec des professionnels qui en sont chargés. Ainsi, comme en France, la propagande pour le vote en faveur de leurs candidatures a été également effectuée à partir de réseaux sociaux.

Par conséquent, dans le sous-chapitre suivant, nous allons voir comment à la veille des élections présidentielle a été réalisé la mobilisation et la coordination des jeunes sur les réseaux sociaux, et surtout sur Vkontakte, dans les groupes informels qui soutiennent le premier ministre d'alors Vladimir Poutine, ainsi que dans les groupes officiels et informels des différents partis et des candidats de ces partis à la présidence en 2012.

3.2.2.1 La mobilisation de la jeunesse russe dans les groupes pro-Poutine et les groupes d'opposition systémique sur les réseaux sociaux à la veille des élections présidentielles de 2012

A la veille des élections présidentielles de 2012 la Russie a été divisée en trois parties: ceux qui soutenaient la candidature du premier ministre Vladimir Poutine, proposé par le parti au pouvoir «Russie Unie», qui avait déjà eu deux mandats présidentiels, ceux qui favorisaient les candidats de l'opposition systémique, comme des partis «Russie Juste», «Parti libéral-démocrate de la Russie», «Parti communiste de la Fédération de Russie», «La Pomme» et enfin, ceux qui soutenaient toutes sortes d'opposition non-systémique, celle-ci n'étant pas représentée dans les organes supérieurs du pouvoir et essayant de déstabiliser le pays de l'intérieur par des meetings et des actions tels que «Occupy» à la station de métro «Chistie Proudi». Ainsi, nous

allons considérer dans le chapitre suivant les méthodes d'influence de ceux qui appartiennent à cette opposition non-systémique, à travers les réseaux sociaux afin de faire sortir les jeunes dans les rues avec des pancartes et des slogans. Dans ce chapitre nous allons examiner les principales activités des administrateurs et des modérateurs des groupes d'opposition systémiques et des groupes patriotiques soutenant Vladimir Poutine sur les réseaux sociaux et leurs manières de mobiliser leurs abonnés.

Les modérateurs et administrateurs avec lesquels nous avions des entretiens à Moscou et parfois à distance, parce qu'ils vivent dans les différentes villes de Russie, sont des personnes très différentes : certains d'entre eux sont très éloignés de la sphère politique, mais il s'est avéré par hasard qu'ils ont dirigé les groupes à l'appui des candidats et des partis sur les réseaux sociaux. En effet ils connaissent bien les technologies modernes, comme, par exemple, Dmitry Antopulo, modérateur de «J'aime vraiment Poutine» sur VKontakte et Dmitry Deviatov, modérateur du groupe informel de «Front populaire panrusse» sur VKontakte également et il y a aussi ceux qui voudraient construire et poursuivre une carrière dans le domaine politique, et qui travaillent donc déjà comme des attachés de presse de différents partis et candidats, et promeuvent accessoirement leurs pages, tels que Igor Yakovlev, secrétaire de presse du parti «La Pomme» et administrateur du groupe officiel de ce parti sur VKontakte ou Alexander, secrétaire de presse du «Partie libéral-démocrate de Russie» et en même temps modérateur du groupe officiel de ce parti sur le même réseau social.

Paradoxalement mais notamment les modérateurs qui dirigent les groupes qui soutiennent la politique de Poutine, professionnellement sont très éloignés de la politique et ne cherchent pas à faire carrière, en revanche les modérateurs des groupes d'opposition ont déjà un rapport à la politique et ont envie d'y rester.

La quasi-totalité de tous les modérateurs, que nous avons interviewés, dirigent leurs groupes sur le réseau social russe VKontakte parce qu'ils reconnaissent qu'apriori c'est le réseau des jeunes qui a le plus grand nombre d'utilisateurs, et qui est le plus efficace y compris parmi les réseaux internationaux, à promouvoir les hommes politiques russes.

Toutefois, toute l'information est dupliquée dans les comptes des mêmes partis et des hommes politiques sur d'autres réseaux sociaux, on peut seulement voir des façons différentes de présenter l'information : pour VKontakte il faut plus de photos, pour Twitter une phrase donne le sens général, par exemple, quelque chose d'ironique, pour Facebook le post doit être court, pas plus de deux paragraphes.

A la suite d'interviews nous pouvons noter que tous les modérateurs ont été d'accord lors des interviews, indépendamment de l'orientation politique de leurs groupes, qu'aujourd'hui les réseaux sociaux ne sont pas le principal instrument de la promotion des idées

et des opinions politiques, mais seulement un des outils-clés. Cet outil n'a pas besoin d'être politisé, puisqu'un réseau social c'est seulement une part de la société, or dans la société il y a des socialistes, des libéraux ou des démocrates, qui sont présents sur les réseaux sociaux et s'unissent dans les communautés selon leurs orientations politiques.

Il est intéressant de mentionner que les modérateurs des groupes soutenant la politique de monsieur Poutine, aient déclaré que leurs groupes sur VKontakte en cas de menaces internes ou externes à la Russie, pourraient devenir un outil majeur pour mobiliser et coordonner les jeunes abonnés qui réagissent le plus rapidement à tous les changements sociaux ou politiques dans le pays. Mais il est nécessaire de procéder aux travaux préparatoires avec eux, pour qu'ils sachent pourquoi et dans quel but ils devront aider leur patrie.

Toutefois, certains modérateurs ont des suggestions pour améliorer le travail des groupes à caractère politique sur les réseaux sociaux. Par exemple, Denis Chibizov, l'administrateur du groupe officiel du parti «La Pomme» a partagé ses idées sur ce sujet : «Les administrateurs dirigent des groupes politiques parce qu'ils aiment cela et écrivent ce qu'ils trouvent nécessaire, en oubliant que le groupe c'est une création collective et qu'on ne peut pas négliger l'opinion des autres utilisateurs, même s'ils ne sont pas capables de formuler correctement leurs points de vue et de les proposer sous forme de programme. Par exemple, moi j'essaie constamment de communiquer avec les abonnés de la communauté officielle de Grigory Yavlinsky[427] à propos de leurs suggestions et critiques du contenu de la communauté».

En outre, les modérateurs n'ont pas tous la même opinion. Ceux qui gèrent des groupes à caractère patriotique, ont déclaré que la proportion de désinformation à la télévision est moindre, puisque la télévision est accessible aujourd'hui pour à de larges masses, tandis que les réseaux sociaux ont une audience limitée pour l'instant. De plus à la télévision les sources d'informations sont toujours indiquées, alors que sur Internet on ne sait pas toujours d'où vient une nouvelle et si elle est une vraie nouvelle ou simplement une rumeur. Un tel point de vue est tout à fait compréhensible, puisque toutes les chaînes centrales en Russie qui diffusent tous les programmes d'information, appartiennent à l'Etat. C'est grâce à elles, que les gens connaissent les événements qui se passent dans le monde et au sein du pays. Par conséquent la réponse de Dmitry Deviatov, modérateur du groupe informel de «Front populaire panrusse», semble assez

[427] Grigory Yavlinsky est un homme politique soviétique et russe, économiste, fondateur de l'association publique (depuis 1995) et du parti politique «Pomme» (2001). Le candidat à la présidence de la Russie en 1996 et 2000. Il a essayé de prendre part à l'élection présidentielle de 2012, mais la Commission nationale de la campagne électorale (CNCE) a refusé de l'enregistrer, en ayant délaissé 23% des signatures présentées. 8 février 2012 la Cour suprême a examiné la plainte de Grigory Yavlinsky sur la décision de la CNCE, mais a admis le refus d'enregistrement légal. Yavlinsky a activement soutenu les protestations contre la fraude électorale pendant les élections en Russie qui ont eu lieu en Décembre 2011 - Mars 2012, a prononcé des discours à plusieurs reprises aux rassemblements «pour des élections justes» à Moscou. (La biographie de Grigory Yavlinsky sur son site officiel // URL : http://www.yavlinsky.ru/)

logique à la question de savoir pourquoi, Vladimir Poutine n'a aucun compte officiel sur aucun des réseaux sociaux. Dmitry Deviatov et ses partisans sont obligés de créer des groupes informels à l'appui de monsieur Poutine : «Je pense que Poutine n'en a pas besoin tout simplement, ce qu'il veut transmettre à la population, il le fait ainsi par le biais des chaînes fédérales, des journaux et des médias en ligne. Chaque pas de monsieur Poutine est suivi, il vit presque toujours sous les yeux de tous. Le taux de pénétration de ce public est beaucoup plus grand que n'importe quel réseau social». Dans cet avis, le modérateur du groupe «J'aime vraiment Poutine» le répète : «Un homme avec une réputation internationale n'a pas besoin d'avoir un compte sur les réseaux sociaux. Son compte c'est est un récapitulatif des nouvelles du monde. Au cours des deux dernières années il a été reconnu comme le politicien le plus influent du monde[428]».

Cependant les administrateurs de différents groupes de divers partis politiques et candidats, sont certainement en désaccord avec cette opinion et ont donné leurs propres réponses à cette même question. Alors Igor Yakovlev, secrétaire de presse du parti «La Pomme» et modérateur du groupe de ce parti, estime que Vladimir Poutine n'a pas de comptes sur les réseaux sociaux, car il cible un public différent, plus âgé et mal informé : «Chez la plupart des utilisateurs des réseaux sociaux sa personnalité provoque des sentiments de scepticisme. À mon avis, des tentatives de créer des groupes de soutien formels ont eu lieu, mais elles ont toutes échoué, parce qu'elles étaient artificielles. Les gens simples, même les partisans de monsieur Poutine, n'ont aucun intérêt à passer leur temps dans les groupes où la majorité d'abonnés sont des agitateurs ou trolls». Et Denis Chibizov, administrateur du même groupe sur VKontakte a ajouté : «À l'époque, il y avait de petits projets des partisans de Poutine, et sur VKontakte il y a un grand groupe «J'aime vraiment Poutine», mais c'est plutôt un «club d'intérêts communs» où il n'y a aucun débat politique sérieux et donc ils ne diffusent que des nouvelles et des photos. A propos je suis dans ce groupe, parce que c'est aussi ma profession. Un point de vue intéressant sur cette question a été exprimé par Alexander Chernishev, coordinateur du groupe «Parti communiste de la Fédération de Russie» : «Il y a des groupes informels pro-Poutine. Par exemple, le groupe «La Russie est un grand pays» sur VKontakte est absolument pro-Poutine. En revanche il n'est signalé nulle part parce que politiquement c'est plus correct. Si on déclare ouvertement que c'est de la propagande pour Poutine, même les fidèles de monsieur Poutine ne vont pas s'y abonner. Qui voudrait lui faire une publicité politique directe et stupide ? Ici on voit donc un mécanisme de propagande patriote plus subtile».

[428] Caroline Howard. Putin Vs Obama : The world's most powerful people 2014 // La version électronique du journal Forbes. URL : http://www.forbes.com/sites/carolinehoward/2014/11/05/putin-vs-obama-the-worlds-most-powerful-people-2014/#aeb13fd562de

En revenant à la comparaison des réseaux sociaux et des médias traditionnels, les modérateurs impliqués dans le soutien des candidats de différents partis estiment que sur Internet en Russie, et en particulier sur les réseaux sociaux, où il est possible de créer un faux compte, il est plus facile d'exprimer ses opinions et de réunir des opinions similaires. Alexander Chernishev, coordinateur du groupe «Parti communiste de la Fédération de Russie» sur VKontakte a dit à ce propos : «Les médias traditionnels sont strictement contrôlés par le système de propagande de Vladimir Poutine. Tous ont tout simplement peur de dire quelque chose de travers». A son tour, Denis Chibizov, administrateur du groupe officiel du parti «La Pomme» a poursuivi : «Les médias traditionnels ne diffusent qu'un seul point de vue, en revanche le réseau social fournit l'occasion de regarder la situation de façon plus générale».

Et l'attaché de presse du Parti libéral-démocrate de la Russie et l'administrateur du groupe officiel sur VKontakte a ajouté que les médias traditionnels devraient craindre d'être humiliés et dénoncés par les utilisateurs des réseaux sociaux qui sont au courant de la politique destructrice qu'ils conduisent.

Parlant en général de leurs groupes, les modérateurs ont noté qu'ils cherchent à remplir leurs groupes eux-mêmes, plutôt qu'à portager des posts et messages des autres groupes et des comptes. Dmitry Deviatov, modérateur du groupe informel «Front populaire panrusse» nous a parlé à ce sujet plus en détail : «Je reposte parfois, mais j'essaie de ne pas en abuser car sinon le groupe perd son individualité et devient un groupe où les administrateurs ne peuvent pas trouver ou concevoir et mettre un post eux-mêmes, donc les utilisateurs le sentent et ne restent pas longtemps. Chaque groupe devrait avoir du caractère et sa propre approche». «D'autant plus – a-t-il continué, - VKontakte est ainsi fait que les reposts des reposts viennent du groupe initial, donc tous les reposts d'une nouvelle sont issus du groupe qui l'a mise en premier sur son mur et qui a recueilli tous les «j'aime». Ceci signifie qu'il est inopportun pour développer le groupe de partager les posts des autres groupes, puisque l'afflux de nouveaux utilisateurs est principalement dû à un partage depuis le groupe, et pour que les autres fassent des reposts à partir de ce groupe, le post devrait être intéressant et attractif».

Pourtant, dans tous les cas, tous les modérateurs font des reposts dans leurs groupes. Ainsi, Dmitry Antopulo qui fait partie de 15 groupes sur VKontakte pour le soutien de monsieur Poutine a admis qu'il reposte dans son groupe «J'aime vraiment Poutine» environ 80% des nouvelles de ces groupes, à son tour, chaque nouvelle recueille en moyenne 15-25 partages et environ 100 «j'aime» tandis que le groupe a environ 76 200 membres. À son tour, Alexander, l'administrateur du groupe «Parti libéral-démocrate de la Russie», membre de 38 groupes, rendant populaires les idées du Parti libéral-démocrate sur VKontakte, s'engage à reposter en fonction du nombre de sujets d'information et de l'activité politique, et généralement une

nouvelle mise dans son groupe obtient 10 à 30 reposts et environ 30 à 100 «j'aime». Le groupe a 60159 utilisateurs.

Dmitry Deviatov a le même avis qu'Alexander Chernishev (coordinateur du groupe «Parti communiste de la Fédération de Russie») à propos des groupes constitués seulement des reposts qui perdent leur individualité. Son groupe de plus de 31 000 abonnés ne republie jamais les nouvelles. De plus chaque nouvelle mise par lui obtient environ 20 à 30 reposts et 50 à 100 «j'aime» par jour, mais si les nouvelles sont très actuelles et causent beaucoup de discussions dans la société, elles peuvent avoir jusqu'à 100 reposts et 300 à 500 «j'aime».

Il est intéressant d'examiner le cas d'Igor Yakovlev, qui est le secrétaire de presse du parti «La Pomme», c'est pourquoi son travail consiste dans le maintien de tous les comptes du parti et ce n'est pas un hobby. Il n'est abonné à aucun d'autre groupe, et dirige seulement le compte officiel du parti sur Facebook et VKontakte, et de plus un compte corporatif du parti sur Twitter et un compte du président du parti Sergueï Mitrokhine. Igor Yakovlev a son Facebook ouvert tout le temps et il y entre périodiquement depuis son portable : «C'est la principale source de nouvelles au sens général et de nouvelles de ceux avec qui j'ai à maintenir des relations de travail. Sur VKontakte je vais de temps en temps». Comme Igor Yakovlev l'a reconnu, l'administration des groupes s'est engagée à prendre comme subordonné Denis Chibizov, qui assure de ne pas y avoir fait des reposts. Ce dernier préfère mettre son propre contenu, et Igor Yakovlev lui-même complète parfois le contenu des groupes et des comptes, et il répond toujours aux questions d'abonnés, de sorte que nous pouvons voir que, même dans le monde des réseaux sociaux il y a une hiérarchie claire des tâches et des responsabilités entre les modérateurs, les administrateurs et les coordinateurs des groupes. Dans le groupe du parti «La Pomme» qui compte environ 7000 abonnés sur VKontakte chaque post recueille entre 10 et 30 «j'aime» et 10 reposts. Denis Chibizov, l'administrateur de ce groupe fait partie d'environ 100 groupes sur VKontakte à caractère de protestation ou démocratique et il a ses comptes sur presque tous les réseaux sociaux, y compris Google+ et Tumblr. En outre, Denis Chibizov dirige personnellement la communauté de Grigory Yavlinsky sur VKontakte (http://vk.com/yavlinsky.yabloko), un candidat dont la candidature à la présidentielle de 2012 a été justement proposée par le parti «Pomme» mais qui n'a pas recueilli 2 millions de signatures. De plus, à partir de 2013 Denis Chibizov a également un compte sur Twitter de Grigory Yavlinsky (https://twitter.com/yavlinskylive).

Il est à souligner que tous les administrateurs et les modérateurs des groupes ont noté que dans la période pré-électorale l'activité en ligne d'abonnés augmente beaucoup, et avec elle le nombre de «j'aime» et de partages des nouvelles. Ainsi, si pendant la période normale une

nouvelle obtient jusqu'à 30 reposts et 100 «j'aime», pendant la période pré-électorale une novelle recueille entre 50 et 200 reposts et 500-700 «j'aime».

Comme en France les utilisateurs-provocateurs, partisans des opinions opposées, qui tentent de démarrer une controverse ou un scandale, vont souvent dans les groupes de différents partis et des politiciens sur les réseaux sociaux. Mais les administrateurs et les modérateurs, forts de leur propre expérience, sont d'accord pour dire que toutes les batailles en ligne sont absolument une perte de temps, car il est impossible de prouver quoi que ce soit à quiconque, en particulier sur Internet où chacun garde sa propre opinion. Il suffit de ne pas céder aux provocations, alors que certains posts ne sont pas censurés et les groupes sont démocratiques et offrent une diversité d'opinions. On ne supprime que le spam et le flood. Très souvent, les membres actifs du groupe officiel du parti «La Pomme» reçoivent une provocation des «staliniens», communistes (les partisans du Parti Communiste de la Fédération de Russie) et homophobes associés aux sympathisants des organisations radicales orthodoxes. Ces derniers sont le seul parti en Russie à s'opposer ouvertement aux minorités sexuelles contrairement au parti de «La Pomme» qui les tolère. Selon Alexander, secrétaire de presse du Parti libéral-démocrate de la Russie, dans leur groupe il y a souvent à l'origine des conflits des adeptes des idées «d'opposition de rue», des partisans des partis non parlementaires, ainsi que les communistes. Selon les observations d'Ivan Shchegolev, militant politique et journaliste de «Rabkor.ru», de grandes batailles en ligne ont lieu en Russie entre les militants suivants: 1) les libéraux contre les socialistes: en général tout se passe assez rudement, mais dans les limites de la décence; 2) les nationalistes contre les gauches: cela se passe très grossièrement, les gauches font du trolling[429]; 3) les gauches se disputent: soit c'est une discussion sur un ton amical soit c'est ce qu'on appelle «holly war». C'est une contestation rigide avec le troll, des obscénités et des interpellations aux personnalités. Dans la gauche en Russie, il y a quelques divisions principales qui sont très actives en ligne : anarchistes contre marxistes, «staliniens» contre «travailleurs», communistes contre activistes de la communauté LGBT.

Presque tous les grands partis politiques en Russie ont leurs pages officielles et des groupes sur les réseaux sociaux, et tout d'abord sur VKontakte, ainsi que des personnes spécialement embauchées qui assurent les fonctions des secrétaires de presse excepté les relations avec les médias, ils s'engagent de plus dans la promotion de ces pages et groupes sous la direction de consultants politiques professionnels. Les membres de l'équipe sont les étudiants et en général, les jeunes de différentes professions, la plupart d'entre eux sont des politologues

[429] Le *trolling*, ou troll, est une pratique communicationnelle qui consiste principalement à susciter des discussions polémiques ou enflammées sur l'Internet // URL : http://www.academia.edu/8069238/ Le_trolling_ comme_exercice_de_style

et des journalistes. Les équipes n'ont pas beaucoup de membres. Bien sûr, les dirigeants et les présidents des partis, dont les candidatures sont souvent posées aux élections de différents niveaux, sont au courant du travail mené dans les groupes et reçoivent assez souvent des comptes-rendus officiels proposant des programmes de modernisation dans les groupes du parti. Ces programmes sont ensuite approuvés ou refusés pendant les réunions spéciales et distribués à tous ceux qui travaillent avec les groupes. Selon les administrateurs et les modérateurs des groupes sur les réseaux sociaux, qui s'orientent vers l'avenir, il est nécessaire tout d'abord de renforcer les capacités des groupes et d'augmenter le nombre d'abonnés chaque mois, en attirant le public cible pour continuer à répandre les idées de leurs partis ou des hommes politiques dans les masses électorales et à répondre aux questions des citoyens sur diverses questions. Ainsi, Denis Chibizov, administrateur du groupe du parti «La Pomme», il a réussi en période pré-électorale des élections législatives à la fin de 2011, à développer son groupe de 10 à 30 mille personnes en seulement six semaines.

L'actuel président russe Vladimir Poutine a également son secrétaire de presse, Dmitry Peskov, qui, à son tour, ainsi que la tête de l'Etat n'a aucun compte officiel sur les réseaux sociaux où il pourrait répondre aux questions possibles et communiquer avec les citoyens directement. Ses fonctions sont essentiellement l'explication des déclarations de monsieur Poutine et la présentation de la position officielle du Kremlin aux médias traditionnels.

Après des entretiens avec tous les modérateurs et administrateurs des groupes des partis, nous avons découvert que pour le moment contrairement à la France, les rencontres des abonnés aux groupes des partis sur VKontakte ne s'organisent presque pas en temps réel, et donc toute la communication se borne à un réseau social, où il y a vraiment peu de rencontres et plutôt seulement à la veille des élections. Ainsi, depuis que le parti «La Pomme» existe seulement 2 vraies rencontres ont été organisées avec ses participants à Moscou et Saint-Pétersbourg. Si on veut une communication réelle et permanente avec les participants du parti, il est nécessaire d'adhérer au parti, en ayant passé quelques étapes nécessaires pour l'admission, puis on doit participer à ses réunions et payer une cotisation annuelle.

Ainsi, les réseaux sociaux russes sont encore plutôt un outil, par le biais duquel on apprend des nouvelles et des événements et on peut même y discuter, ainsi qu'un outil pour l'activation des ressources humaines afin que les gens aillent voter et n'ignorent pas les élections. Une telle pratique comme en France de l'organisation de tweet-apéros et de rencontres en temps réel n'est pas encore connue pour les hommes politiques russes et leurs secrétaires de presse. Cela d'autant plus qu'en Russie il n'y pas de pratique en période pré-électorale à travers les réseaux sociaux pour mobiliser les jeunes à participer à la distribution de brochures et de tracts dans les rues, à faire du porte à porte, à communiquer en direct dans le métro, aux

marchés, aux supermarchés etc avec les électeurs potentiels de plus de 40 ans, afin de les gagner à une cause. Pour les candidats russes toute la campagne électorale à part les spots publicitaires et débats réglementés à la télévision et à la radio, est vraiment limitée à des bandeaux publicitaires avec leurs photos et slogans courts le long des routes ou bien à leurs affiches publicitaires dans les rues.

Les politiciens et les fonctionnaires russes ainsi que les députés n'ont toujours pas appris à utiliser toutes les fonctionnalités des réseaux sociaux, contrairement aux hommes politiques français. Ils continuent de sous-estimer la possibilité de leur application, se privant ainsi d'un grand nombre de votes potentiels car les réseaux sociaux ne font pas connaître ce qu'ils organisent ou prévoient d'organiser au cours de leurs campagnes, et leurs pages sont peu remplies, et les informations peu variées ne peuvent pas attirer les jeunes abonnés aux réseaux sociaux.

Dans le sous-chapitre 3.1.1.2 du chapitre 3 nous avons considéré l'exemple d'une campagne de Mikhaïl Prokhorov, jeune politicien et homme d'affaires tout d'abord, qui a mis l'accent dans sa campagne, contrairement à tous les autres prétendants au poste de président de Russie, sur les réseaux sociaux et ainsi sur les jeunes, et donc finalement il a obtenu un résultat sans précédent en Russie, du premier coup la troisième place, alors qu'il n'avait fait de la politique que depuis un an mais il a dépassé de nombreux candidats qui sont de vrais professionnels depuis des décennies.

Ainsi, nous avons examiné comment se passe le rassemblement des jeunes dans les groupes officiels des partis systémiques et dans les groupes informels de Vladimir Poutine et de quelle façon la mobilisation s'y effectue à la veille des élections. Dans le sous-chapitre suivant, nous allons voir comment les réseaux sociaux en Russie d'un outil auxiliaire pour mener la politique deviennent un moyen essentiel pour l'organisation d'actions et de marches interdites et liés à l'insatisfaction de la population à l'égard des résultats. Leur organisation sans l'existence des réseaux sociaux est impensable (l'heure, le lieu, les slogans et les affiches, tout y décidé).

3.2.2.2 Le soutien affiché pour la contestation par le biais des rassemblements sur les réseaux sociaux à la veille des élections présidentielles russes de 2012

Le 6 mai 2012 «la Marche des millions» («la Marche populaire») a eu lieu à Moscou pour protester contre l'investiture de Vladimir Poutine qui a remporté l'élection présidentielle dès le premier tour le 4 mars 2012. Le principal slogan est devenu «Pour le pouvoir honnête !

Pour la Russie sans Poutine !», le principal symbole de cette action était le ruban blanc. L'itinéraire - de la place Kaloujskaya à la place Bolotnaya. Le principal organisateur était l'un des chefs de l'opposition Sergueï Oudaltsov. Bien que l'un des principaux opposants en Russie Alekseï Navalny, par la suite candidat à l'élection de la mairie de Moscou en septembre 2013, le 10 mars 2012 après une arrestation d'Oudaltsov au terme d'un rassemblement dans la rue Novy Arbat déclarait : «Je ne vois plus de sens dans les négociations avec la mairie»[430], on a décidé de négocier quand-même la marche avec les autorités.

Il n'y a pas eu que les moscovites qui ont eu l'intention de participer à la marche mais aussi des habitants des autres villes russes. Alors, certains sont venus à Moscou, certains ont juste organisé des marches avec les mêmes idées et buts dans les autres villes, en s'étant accordé sur l'itinéraire avec les mairies locales. Ainsi, les participants se mettaient d'accord par avance sur tous les détails d'organisation sur les groupes différents consacrés à «La marche des millions» sur Facebook (https://www.facebook.com/WakeUpRus?fref=ts) et VKontakte (https:// vk.com/this_group_is_closed; https://vk.com/marshmillionov; https://vk.com/ event 379 73855). Et malgré le fait que la marche avait été décidée, quelques jours avant l'événement, les forces de sécurité dans plusieurs villes ont essayé d'empêcher la circulation de bus et de trains avec les opposants à leurs bords jusqu'à l'annonce d'une évacuation complète des stations. Au moins un millier de personnes[431] de toute la Russie n'ont pas pu venir à Moscou. Selon la radio «Echo de Moscou» les participants potentiels ont été évacués de la gare à Ufa, Yelets, Astrakhan, Saint-Pétersbourg[432].

Le jour de la marche selon le ministère des affaires intérieures à Moscou, sur la place Kalujskaya vers 16h00 il y avait environ huit mille personnes. Ilya Yashin, le président du département régional du parti «RPR-Parnas» à Moscou, a pris la parole sur la chaîne de télévision «Pluie». De 100 – 120 mille personnes[433], à son avis, se sont ressemblées au centre de la capitale russe. Lenta.ru a communiqué qu'on s'était exprimé sur les blogs d'environ 30 mille manifestants[434]. Pour maintenir l'ordre sur la place Bolotnaya 12 759 agents de police ont été engagés.

Le 6 mai 2012 les sites des médias russes – ceux de la chaîne de télévision «Pluie», de l'édition Internet Slon.ru, Grani.ru, de la station de radio «Echo de Moscou », du journal «Big

[430]Ils viendront encore. L'opposition va exécuter une marche un jour avant l'inauguration de Vladimir Poutine // Lenta.ru. URL : http://lenta.ru/articles/2012/05/04/march/

[431] Au moins un millier de personnes de toute la Russie n'ont pas pu venir à Moscou pour «La marche des millions»// La radio Echo de Moscou. URL : http://echo.msk.ru/news/885717-echo.html

[432] Cela fait le deuxième jour que la police dans les régions fait obstacles aux militants qui veulent venir à Moscou pour la «Marche des millions»// La radio Echo de Moscou. URL : http://echo.msk.ru/news/885673-echo.html

[433] «La marche des millions». L'édition informatique, la partie finale //Tvrain.ru. URL : http://tvrain.ru/articles/marsh_ millionov_informatsionnyy_vypusk_finalnaya_chast-246014/

[434] La police a compté plus de 8 mille participants de «La marche des millions» //Lenta.ru. URL:http://lenta.ru/news/ 2012/05/06/marsh1/

City» et de la maison d'éditions «Commerçant » - ont été attaqués. La dernière fois que cela s'est passé c'était le jour des élections à la Douma en 2011.

Le 7 mai des attaques anonymes ont rendu inaccessible le site du Président de la Fédération de Russie, ainsi que plusieurs autres sites de structures de l'Etat.

Après «la Marche des millions» ses participants ne se sont pas calmés et donc dès le 7 mai 2012 à Moscou, chaque jour il y avait «Les bals populaires» interdits dirigés par les principales têtes d'opposition Alexeï Navalny et Sergeï Oudaltsov qui ont été supprimés pour 15 jours. Néanmoins, le soir du 10 mai, le nombre de manifestants a atteint 1500 personnes, et une action a été déclarée illimitée pour l'exécution des exigences des manifestants.

Le 9 mai 2012 les manifestants se trouvaient dans le camp sur le boulevard Chistoprudny. Les membres de l'opposition se sont rassemblés devant le monument du poète kazakh Abay Kounanbayev, c'est pourquoi l'action a été appelée par le hashtag «#OccupyAbay », en utilisant le nom de l'action Occupy Wall Street à New York. Les citations du poète kazakh, qui est déjà devenu un symbole de l'opposition, ont été mises sur les blogs et Facebook : «Seulement un incapable se soumet à son destin».[435]

Le soir du 10 mai 2012, Ilya Yashin a déclaré que «Les bals populaires» sur le boulevard Chostoprudny à Moscou seront illimités. Selon lui, ils ne se seraient pas arrêtés jusqu'à ce que les autorités ne répondent aux exigences des manifestants. Selon «Echo de Moscou» c'était avant tout une «libération des prisonniers politiques» et la tenue de nouvelles élections législatives et présidentielles.[436]

Le 15 mai 2012 certains résidents du boulevard Chistoprudny ont porté plainte sur l'inaction des autorités par rapport aux participants de l'action de protestation, qui, selon eux, ont créé des conditions de vie insupportables. Le tribunal de district Basmanny a jugé l'affaire le même jour et a décidé de répondre aux demandes des locataires et d'obliger le Département des affaires intérieures dans le district administratif central de Moscou, de prendre des mesures pour mettre fin à une action illégale. De même le tribunal a obligé la Préfecture du district administratif central de restaurer les pelouses piétinées, les parterres et les espaces verts sur le boulevard.[437] La police a dispersé le camp sur le boulevard le 16 mai en début de matinée et a arrêté plus de 20 personnes.

[435] «OccupyAbay» continue // RFI.fr (en russe). URL : http://ru.rfi.fr/rossiya/20120510-okkupaiabai-prodolzhaetsya/
[436] Le rassemblement de l'opposition sous forme des «Bals populaires» est déclaré illimité // La radio Echo de Moscou. URL : http://echo.msk.ru/news/887272-echo.html
[437] Le tribunal Basmanny de Moscou a fait abolir le camp d'opposition «OccupyAbay» // Newsru.com. URL : http://www.newsru.com/russia/15may2012/sud_abai.html

Des actions, similaires à celles de Moscou, ont eu lieu dans plusieurs autres villes. Le 21 mai 2012 l'information sur les camps et les bals populaires de l'opposition est venue de Saint-Pétersbourg, Saratov, Nizhny Novgorod, Novosibirsk.

Par la suite, une fois tous les 2-3 mois « la Marche des millions» a été réalisée de nouveau en juin, septembre et décembre 2012, alors qu'il n'y avait pas un si grand nombre de manifestants. Ainsi, pour la Russie, l'année 2012 est devenue une année de troubles et de manifestations constantes contre le gouvernement, le pic de mécontentement populaire a été atteint immédiatement après les élections présidentielles.

Au tout début de ces rassemblements d'opposition le 15 décembre 2011, lors d'une émission de télévision en direct «Conversation avec Vladimir Poutine. La suite» le premier ministre Vladimir Poutine a répondu aux questions qui portaient sur eux.[438] En particulier, il a dit : «Il y avait des gens différents, et je suis heureux d'avoir vu de nouveaux visages intelligents et énergiques des personnes qui expriment activement leur position. Une fois encore, je répète que si c'est le résultat du régime de Poutine, je suis bien content que de telles personnes apparaissent».[439]

Toutefois, M. Poutine a déclaré que certaines personnes qui sont venues aux manifestations, l'ont fait pour de l'argent de la part des pays étrangers, et ont porté un symbole de protestation – un ruban blanc – qu'il a comparé aux moyens de contraception.

Une étude menée par deux centres de recherche (la Fondation pour la recherche sociale à Samara et le Centre pour l'étude des processus sociaux de Leonid Kesselman à Saint-Pétersbourg), publiée par le Centre Levada en mars 2012 a montré que 46% des moscovites avaient soutenu les rassemblements de protestation, en revanche 25% ont été contre, 73% ont approuvé les demandes des manifestants de punir tous les coupables de fraude et 71% d'enquêter sur les violations de l'élection. Selon un sondage de la fondation «Opinion publique», tenu à la mi-décembre, «dans toute la Russie la demande d'annuler les résultats des élections et d'organiser un nouveau scrutin avait été soutenue par 26% des russes, 40% n'avaient pas demandé de réélire le parlement, et seuls 6% des répondants croyaient que les élections avaient eu lieu sans fraude».[440]

Selon un autre sondage d'opinion organisé par le Centre Panrusse d'étude de l'opinion publique et daté du 29 mai 2012, 33% des répondants sont indifférents aux actions de masse de l'opposition non-systémique, 15% ont soutenu les manifestations, mais ne sont jamais allés aux

[438] Le dixième «direct» a commencé avec Vladimir Poutin // Lenta.ru. URL : http://lenta.ru/news/2011/12/15/putin/

[439] Le dixième «direct» a commencé avec Vladimir Poutin // Lenta.ru. URL : http://lenta.ru/news/2011/12/15/putin/

[440]Les moscovites parlent des rassemblements de protestation // Levada centre. URL : http://www.levada.ru/22-12-2011/moskvichi-o-protestnykh-mitingakh

rassemblements, et 7% des russes se sont dits prêts à sortir dans les rues». [441] «14% des répondants se sont montrés des adversaires des actions de masse déclarant que de tels rassemblements doivent être arrêtés, 26% n'ont pas du tout suivi les exigences des manifestants, mais ils croyaient qu'ils avaient le droit d'organiser des rassemblements publics».[442]

Ainsi, les groupes sur les réseaux sociaux Facebook et Vkontakte étaient devenus indispensables afin de coordonner toutes les activités durant toutes les manifestations à la fin de 2011-2012, y compris «la Marche des millions». Grâce à eux les administrateurs pouvaient diffuser des informations par avance et avec précision sur l'heure exacte des prochains rassemblements et l'itinéraire supposé. Outre cela on pouvait suivre l'intérêt accru du public envers des actions d'opposition différentes grâce au nombre de «likes» mis sous des postes sur Vkontakte. D'ailleurs pendant les rassemblements de protestation eux-mêmes, et surtout «la Marche des millions» Twitter a joué un rôle essentiel. C'est là que presque toutes les 15-30 minutes les principales figures de l'opposition russe comme Ilya Yashin, Sergeï Udaltsov, Alekseï Navalny, Ksenia Sobchak écrivaient à propos de ce qui se passe au premier plan, parce que parfois les gens ont été déplacés à quelques kilomètres du lieu principal de rassemblement, ou tout simplement pour donner des instructions claires pour l'heure suivante: dans quelle direction aller, quels slogans crier et comment réagir aux services chargés de l'ordre. En raison de l'accès permanent à Internet et aux réseaux sociaux via les tablettes et portables, lors des manifestations, des participants pouvaient rester à chaque instant à l'intérieur de l'espace informatique et apprendre tout ce qui se passe dans n'importe quel coin de la marée humaine.

Pour faire sortir un grand nombre de personnes dans les rues, et qu'elles ne mettent en ligne que «j'aime», il faut travailler avec les gens, en les divisant en publics cibles différents comme en marketing. C'est ce que nous a dit Ksenya Trubetskaya, la tête du service de propagande du mouvement «Les russes» et en même temps la modératrice de plus de deux douzaines de groupes sur VKontakte. Ksenya a déclaré qu'à la veille des nouvelles actions il est plus facile de travailler avec quelqu'un qui les connait déjà, les suit en ligne et y a déjà pris part une ou plusieurs fois. Ces gens ont besoin tout simplement d'être informés. Ensuite, il est plus difficile de travailler avec ceux qui sont au courant des actions qui ont lieu dans les villes ou ont entendu parler d'elles mais n'y sont jamais allés. Il faut vraiment éveiller un grand intérêt de ce groupe de gens, pour qu'ils lisent plus à ce sujet et partagent des informations avec leurs amis sur les réseaux sociaux. Le public avec lequel il est plus difficile de travailler – ce sont des gens qui ne connaissent aucune action qui se passe dans les villes. Il y a beaucoup de telles

[441] Le rassemblement de protestation en Russie et l'opinion publique russe : décembre 2011 – mai 2012 // Le fonds de la perspective historique. URL : http://www.perspektivy.info/print.php?ID=142884
[442] Le rassemblement de protestation en Russie et l'opinion publique russe : décembre 2011 – mai 2012 // Le fonds de la perspective historique. URL : http://www.perspektivy.info/print.php?ID=142884

personnes en Russie. Selon Ksenya, c'est très difficile de travailler avec ce groupe de gens, puisqu'il est nécessaire de ne pas les effrayer tout de suite et en même temps de les intéresser. Afin de générer un véritable intérêt on a besoin de mettre des informations accompagnées de vidéos et les vidéos peuvent être de différentes tonalités. C'est-à-dire qu'elles peuvent être positives disant que c'est bien de participer à ce genre d'activités. Les vidéos neutres sont également nécessaires, ainsi que celles négatives montrant à quoi cela va mener, si les gens ne vont pas participer aux rassemblements concrets ou les ignorent. Principalement, ces vidéos sont conçues pour les deux premiers groupes de personnes concernées. Il est entendu qu'ils vont rediffuser les informations sur un prochain rassemblement, et puis le troisième groupe de gens qui font des «amis» des deux premiers sur les réseaux sociaux, vont tomber sur elles, les lire et les regarder et peut-être avoir l'air intéressée et par conséquent passer directement du troisième groupe au deuxième. Cette nouvelle deuxième catégorie de gens a toutes les chances de devenir un relais d'opinion pour ses amis ignorants sur les réseaux sociaux qui ont aussi le potentiel de passer au deuxième groupe, et ainsi à l'infini.

En outre, dans son interview Ksenya a souligné, en tant que modératrice de nombreux groupes, qu'on ne peut pas montrer des choses unilatéralement c'est-à-dire que tout va bien ou tout va mal parce que les gens sont très vite fatigués de cela. Parfois, les gens ont besoin de plus d'émotions. À cet égard, le travail sur les différents réseaux sociaux se distingue : les personnes sur «Vkontakte» ont besoin de plus d'émotions, sur Facebook d'un peu moins d'émotions, car sur le deuxième réseau il y a plus de public adulte. Ensuite sur Livejournal on a besoin de faits, on ne peut pas y utiliser un langage chargé d'émotions, et sur Twitter on doit être présent constamment. Twitter c'est le genre de réseau qui lorsque nous sommes absents pendant une semaine ou lorsque nous n'avons pas publié une nouvelle pendant deux jours, nous sommes immédiatement oubliés parce que le fil d'actualité sur Twitter est mis à jour constamment. Alors que sur Livejounal nous pouvons nous permettre de ne pas écrire pendant une semaine et ensuite y revenir. Il est très difficile de suivre tout le fil d'actualité sur Twitter pendant une journée, alors que celui de Livejournal se renouvelle plus lentement.

Ainsi, en Russie, les réseaux sociaux sont non seulement un outil auxiliaire des campagnes électorales, mais aussi un intermédiaire important pour les rassemblements de protestation, auxquelles ont assisté des gens mécontents de la situation politique dans le pays à la veille de l'élection présidentielle de 2012 et après. Tout cela a entraîné l'insatisfaction au sujet des résultats et des soupçons de fraude. Les Russes ont eu besoin d'un moteur puissant qui les pousse à aller à l'extérieur de chez eux, unis par des objectifs communs, avec le sentiment qu'ils ne sont pas seuls face à leurs problèmes. Et dans une certaine mesure, les réseaux sociaux, et notamment des groupes dédiés aux rassemblements à des fins politiques de 2011 – 2012, qui

ont d'abord alerté de nombreux jeunes gens, la partie de la population la plus sensible aux changements, puis les ont poussés à l'action et sont devenus un porte-parole. Jusqu'à l'automne 2011 – l'hiver 2012 les politologues se plaignaient de l'absence de société civile forte en Russie. Mais au cours de la campagne électorale, elle s'est clairement manifestée et a mis des repères dans l'histoire actuelle de la Russie.

Toutefois, en raison de l'ordre établi en Russie, tout cela n'a pas mené à des résultats révolutionnaires, mais a donné une occasion aux autorités russes de réfléchir à des changements au sein du système.

Alors en général, les réseaux sociaux russes ne peuvent pas être appelés « un catalyseur de la révolution», ou surtout son «déclencheur». La raison en est que le mécanisme de mobilisation politique, ainsi que le mécanisme des changements politiques internes sont beaucoup plus profonds. Et ils ont leurs racines dans l'état psychologique et social de la société, plutôt que dans les réseaux sociaux. Les manifestations en Russie à la fin 2011 – 2012 ne servaient à rien de particulier non pas que les forces de sécurité aient tenté de bloquer VKontakte mais le niveau de mécontentement de la population n'était pas suffisamment élevé, et la majorité des citoyens russes des grandes villes étaient satisfaits de leur niveau de vie.

Dans le même temps, des rassemblements suggèrent une absence d'institutions politiques en Russie, visant spécifiquement les jeunes, comme nous l'avons noté dans les sections A. et B. du chapitre 3 de la deuxième partie. Finalement, si on pouvait influencer la politique par d'autres moyens institutionnalisés, il ne serait pas nécessaire de faire des réseaux sociaux un nouveau centre de la vie politique.

CHAPITRE 4 : L'ORGANISATION DES CAMPAGNES ÉLECTORALES ET ÉLECTIONS MUNICIPALES À BORDEAUX EN 2014 ET À MOSCOU EN 2013

Après l'élection présidentielle qui s'est déroulée en Russie ainsi qu'en France en 2012, les élections municipales sont devenues le plus grand événement politique public pour les deux pays, mais nous allons concentrer notre attention en particulier sur les campagnes électorales au poste de maire à Moscou en 2013 et à Bordeaux en 2014. Les réseaux sociaux avec des profils personnels et les sites officiels des principaux candidats ont joué un rôle prépondérant dans l'organisation des campagnes municipales dans les deux pays, ainsi que lors des élections présidentielles.

Dans ce chapitre nous allons examiner d'une façon générale comment les élections et leur préparation se sont déroulées d'abord en Russie, puis en France, et qu'ils ont été les principaux candidats au poste de maire à Moscou et à Bordeaux.

Le 4 Juin 2013 le maire sortant de Moscou Sergueï Sobianine a annoncé son intention de prendre une retraite anticipée, ce qui a déclenché automatiquement la tenue d'élections à la tête de la capitale en un seul jour de scrutin – le 8 septembre. Le 5 juin le président Vladimir Poutine a accepté la démission de M. Sobianine et l'a nommé maire intérimaire jusqu'à la prochaine élection.

L'un des leaders de l'opposition politique Alekseï Navalny, qui avait gagné à cette époque une grande popularité, surtout dans les grandes villes de Russie, grâce au succès de ses projets et initiatives anticorruption, est devenu le principal rival de M. Sobianine dans la course municipale. Les projets ayant fait grand bruit – «Rospil»[443], «La bonne machine de la vérité»[444], «RosYama»[445] - ont été mis en œuvre sous les auspices du Fonds de la lutte contre la corruption créé par M. Navalny.

«Rospil» est un projet public à but non lucratif dédié à la lutte contre les abus dans les achats de l'Etat et organisé en décembre 2010. Le projet marche selon le schéma suivant : les utilisateurs du site révèlent des appels d'offre de corruption présumée pour les marchés publics (généralement via le site officiel des achats de l'Etat). Après cela des experts professionnels estiment des appels d'offre en termes de corruption possible. Lors de la dernière étape à la base des examens effectués, les juristes du projet déposent des plaintes auprès des autorités de contrôle en vue de la suppression des achats de corruption. Les experts et les participants impliqués dans la recherche des achats corrompus sont des bénévoles. Un autre projet d'Internet

[443] Le projet d'Internet anticorruption// URL : http://rospil.info/
[444] Le projet d'Internet // URL : http://mashina.org/
[445] Le projet d'Internet // URL : http://rosyama.ru/

de M. Navalny est «RosYama» qui a été créé pour traiter les défauts du tapis routier. «La bonne machine de la vérité», le dernier projet d'Internet du chef de l'opposition, vise à diffuser des informations sur les abus et la corruption au sein du gouvernement. Selon Alekseï Navalny sur son blog, le projet se positionne comme une alternative et un concurrent à «La mauvaise machine de propagande», c'est-à-dire aux médias officiels russes. Les militants de «La bonne machine de la vérité» ont été accusés à plusieurs reprises de propagande illégale politique et d'actions visant à agresser les autorités.

Ces projets en ligne ont apporté une popularité considérable à l'opposant et ont joué un rôle majeur dans l'élection du maire en 2013, où Alekseï Navalny a pris la deuxième place à l'issue du vote. Il est à noter que la popularité à l'opposant Navalny est venue notamment grâce aux projets réussis sur Internet et grâce à son blog sur LiveJournal, où le politicien a écrit des posts accusateurs sur les fonctionnaires russes, la corruption, etc. Internet est une plateforme où Alekseï Navalny se sent beaucoup plus à l'aise que les autres hommes politiques, car c'est par des politiciens d'opposition que l'espace médiatique est occupé jusqu'à présent en Russie. Des représentants du parti gouvernant «Russie Unie» mènent la communication politique sur Internet de façon beaucoup moins active. Encore en 2009, M. Navalny a remporté de loin «l'élection virtuelle du maire de Moscou»[446], organisée par le journal «Commerçant» et l'édition en ligne «Gazeta.ru». Cela s'est produit après que les médias eurent commencé à mettre en circulation activement des rumeurs sur le départ imminent du maire Youri Loujkov.[447] Le «Commerçant» et la «Gazeta.ru» ont constitué un bulletin composé de 10 candidats et la colonne «contre tous». Alekseï Navalny a obtenu le plus grand nombre de votes, 45 %.

Alors, en un seul jour de vote, le 8 Septembre 2013, pour la première fois en 10 ans ont eu lieu des élections directes anticipées du maire de Moscou. Vers le 1er Juillet 2013 à Moscou il y avait 7 176 568 électeurs enregistrés. A l'issue de l'examen des documents soumis par la Commission électorale de Moscou six candidats ont été enregistrés (y compris un candidat l'auto-nommé et cinq des partis politiques) : Michail Degtyarev (LDPR), Nikolaï Levichev (Russie Juste), Ivan Melnikov (KPRF), Sergeï Mitrohin (Pomme), Alekseï Navalny (RPR-PARNAS), Sergueï Sobianine (l'autoprésentation).

Cependant, le 15 juin 2013, Alekseï Navalny a déposé sa candidature pour l'enregistrement comme candidat à la mairie de Moscou. L'équipe de Navalny devait recueillir 110 signatures des députés municipaux. Comme tout cela se passait en été, il y avait quelques difficultés, parce que beaucoup de députés étaient en vacances. L'équipe a à peine réussi à

[446] L'élection du maire de Moscou // Kommersant.ru. URL : http://www.kommersant.ru/doc/1512620
[447] La démission de Y. Loujkov est décidée définitivement// URL : http://www.newsmsk.com/article/21sep2010/otstavka_reshena.html

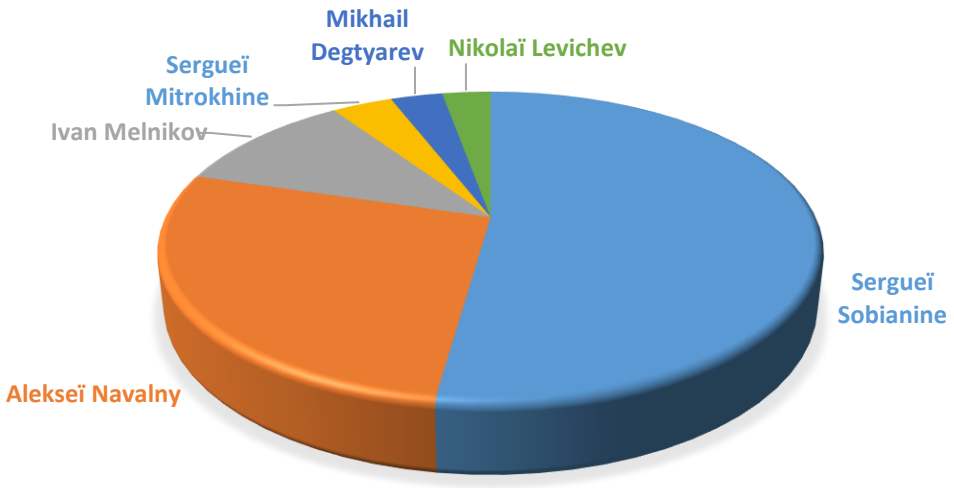
recueillir 84 signatures des députés municipaux. Les 26 signatures restantes ont été remises à Alekseï Navalny par l'association de municipalités. Le 17 juillet 2013 Alekseï Navalny a été enregistré comme candidat au poste de maire de Moscou.

Au final, Sergueï Sobianine, le maire intérimaire, a remporté la victoire à l'élection au premier tour, soutenu par 51,37% des électeurs Moscovites.

La deuxième place à l'élection a été obtenue par Alekseï Navalny, le principal leader d'opposition politique russe, pour lequel 27,24 % des électeurs ont voté.

Le candidat à la mairie de Moscou du Parti communiste Ivan Melnikov a recueilli 10,69% des votes des Moscovites qui sont venus aux urnes. Le chef du parti «La Pomme» Sergueï Mitrokhine, a obtenu la quatrième place avec 3,51% des voix. Mikhail Degtyarev a présenté sa candidature au poste de maire de Moscou du Parti libéral-démocrate et a reçu le soutien de 2,86% des électeurs, Nikolaï Levichev du parti «Russie Juste» a obtenu 2,79% des voix.

GRAPHIQUE 4.1 LES RÉSULTATS DES ÉLECTIONS MUNICIPALES DE 2013 À MOSCOU



Le taux de participation était de 32,07% du nombre total d'électeurs. Selon le président de la Commission électorale de Moscou Valentine Gorbunov, 104 000 personnes[448], soit 1,44% du nombre total d'électeurs ont bénéficié du droit de vote à la maison.

La plupart des experts ont dit que cette élection du maire de la capitale était transparente et honnête. Cependant, le résultat de Sergueï Sobianine, à leur avis, aurait pu être plus élevé, mais une grande partie de son électorat n'est pas venue voter. Quant à la faible participation (dans les sections électorales environ un tiers des électeurs est venu), les analystes

[448] Sobianine a remporté la victoire aux élections au premier tour // Vesti. URL: http://vesti-ukr.com/mir/16187-podschitany-100-procentov-golosov-na-vyborah-mjera-moskvy

l'estiment comme étant la norme pour la métropole. «A New York seulement 25% des électeurs sont venus aux urnes pour l'élection du maire en 2008»[449] - rappelle le président du Fonds de développement de la société civile Konstantin Kostin.

En ce qui concerne les élections municipales en France, «à Bordeaux, Alain Juppé est parvenu, non seulement à conserver la mairie, mais surtout à enregistrer un score historique. En obtenant 60,95% des voix, le maire sortant a été réinvesti dès le premier tour et n'a laissé que peu de places à son adversaire socialiste, Vincent Feltesse. Avec 22,58% des voix, le député PS de Gironde a fait face à un échec particulièrement cuisant». [450] A l'issue du scrutin Alain Juppé a donc déclaré que la droite avait apparemment rattrapé la majorité à la Communauté urbaine de Bordeaux (CUB), tenue par les socialistes. Quant au «Front National», Jacques Colombier a obtenu 6,04%.

On peut constater que le taux de participation aux élections municipales de Bordeaux en 2014 est beaucoup plus élevé que dans la capitale russe malgré l'abstention estimée à 38%[451] par Ipsos/Steria, ce qui peut s'expliquer par le sens inné de la responsabilité personnelle pour l'avenir de leur pays chez les français dont nous avons déjà parlé dans un premier chapitre de la deuxième partie.

En somme, les dernières élections municipales en France sont incontestablement devenues une défaite pour le Parti socialiste, malgré leur victoire dans un certain nombre de villes importantes telles que Paris, Dijon, Lille, Lyon, Montpellier, Nantes, Rennes, Strasbourg. À son tour, l'Union pour un mouvement populaire dirigé par Nicolas Sarkozy a eu un succès indéniable à l'issuee du second tour des municipales. «Plusieurs villes importantes ont basculé du côté de l'UMP : Toulouse, Tours, Reims, Angers, Quimper, Saint-Etienne, Valence, Amiens, Roubaix, Tourcoing, Limoges, Belfort, La Roche-sur-Yon, Albertville. L'UMP a conservé la mairie de Marseille aussi».[452]

En ce qui concerne le « Front National» de Marine Le Pen, il s'est réjoui de la victoire dans 11 mairies : Hénin-Beaumont, Fréjus, Béziers, Beaucaire, Villers-Cotterêts, Hayange, Cogolin, Le Luc, Le Pontet, Mantes-la-ville et le 7e secteur de Marseille. En 2008, le «Front

[449] Elena Sokolova. «Les experts : Alekseï Navalny, qui a recueilli 27,24% des voix à l'élection du maire de Moscou, n'est pas dangereux pour le pouvoir. Sergueï Sobianine le comprend // MK.ru. URL : http://www.mk.ru/politics/ article/2013/09/09/912613-ekspertyi-quotaleksey-navalnyiy-nabravshiy-na-vyiborah-mera-moskvyi-2724-golosov-ne-opasen-dlya-vlasti-i-sergey-sobyanin-eto-ponimaetquot.html

[450] Pierre Andrieu. Elections municipales 2014 à Bordeaux // L'expresse.fr. URL : http://www.lexpress.fr/actualite/ politique/elections/elections-municipales-2014-a-bordeaux_1291889.html

[451] Pascal Lachenaud. Municipales : Revivez la soirée du second tour // Francetvinfo.fr. URL : http://www. francetvinfo.fr/elections/municipales/en-direct-live-elections-municipales-2e-tour-actualites-resultats-30-mars-2014_561765.html

[452] Pascal Lachenaud. Municipales : Revivez la soirée du second tour // Francetvinfo.fr. URL : http://www. francetvinfo.fr/elections/municipales/en-direct-live-elections-municipales-2e-tour-actualites-resultats-30-mars-2014_561765.html

National» a remporté 60 postes de conseillers municipaux, tandis qu'en 2014 il a réussi à obtenir au moins 1 200 de ces postes.

De tels résultats ont principalement servi de signal fort pour le président François Hollande, représentant du Parti socialiste, pour la mise en œuvre du remaniement du gouvernement. «Au lendemain de la débâcle électorale pour la gauche, François Hollande a annoncé lors d'une allocution télévisée le remplacement de Jean-Marc Ayrault par Manuel Valls au poste de premier ministre».[453]

Alors les élections municipales se sont déroulées le 23 mars 2014 à Bordeaux comme dans toute la France, sauf que dans les autres villes il y avait le deuxième tour le 30 mars. Alain Juppé, maire de Bordeaux depuis 1995 et représentant de l'UMP, et Vincent Feltesse, président de la Communauté urbaine de Bordeaux de 2007 à 2014 ainsi que représentant du PS et député de la deuxième circonscription en Gironde de 2012 à 2014, sont devenus les principaux rivaux à ces élections.

«Le mode de scrutin à Bordeaux est celui des villes de plus de 1 000 habitants : la liste arrivée en tête obtient la moitié des 61 sièges du conseil municipal. Le reste est réparti à la proportionnelle entre toutes les listes ayant obtenu au moins 5 % des suffrages exprimés. Un deuxième tour est organisé si aucune liste n'atteint la majorité absolue et au moins 25 % des inscrits au premier tour. Seules les listes ayant obtenu aux moins 10 % des suffrages exprimés peuvent s'y présenter.

Les conseillers municipaux élisent le maire, qui préside le conseil municipal, ainsi que les adjoints. Le mandat des conseillers municipaux, du maire et de ses adjoints est de six ans».[454]

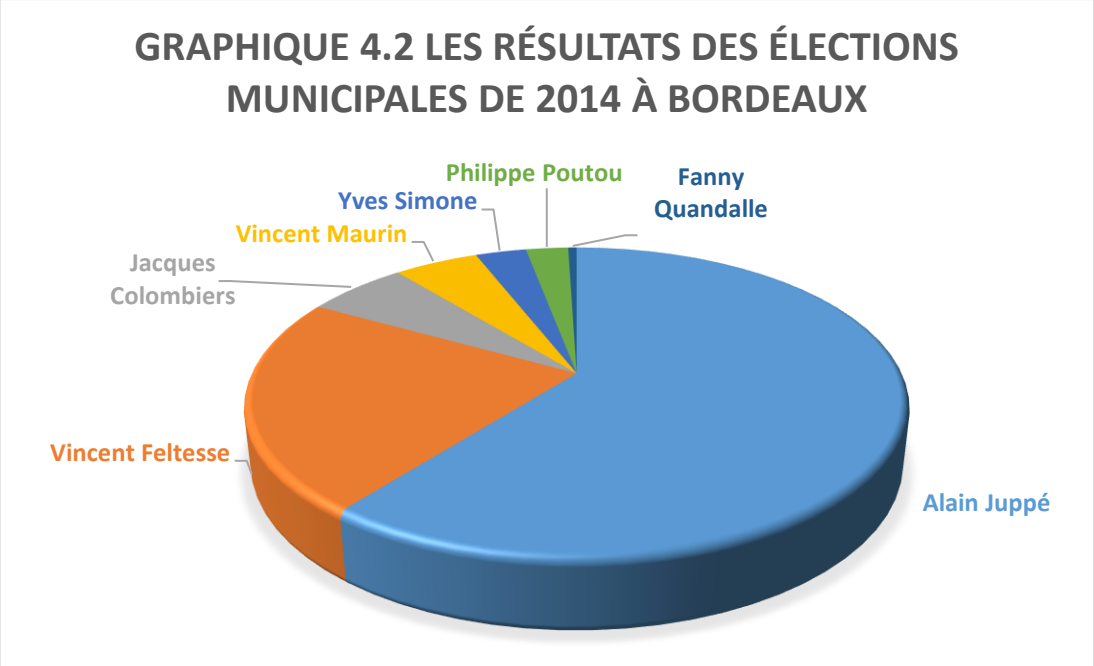
A part Alain Juppé, Vincent Feltesse et Jacques Colombier, les candidatures ont été soumises par Philippe Poutou, tête de proue du NPA lors des dernières élections présidentielles, Fanny Quandalle, candidate de Lutte Ouvrière, employée de La Poste qui est devenue tête de liste pour la première fois, Vincent Maurin, conseiller municipal depuis 2001 et tête de liste pour le Parti Communiste. Enfin, Yves Simone, guide touristique apprécié des bordelais, amoureux de sa ville, s'est présenté en candidature libre.

Même à la veille des municipales selon un sondage de l'Ifop réalisé pour Sud-Ouest, France Bleu Gironde et TV7 Bordeaux «Alain Juppé (UMP), candidat pour un quatrième

[453] Roland Gauron. Marion Joseph. Constance Jamet. Julien Licourt. Edouard de Mareschal. En direct : Manuel Valls nommé le premier-ministre par François Hollande // elections.lefigaro.fr. URL : http://elections.lefigaro.fr/municipales-2014/2014/03/30/01052-20140330LIVWWW00005-en-direct-suivez-les-resultats-du-second-tour-des-elections-municipales-2014.php

[454] Election municipal de 2014 à Bordeaux // Wikipédia. URL: http://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89lection_municipale_de_2014_%C3%A0_Bordeaux

mandat à Bordeaux, était donné largement vainqueur (60.95%) dès le premier tour des municipales, laissant loin derrière, son adversaire socialiste Vincent Feltesse (22.58 %)».[455]



Ainsi, nous avons brièvement mentionné les candidats aux postes de maire à Bordeaux en 2014 et à Moscou en 2013 et de quelle manière en général, les élections municipales ont été organisées dans les deux villes. Dans les deux sections suivantes A.et B. nous allons examiner quels programmes ont été proposés par les candidats indiqués ci-dessus dans la ville française et la capitale russe et sur quoi ou qui dans leurs programmes et déclarations, ces candidats ont mis l'accent principal.

A. Le programme électoral des principaux candidats à la mairie de Bordeaux

Peu importe si la campagne de Vincent Feltesse n'a pas été forte et bien; il était bien conscient malgré le fait qu'il appartienne au parti au pouvoir et que pendant la dernière campagne présidentielle il dirigeait la campagne numérique de François Hollande, qu'il lui serait très difficile de gagner cette course municipale dans cette ville de quelques 225 000 habitants «où la droite n'a pas été battue « depuis 66 ans », lors des scrutins municipaux».[456]

[455] Jean-Pierre Muller. Municipales 2014 – Bordeaux. Juppé dans un fauteuil //LePoint.fr. URL : http://www.lepoint.fr/municipales-2014/municipales-2014-bordeaux-juppe-dans-un-fauteuil-13-02-2014-1791509_1966.php

[456] Municipales à Bordeaux : l'adversaire d'Alain Juppé, Vincent Feltesse se donne perdant // RTL.fr. URL : http://www.rtl.fr/actu/politique/municipales-a-bordeaux-l-adversaire-d-alain-juppe-vincent-feltesse-se-donne-perdant-7770081579

Pourtant, ce jeune homme politique ambitieux de 46 ans à l'époque, arrivé à Bordeaux en 1994 en tant que conseiller de Philippe Madrelle (PS), élu comme président du Conseil général, ancien maire de Blanquefort (Gironde) et enfin président de la CUB depuis 2007, espérait pour le moins mener Alain Juppé à un second tour. «Il n'y en a jamais eu depuis 1947»[457], a-t-il rappelé. En plus il a cru que son équipe était susceptible de miser sur une campagne de terrain et de porte-à-porte active pour «faire basculer des électeurs qui ont voté François Hollande à l'élection présidentielle, à gauche aux élections régionales et cantonales, mais qui restent fidèles à Alain Juppé quand il s'agit de choisir leur maire».[458]A propos de cela il a raisonné de la manière suivante : « Bordeaux a un corps électoral assez réduit de 139 000 inscrits. On considère qu'il y en a 60% qui votent aux municipales. Pour qu'Alain Juppé soit en ballottage, il faut que 4 000 électeurs changent d'avis, pour qu'il soit battu, 7 000».[459]

Alors, Vincent Feltesse a lancé sa candidature très tôt, le 5 juin 2013. Et alors il a essayé de faire croire qu'Alain Juppé était en fin de jeu dans la cité de Montesquieu. «Il n'a pas de programme pour construire le Bordeaux de demain»[460], a estimé Vincent Feltesse, qui s'est présenté «comme le symbole d'une nouvelle classe politique».[461] Il a promis un nouveau Bordeaux, «plus dynamique, plus ouvert, plus solidaire».[462] Mais ce slogan était incapable d'atteindre les esprits des Bordelais habitués à dire et à penser qu'au cours des 10 dernières années, Bordeaux s'est beaucoup transformé. «On dit tellement que tout va bien à Bordeaux, ville rénovée à la faible délinquance, louée dans tous les guides touristiques…Les gens parlent du stationnement, de la propreté. Il y a des failles malgré tout, mais les gens, y compris ceux qui souffrent, n'ont pas cette représentation»[463], a dit pendant son discours le président de la CUB, considérant qu'il y a dans cette ville «où le logement social manque et les prix des logements flambent, un décalage entre la perception des gens et la réalité».[464]

---

[457] Michel Feltan-Palass. Jean-Jacques Allevi. Municipales à Bordeaux : le jeu dangereux de Feltesse // L'Express.fr. URL : http://www.lexpress.fr/region/bordeaux-le-jeu-dangereux-de-feltesse_1323193.html

[458] Stéphanie Lacaze. Feltesse prêt à en découdre avec Juppé // Libération.fr. URL : http://www.liberation.fr/politiques/2013/05/28/feltesse-pret-a-en-decoudre-avec-juppe_906431

[459] Stéphanie Lacaze. Feltesse prêt à en découdre avec Juppé // Libération.fr. URL : http://www.liberation.fr/politiques/2013/05/28/feltesse-pret-a-en-decoudre-avec-juppe_906431

[460] Nicolas César. Bordeaux : face à Juppé, la mission impossible de Vincent Feltesse ? // Metronews.fr. URL : http://www.metronews.fr/municipales-2014/bordeaux-face-a-juppe-la-mission-impossible-de-vincent-feltesse/mnbm!OQm5xPvraPSU/

[461] Nicolas César. Bordeaux : face à Juppé, la mission impossible de Vincent Feltesse ? // Metronews.fr. URL : http://www.metronews.fr/municipales-2014/bordeaux-face-a-juppe-la-mission-impossible-de-vincent-feltesse/mnbm!OQm5xPvraPSU/

[462]Nicolas César. Bordeaux : face à Juppé, la mission impossible de Vincent Feltesse ? // Metronews.fr. URL : http://www.metronews.fr/municipales-2014/bordeaux-face-a-juppe-la-mission-impossible-de-vincent-feltesse/mnbm!OQm5xPvraPSU/

[463] Municipales à Bordeaux : l'adversaire d 'Alain Juppé, Vincent Feltesse se donne perdant // RTL.fr. URL : http://www.rtl.fr/actu/politique/municipales-a-bordeaux-l-adversaire-d-alain-juppe-vincent-feltesse-se-donne-perdant-7770081579

[464] Municipales à Bordeaux : l'adversaire d 'Alain Juppé, Vincent Feltesse se donne perdant // RTL.fr. URL : http://www.rtl.fr/actu/politique/municipales-a-bordeaux-l-adversaire-d-alain-juppe-vincent-feltesse-se-donne-perdant-7770081579

Deux semaines après l'annonce de sa candidature, M. Feltesse a présenté chacune des «23 personnes qui allaient composer le collectif de la victoire».[465] A la tête du «conseil politique» il a réussi à avoir Michèle Delaunay, ministre déléguée aux personnes âgées avec Sandrine Doucet, députée bordelaise. A propos d'une ministre qui a joué un rôle particulier dans sa campagne, le candidat a dit : «C'est une personne qui est au courant un peu avant tout le monde de ce que j'ai en tête et avec qui j'échange beaucoup».[466] C'est même la ministre qui l'a poussé à s'engager dans la course : «La réflexion d'aller sur Bordeaux a commencé en 2009 et Michèle a été la première à me dire de me présenter aux municipales».[467]

Sinon toute la campagne de Vincent Feltesse a été dirigée par Emmanuelle Fourneyron, installée à Bordeaux depuis 2009 où elle dirige une importante fédération des mutuelles de santé. «Militante au Parti Socialiste et dans une association de promotion des droits et de la citoyenneté, elle avait une mission générale d'animation des équipes investies sur le terrain».[468]

Une des questions les plus importantes pour la ville de Bordeaux reste celle de la construction de nouveaux logements sociaux. Vincent Feltesse l'a mis au centre de sa campagne municipale. En effet, avec 22000 logements sociaux enregistrés en 2012 à Bordeaux, la ville dépasse de peu la barre des 16 %. Et, «de 2001 à 2012, cette proportion a augmenté d'à peine 2 %. Bordeaux est donc loin des 20% obligatoires d'ici à 2020 (et 25% d'ici à 2025) imposés par la loi SRU (Solidarité et renouvellement urbains[469])».[470]

Alors Vincent Feltesse a envisagé de «rendre plus transparentes les procédures d'attribution des logements sociaux (guichet unique et fichier unique de demande de tous les bailleurs)».[471]En outre, il a rappelé que «75% des logements construits ces dix dernières années,

[465] Bordeaux : Juppé et Feltesse présentent leurs équipes pour la campagne municipale // L'Express.fr. URL : http://www.lexpress.fr/actualites/1/politique/bordeaux-juppe-et-feltesse-presentent-leurs-equipes-pour-la-campagne-municipale_1259447.html

[466] Ivan Valério. Michèle Delaunay dans l'équipe de campagne de Vincent Feltesse à Bordeaux pour les municipales // le Lab politique. Europe 1. URL : http://lelab.europe1.fr/michele-delaunay-dans-l-equipe-de-campagne-de-vincent-feltesse-9537

[467] Ivan Valério. Michèle Delaunay dans l'équipe de campagne de Vincent Feltesse à Bordeaux pour les municipales // le Lab politique. Europe 1. URL : http://lelab.europe1.fr/michele-delaunay-dans-l-equipe-de-campagne-de-vincent-feltesse-9537

[468] Benoît Lasserre. Municipales à Bordeaux : une femme dirigera la campagne de Vincent Feltesse // SudOuest.fr. URL : http://www.sudouest.fr/2013/09/02/municipales-a-bordeaux-une-femme-dirigera-la-campagne-de-vincent-feltesse-1156703-660.php

[469] Le quota de 20% de logements sociaux exigés par la loi «Solidarité et renouvellement urbain» votée le 13 décembre 2000 sous le gouvernement Jospin

[470] Mickaël Bosredon. Les propositions des candidats pour relancer le logement social à Bordeaux // 20minutes.fr. URL : http://www.20minutes.fr/elections/1293894-20140209-20140209-propositions-candidats-relancer-logement-social-a-bordeaux

[471] Mickaël Bosredon. Les propositions des candidats pour relancer le logement social à Bordeaux // 20minutes.fr. URL : http://www.20minutes.fr/elections/1293894-20140209-20140209-propositions-candidats-relancer-logement-social-a-bordeaux

l'ont été à destination des investisseurs privés».[472] Matthieu Rouveyre, chef de l'opposition PS au conseil municipal, et porte-parole du candidat socialiste, a déclaré que «Bordeaux doit se donner pour objectif 30% de logements sociaux d'ici à 2030».[473]

Toutefois, Elizabeth Touton, adjointe au Logement d'Alain Juppé a assuré à l'égard de cette question que «les choses s'accélèrent depuis 2011, grâce notamment à l'opération immobilière Ginko[474]».[475] Elle a misé aussi, évidemment, sur «le lancement d'importants programmes d'aménagement urbain, comme les Bassins à Flot, Euratlantique, Brazza et Bastide-Niel. Nous allons construire 3000 logements par an ces prochaines années, dont 35 % de logements sociaux»[476] a-t-elle annoncé.

Jacques Colombier, tête de liste Front National, a fait de cette question un objectif essentiel : donner une priorité d'attribution des logements sociaux aux Français. Il a estimé qu'il faut «s'attaquer en priorité à la rénovation des milliers de logements en mauvais état, et souvent inoccupés, à Bordeaux».[477] Pour cela le candidat du Front National proposait de créer une charte entre la municipalité et les propriétaires, afin d'encourager ces derniers à faire des travaux, en échange de quoi ils proposeraient leurs logements à bas prix.

A part la création de nouveaux logement sociaux Vincent Feltesse a eu 3 grands thèmes dans sa campagne : 1) Un Bordeaux pour tous 2) Bordeaux, nouvelle métropole des quartiers 3) Bordeaux lab, de la ville-patrimoine à la ville créative.

Le slogan de sa campagne est devenu «Un grand Bordeaux pour changer d'ère».

Le 20 janvier 2014 il a présenté son programme lors d'une conférence de presse au Garage Moderne, quartier Bacalan, à Bordeaux. Le président de la CUB a détaillé certaines des 80 mesures qu'il comptait prendre s'il était élu maire de la ville.

Parmi les projets avancés par le candidat socialiste on pouvait distinguer les suivants :

1) créer, comme à Toulouse, un Office de la Tranquilité Publique (un numéro de téléphone unique qui pourrait être joignable 24h /24 pour les problèmes d'incivilité ou de propreté) ;

---

[472] Mickaël Bosredon. Les propositions des candidats pour relancer le logement social à Bordeaux // 20minutes.fr. URL : http://www.20minutes.fr/elections/1293894-20140209-20140209-propositions-candidats-relancer-logement-social-a-bordeaux

[473] Mickaël Bosredon. Les propositions des candidats pour relancer le logement social à Bordeaux // 20minutes.fr. URL : http://www.20minutes.fr/elections/1293894-20140209-20140209-propositions-candidats-relancer-logement-social-a-bordeaux

[474] Le nouvel eco-quartier Ginko de Bordeaux Lac

[475] Mickaël Bosredon. Les propositions des candidats pour relancer le logement social à Bordeaux // 20minutes.fr. URL : http://www.20minutes.fr/elections/1293894-20140209-20140209-propositions-candidats-relancer-logement-social-a-bordeaux

[476] Mickaël Bosredon. Les propositions des candidats pour relancer le logement social à Bordeaux // 20minutes.fr. URL : http://www.20minutes.fr/elections/1293894-20140209-20140209-propositions-candidats-relancer-logement-social-a-bordeaux

[477] Mickaël Bosredon. Les propositions des candidats pour relancer le logement social à Bordeaux // 20minutes.fr. URL : http://www.20minutes.fr/elections/1293894-20140209-20140209-propositions-candidats-relancer-logement-social-a-bordeaux

2) créer une pépinière d'entreprises consacrée au numérique sur le site de l'ancien siège social d'Aquitains comme un outil en matière d'incubation de projets, de démarrage d'entreprises et de création d'emplois ;

3) aux Aubiers, ouvrir une maison de la Mobilité à l'emplacement de l'ancien magasin Virgin place Gambetta pour y avoir le délégataire de Tbc, Kéolis ou demain Véolia, le siège du système Bluecub, et de toutes les associations impliquées dans la mobilité (Citiz, vélocité etc.), ou bien faire de la Base sous-marine un lieu phare de la culture bordelaise ;

4) créer la «Villa Montaigne», espace de réflexion pour diffuser les idées de tolérance et d'humanisme.

Vincent Feltesse a proposé aussi de faire du quartier de la Victoire le Nouveau Quartier Latin comportant «l'université Bordeaux II, un lycée, l'Institut de journalisme de Bordeaux Aquitaine, le théâtre National Bordeaux Aquitaine, la Rock School Barbey et l'école des Beaux-arts. Il y aurait eu une médiathèque, ouverte 24 heures sur 24, près de la place de la Victoire, sur le site de la faculté dentaire».[478]

En ce qui concerne l'Opéra, Vincent Feltesse s'inspirait du rapprochement de Nantes et d'Angers pour proposer des coopérations avec l'Opéra de Toulouse et avec le ballet de Biarritz. Sur le foncier, il a proposé de contribuer à résoudre la flambée des prix par l'instauration d'un Etablissement Public Foncier.

En tout, Vincent Feltesse a eu 12 grands engagements pour Bordeaux, qui ont tous été présentés sur le site spécialement fait pour la campagne municipale et dont il a parlé plus précisément au cours de ses rencontres personnelles avec les Bordelais, soutenu par des personnes de sa liste.

Les 12 engagements de Vincent Feltesse étaient les suivants :

- Rapprocher les services de La Cub et ceux de la ville
- Réconcilier Bordeaux avec ses boulevards
- Lutter contre la ville chère
- Impulser une démocratie de quartier en permettant aux habitants de décider
- Relancer l'économie bordelaise
- Créer un nouveau « Quartier latin » étudiant
- Finir de mailler la ville grâce aux transports en commun
- Oxygéner la ville
- Démocratiser la culture

[478] Elsa Provenzano. Le candidat socialiste à la mairie de Bordeaux dévoile ses idées // 20minutes.fr. URL : http://www.20minutes.fr/elections/1276443-20140120-20140120-vincent-feltesse-livre-idees-bordeaux

- Adapter le rythme de l'école aux rythmes de l'enfant
- Anticiper la révolution de l'âge
- Faire de Bordeaux une ville ouverte

À son tour, Alain Juppé, maire sortant, a également eu ses grands projets de la transformation de Bordeaux et de la vie des Bordelais lors de sa campagne divisés en trois grandes sections :

«Ville de tous et de chacun»,

«Bordeaux – ville d'avenir»,

«Bordeaux – haute qualité de vie».

A l'intérieur de ces projets il y avait des propositions concrètes :

VILLE DE TOUS ET DE CHACUN

- Favoriser l'épanouissement des familles sans cesse plus nombreuses
- Accompagner les seniors dans une population qui comme partout en France vieillit
- Respecter la diversité
- Veiller sur les personnes handicapées
- Lutter contre la précarité et la pauvreté

BORDEAUX VILLE D'AVENIR

- Mieux loger les Bordelais
- Faciliter les déplacements
- Créer des emplois

BORDEAUX HAUTE QUALITÉ DE VIE

- La culture au quotidien
- Le sport à tout âge
- Le contrat social de santé
- La nature en ville
- La vie de quartier ou la démocratie au quotidien

Autant que nous pouvons le voir, les idées d'Alain Juppé n'étaient pas si innovantes, il promettait d'apporter juste quelques modifications dans la vie réglée des Bordelais, contrairement aux idées de Vincent Feltesse qui voulait faire «d'une ville du patrimoine une ville de création».[479]C'était aussi bien démontré dans une phrase du candidat socialiste qu'il a

[479] Municipales : Vincent Feltesse veut «un grand Bordeaux pour changer d'ère // francebleu.fr. URL : https://www.francebleu.fr/infos/politique/municipales-vincent-feltesse-veut-un-grand-bordeaux-pour-changer-d-ere-1390227121

prononcée à l'égard de son adversaire principal qui d'ailleurs ne l'a pas appréciée : «Lui a un CV, moi j'ai un avenir».[480]

Alain Juppé a lancé sa campagne le 13 décembre 2013 avec un double objectif : «vaincre dès le 1er tour et faire basculer la communauté urbaine de Bordeaux détenue par le PS».[481] «Nous avons été très présents partout depuis le mois de septembre, j'ai tenu une centaine de réunions de proximité, fait des têtes à tête dans la rue, des cafés politiques ont été organisés, nous avons été présents sur les réseaux sociaux, nous sommes maintenant fin prêts pour la campagne proprement dite, auparavant c'était une pré-campagne»[482], a déclaré Alain Juppé à des journalistes. «La campagne est lancée»[483], a-t-il scandé sous la pluie, ajoutant «inauguration pluvieuse, campagne victorieuse».[484]

En tant que candidat Alain Juppé a été bien aidé par ses «comités de soutien», composés de 16 personnes : huit adjoints de quartier, appuyés chacun par un membre de la société civile. Le slogan de la campagne du maire sortant est devenu «2014-2020 Bordeaux avec Juppé, un temps d'avance» qui a été affiché sur le fond bleu foncé du site officiel. Alain Juppé a eu beaucoup de rencontres personnelles lors de sa campagne dont il y avait des notifications sur son site officiel et les profils sur les réseaux sociaux. A ces rencontres publiques plusieurs centaines de partisans venaient le soutenir et l'écouter.

Pendant la dernière campagne électorale Alain Juppé et Vincent Feltesse ont eu peu l'occasion de s'affronter directement en face-à-face mais s'il y a eu une telle occasion, ils en ont profité comme, par exemple dans le cadre des Rencontres IEP/Sud-Ouest organisées à Sciences Po Bordeaux le 23 janvier 2014, à soixante jours du premier tour, le 23 mars 2014. C'était le premier grand débat télévisé (sur TV7 en partenariat avec Sud-Ouest) entre les deux hommes politiques. Lors de cet affrontement chacun des candidats revendiquait la modernité pour Bordeaux et accusait l'autre d'être en retard sur son temps bien qu'aucun d'eux ne se soit départi du calme et du respect qu'ils se témoignaient. Il n'y avait pas de surprise sur les sujets abordés : bilan culturel, fiscalité, économie et politique sportive. A l'issue de ces débats on peut constater que les échanges ont été relativement équilibrés, même si Alain Juppé a légèrement dominé.

[480] Michel Feltan-Palass. Jean-Jacques Allevi. Municipales à Bordeaux : le jeu dangereux de Feltesse // L'Express.fr. URL : http://www.lexpress.fr/region/bordeaux-le-jeu-dangereux-de-feltesse_1323193.html
[481] Municipales : Juppé, confiant, lance sa campagne à Bordeaux // Libération.fr. URL : http://www.liberation.fr/politiques/2013/12/13/municipales-juppe-confiant-lance-sa-campagne-a-bordeaux_966441
[482] Municipales : Juppé, confiant, lance sa campagne à Bordeaux // Libération.fr. URL : http://www.liberation.fr/politiques/2013/12/13/municipales-juppe-confiant-lance-sa-campagne-a-bordeaux_966441
[483] Municipales : Juppé, confiant, lance sa campagne à Bordeaux // Libération.fr. URL : http://www.liberation.fr/politiques/2013/12/13/municipales-juppe-confiant-lance-sa-campagne-a-bordeaux_966441
[484] Municipales : Juppé, confiant, lance sa campagne à Bordeaux // Libération.fr. URL : http://www.liberation.fr/politiques/2013/12/13/municipales-juppe-confiant-lance-sa-campagne-a-bordeaux_966441

Il y avait encore un candidat Jacques Colombier, représentant du Front National à la mairie de Bordeaux en 2014, dont les idées convergeaient et divergeaient dans quelques aspects avec les idées de ses adversaires. Alors, ses principales propositions étaient les suivantes s'il était élu maire de Bordeaux : l'implantation de nouvelles entreprises afin de créer de nouveaux emplois et lutter contre un chômage qui explose, la réduction d'impôts et de taxes (car à Bordeaux «les impôts locaux sont supérieurs de 36,91% par rapport à des villes similaires»[485]) du fait d'économies réelles et réalisables ainsi qu'une politique en faveur des familles et des personnes âgées. Sinon Jacques Colombier pendant sa campagne municipale a résolument été contre la construction d'une grande mosquée de 3500 places et d'un centre islamique sur plusieurs hectares avec école coranique, amphithéâtre, bibliothèque, commerces etc. C'est un grand projet depuis des années, soutenu par Alain Juppé et Vincent Feltesse qui sont prêts à le financer avec 22 millions d'euros. «Il s'agit d'une véritable islamisation de Bordeaux que les deux candidats UMPS appellent de leurs vœux, main dans la main, et babouche contre babouche. Ils veulent de plus remettre ce projet dans les mains d'une association islamique radicale affiliée aux Frères Musulmans ! Je fus le seul élu à m'y opposer et je reçois le soutien de plus en plus de bordelais»[486] - a déclaré la tête de liste du Front National à Bordeaux.

Alors, tous ces meetings, réunions publiques, permanences, distributions de tracts, publication de documents de campagne, «phonings» et porte-à-porte pendant la campagne municipale ont couté beaucoup d'argent pour chaque camp politique. Ainsi, l'équipe d'Alain Juppé a dépensé un peu plus de 200 000 euros tandis que l'équipe de Vincent Feltesse environ 210 000 euros et celle de Jacques Colombiers 75 000 euros. Selon la règle générale, «les candidats ont droit, pour leur campagne, à un certain nombre de dépenses, établi selon le nombre d'habitants et fixé, pour Bordeaux, à 239 000 euros».[487]

Dans le sous-chapitre suivant, nous allons examiner des propositions qui ont été faites pour améliorer la ville de Moscou et la vie des Moscovites par les candidats à la veille des élections municipales en septembre 2013. Nous allons également étudier quels points forts ont eu les candidats russes dans leurs campagnes.

[485] Entretien avec Jacques Colombiers (FN) : «Nous représenterons à la mairie de Bordeaux tous les oubliés et laissés pour compte» // InfosBordeaux.fr. URL : http://www.infos-bordeaux.fr/2013/actualites/entretien-avec-jacques-colombier-fn-nous-representerons-a-la-mairie-de-bordeaux-tous-les-oublies-et-laisses-pour-compte-5276

[486] Entretien avec Jacques Colombiers (FN) : «Nous représenterons à la mairie de Bordeaux tous les oubliés et laissés pour compte» // InfosBordeaux.fr. URL : http://www.infos-bordeaux.fr/2013/actualites/entretien-avec-jacques-colombier-fn-nous-representerons-a-la-mairie-de-bordeaux-tous-les-oublies-et-laisses-pour-compte-5276

[487] Julien Rousset. Municipales à Bordeaux : combien a coûté la campagne des candidats // SudOuest.fr. URL : http://www.sudouest.fr/2014/03/27/le-prix-de-la-conqueteils-ne-seront-pas-rembourses-1505636-2780.php

B. Le programme électoral des principaux candidats à la mairie de Moscou

Une attention particulière devrait être accordée à la campagne électorale des candidats à la mairie de Moscou, surtout que c'étaient les premières élections municipales après 18 ans de gouvernement de l'ancien maire Youri Loujkov qui n'a pas été choisi par le peuple russe mais a été désigné par l'ancien président Boris Eltsin. Le maire par intérim de Moscou Sergueï Sobianine, dans son discours électoral a déclaré : «A Moscou, il y a beaucoup de maladies chroniques qui ne peuvent pas être guéries tout simplement par le pain d'épice et des bonbons. Nous devons maintenant et devrons dans l'avenir prendre des décisions impopulaires, mais adéquates et nécessaires pour la vie de la ville».[488]

Le programme électoral de Sergueï Sobianine représentait un document cohérent, dont une partie comprenait le rapport sur le travail exécuté et l'information sur les projets et les solutions actuellement mises en œuvre. Le programme «Sept priorités» s'est composé de sept sections : «La ville mobile », « La ville confortable», «La ville cultivée», «La ville saine», « La ville gentille», «La ville sûre», «Moscou ouverte» (section consacrée à la transparence des autorités municipales et leur accessibilité à la population urbaine). L'attention principale dans le programme est accordée à la solution des problèmes de transport dans la ville. L'auteur du programme considérait cette question comme prioritaire. En particulier, dans le cadre de ce programme Sergueï Sobianine promettait de «construire 160 km de nouvelles lignes et d'ouvrir 79 nouvelles stations de métro».[489]

En outre, ainsi que son principal rival Alekseï Navalny, le maire sortant a porté une grande attention et continue le faire déjà en tant que maire actuel à la politique de migration. Le programme électoral de Sergueï Sobianine a défini Moscou comme la région ouverte «pour ceux qui viennent dans la ville pour étudier et travailler honnêtement. Nous sommes toujours heureux d'accueillir des touristes et des hommes d'affaires ainsi que nos amis d'autres pays et régions».[490] Par ailleurs, le document de programme indiquait que le maire sortant et son équipe sont des adversaires de l'immigration clandestine, qui crée des tensions dans la société, entraîne une augmentation de la criminalité et constitue une menace pour la sécurité des Moscovites.

Sur la plateforme électorale de Sergueï Sobianine, dans la section «La ville sûre : politique migratoire efficace», des moyens de la lutte contre l'immigration clandestine dans la capitale ont été proposés :

[488] Sergueï Sobianine a publié son programme électoral // Le site officiel de l'organisation publique de Russie «La Jeune Garde de la Russie Unie». URL : http://mger2020.ru/nextday/2013/06/25/53402
[489] Sergueï Sobianine a publié son programme électoral // Le site officiel de l'organisation publique de Russie «La Jeune Garde de la Russie Unie». URL : http://mger2020.ru/nextday/2013/06/25/53402
[490] Sergueï Sobianine a publié son programme électoral // Le site officiel de l'organisation publique de Russie «La Jeune Garde de la Russie Unie». URL : http://mger2020.ru/nextday/2013/06/25/53402

- «L'interdiction d'entrée à Moscou et en Russie aux migrants sans passeport et visa régulier»
- «L'expulsion et l'interdiction à long terme sur l'entrée en Russie aux immigrants qui ont violé les règles de séjour»
- «La réduction d'utilisation de la main-d'œuvre non qualifiée dans la gestion urbaine, y compris dans les services publics»
- «La fermeture et l'interdiction de la reprise du travail des marchés illégaux et d'autres points d'attraction des migrants clandestins»
- «Le respect par les migrants des traditions et coutumes du comportement quotidien, prises dans la société russe»

L'opposant Alekseï Navalny dans son discours électoral a été plus radical au sujet de la question de la migration et citait les chiffres suivants : « Moscou est classé deuxième ville dans le monde selon le nombre de migrants illégaux. 50% des crimes sont commis dans la capitale par les habitants des autres villes, dont 20% sont des immigrants illégaux. En outre, les fonctionnaires gagnent de 20 à 160 milliards de roubles par an sur le marché des sans-papiers».[491] L'une des principales propositions de son programme sur la politique migratoire était : «Le dépôt des propositions aux autorités fédérales sur la restriction de l'immigration et l'introduction d'un régime de visas avec les pays d'Asie Centrale».[492]

On peut dire que pendant toute sa campagne électorale Alekseï Navalny, malgré le dossier ouvert à son sujet par la Cour, est resté radical et déterminé. Les priorités principales dans le programme électoral de l'homme politique incluaient la lutte contre la corruption, ainsi que la croissance de la transparence des activités des fonctionnaires. En particulier, il se proposait de faire un système des marchés publics plus transparent et concurrentiel, et d'interdire aux fonctionnaires d'acheter des voitures qui coûtent plus cher qu'un million et demi de roubles (27000 euros). Sur l'argent économisé M. Navalny a eu l'intention de créer une aide sociale ciblée. Il voulait organiser également des référendums au niveau local, introduire l'électivité des juges de paix, créer une police municipale qui serait obligée de rendre des comptes aux résidents, de redistribuer les impôts au profit des municipalités.

Le chef du parti «La Pomme» Sergueï Mitrokhin a promis d'élargir les pouvoirs de la Douma de Moscou. Selon lui, les députés devraient surveiller le travail du gouvernement, approuver les programmes locaux et toutes les candidatures des ministres urbains. Le chef de «La Pomme» jugeait utile d'«abolir des municipalités, promettait aux députés municipaux

[491] Le programme d'Alekseï Navalny, candidat à la mairie de Moscou, 2013 // URL : http://navalny.ru/platform/Navalny_Program.pdf
[492] Le programme d'Alekseï Navalny, candidat à la mairie de Moscou, 2013 // URL : http://navalny.ru/platform/Navalny_Program.pdf

d'avoir un certain nombre d'adjoints publics enregistrés et la possibilité de former un groupe pour l'adoption d'initiatives législatives».[493] Un autre projet de ce député était le renforcement du bureau d'audiences publiques qui seraient obligatoires pour chaque projet.

Le candidat du Parti libéral-démocrate de la Russie Mikhail Degtyarev proposait dans son programme électoral d'obliger législativement les employés municipaux d'utiliser les transports en commun, pour aller au travail et en revenir. Les voitures de fonction n'auraient été potentiellement permises que pendant les heures de travail tout en fixant un taux de consommation de carburant. Le candidat à la mairie a également proposé de contrôler le travail des autorités de la ville par un comité de contrôle public. Le bureau aurait dû travailler comme un modèle léger du Conseil municipal : ses membres auraient été choisis selon le critère territorial.

Le candidat du parti «Russie Juste» Nikolay Levichev dans sa campagne accordait plus d'attention à la préservation de l'image historique de Moscou. À cet égard, il citait quelques statistiques : «De 2010 à 2013 les points de repère suivants ont été irrémédiablement perdus : maison de campagne de Muromtsev, propriété d'Alexeyevi, maison de rapport sur la Grande Yakimanka, propriété de ville de Glebovi-Streshnevi-Shakhovskye, Rotonde, palais de la culture «Octobre», casernes à la station Lefortovo, etc».[494] Quant à d'autres sujets, le chef du parti «La Russie juste» proposait donc de lutter contre la criminalité urbaine grâce aux ressources existantes. Par exemple, grâce aux îlotiers dont il prévoyait d'augmenter le statut. Conformément au programme du candidat les policiers de district auraient dû accorder plus d'attention au travail social avec «les groupes à risque» et rendre compte aux députés municipaux. Nicolay Levichev fondait ses espoirs également sur le travail des détachements des cosaques.

Le candidat à la mairie de Moscou du Parti communiste Ivan Melnikov a présenté le programme «Le pouvoir raisonnable pour la ville préférée». Le communiste a décrit son programme comme «une compilation de toutes les douleurs» des Moscovites. La place principale dans son programme a été accordée à la politique sociale. Il supposait que le futur gouvernement de Moscou augmenterait la taille du panier de consommation, en tenant compte des besoins réels des Moscovites. Ceci dit, tous les paiements et allocations auraient dû être calculés de nouveau. En outre, «le prix pour la nourriture et la médecine serait vérifié à Moscou. Les monopolistes et les chaînes des intermédiaires ne seraient pas en mesure de dicter leurs conditions, de gonfler la valeur de leurs biens pour des raisons de profits excessifs. Le secteur

[493] Le programme de Sergueï Mitrokhin pour les élections municipales de Moscou // le site officiel du parti «Pomme». URL : http://www.yabloko.ru/programm2013

[494] Nicolay Levichev a présente son programme électoral «La ville de la justice» // le site officiel du parti «La Russie juste». URL : http://www.spravedlivo.ru/5_49854.html

du commerce public et les conditions pour ce commerce seraient créés par les producteurs eux-mêmes»[495] - a déclaré dans son discours électoral Ivan Melnikov. En outre, «la pension minimum serait égale au minimum vital moscovite»[496], ce qui est d'environ 18 mille roubles (330 euros) selon les calculs du Parti communiste.

4.1 L'image de réseau d'un leader politique

L'une des ressources les plus importantes d'un homme politique moderne est son image positive aux yeux des citoyens. Selon T.E.Grinberg dans son œuvre «Les technologies politiques»: « L'image du candidat est l'image du candidat spécialement formée au cours de la campagne, représentant un ensemble des qualités préférées politiques, philosophiques, biographiques et externes d'un leader, définies à la base de la recherche électorale incarnée dans les formes textuelle, visuelle et événementielle dans les supports de communication».[497] Dans la personnalité d'un homme politique, ainsi que dans son image, il est nécessaire de distinguer certains traits. Suivant la conception du psychologue américain Charles Osgood, nous distinguons trois dimensions : l'attractivité, la force et l'activité. Les indicateurs d'attractivité sont interprétés de la manière suivante : l'apparence (vêtements, comportement) et les caractéristiques physiques (santé-maladie, complexion, embonpoint - maigreur, mauvaises habitudes, âge, tempérament, attirance physique); les caractéristiques psychologiques (caractère, caractéristiques particulières, façon de parler) et l'évaluation morale; les qualités politiques, professionnelles et d'affaires (expérience, opinions, qualités de leadership, acquis dans l'activité politique, compétence).[498] Par ailleurs, un autre aspect doit être examiné lors de l'analyse de l'image politique, c'est les particularités des communications politiques.

À l'heure actuelle, indépendamment du fait que les médias sont presque devenus le «quatrième pouvoir», on ne peut pas nier leur énorme influence sur la conscience collective et élitaire et leurs grandes possibilités sur l'interprétation et l'accentuation des aspects individuels de l'objet de la perception.

En même temps, il convient de noter que l'image présentée dans les médias ne correspond pas toujours à celle formée dans l'esprit des citoyens. La particularité de l'espace de

[495] Le programme électoral d'Ivan Melnikov, candidat à la maire de Moscou du parti communiste // Le site officiel du parti communiste de la Fédération de Russie. URL : http://kprf.ru/activity/elections/120961.html
[496] Le programme électoral d'Ivan Melnikov, candidat à la maire de Moscou du parti communiste // Le site officiel du parti communiste de la Fédération de Russie. URL : http://kprf.ru/activity/elections/120961.html
[497] T.E.Grinberg. Les technologies politiques. Moscou: Aspect Press, 2005. P. 28.
[498] Charles E. Osgood. La méthode et la théorie en psychologie expérimentale. Oxford, 1956

communication est déterminée par l'influence des médias sur la formation des critères pour l'évaluation des événements, des partis et des hommes politiques. Ceci est accompagné par la formation d'une sorte d'environnement virtuel de la perception politique. L'impact des médias sur le public a une sorte de caractère «constitutif». A proprement parler, «l'ordre du jour formé par des médias transforme le terrain problématique dû à l'accentuation de certains événements et faits et à l'omission volontaire d'autres, en influant ainsi sur les connaissances du public sur l'objet».[499]

Dans l'étude des images politiques, il est important de tenir compte du fait qu'en plus de facteurs liés au contexte et aux caractéristiques de l'objet de la perception, il y a aussi un aspect du problème associé au contenu et à la structure de l'image politique elle-même. Pendant les communications politiques les citoyens n'interagissent pas tellement avec l'objet politique lui-même, mais avec son image virtuelle. C'est elle qui a un impact sur la formation des idées. Par exemple, l'image d'un homme politique formée lors des communications politiques devient un objet autonome bien que virtuel, avec lequel un électeur établit par la suite ses propres relations comme avec une personne réelle.

Avec le développement de nouvelles technologies, il est devenu clair que la construction d'une stratégie bien pensée de la communication sur Internet est une partie importante de la campagne électorale d'un candidat au pouvoir. Dans les sous-chapitres suivants nous essaierons de montrer comment les candidats aux mairies de Bordeaux et de Moscou créaient d'abord et utilisaient ensuite leur image politique virtuelle dûe à leur propres connaissances et compétences, ainsi qu'aux efforts de leurs équipes professionnelles. Les élections qui se sont passées le 8 septembre 2013 à Moscou ont fait comprendre que les candidats d'opposition peuvent rivaliser avec les candidats au pouvoir. Ainsi, la propagande par le biais de nouveaux médias et la lutte pour l'électorat grâce aux nouvelles technologies, joue un rôle clé dans ce processus.

Néanmoins, l'image politique virtuelle des hommes politiques est créée non seulement par des commentaires et statuts des simples utilisateurs d'Internet laissés sur les réseaux sociaux mais aussi par la simple mention des noms de ces hommes dans les articles publiés dans les magazines en ligne qui sont désormais presque tous présentés sur les réseaux sociaux. Nous n'avons qu'à cliquer sur le bouton «suivre» et tout de suite nous pouvons être au courant des évènements en premier. Si le temps de la campagne électorale arrive, près de la moitié des informations publiées lui sont attribuées.

[499] Pishcheva T.N. Les images politiques : les problèmes d'étude et d'interprétation// URL : http://www.politstudies.ru/files/File/2011/2/5.pdf

A la suite de la campagne électorale à la veille des élections municipales à Moscou en 2013, nous avons pu voir la grande importance accordée à l'image politique en ligne. Conformément à l'analyse des publications sur les médias, réalisée par l'agence «Medialogia» sur la demande de «Gazeta.ru» le candidat à la mairie de Moscou, Alexeï Navalny, est devenu le leader absolu des médias dans la couverture de la campagne électorale. Le maire par intérim Sergueï Sobianine, selon les statistiques, a été mentionné moins souvent et de façon plus neutre que son opposant ; les journalistes n'ont presque pas remarqué les autres candidats.

L'étude a été fondée, en premier lieu, sur les mentions des noms dans les médias russes suivants : RTR, NTV, «Komsomolskaïa Pravda», «Rossiyskaïa Gazeta», «Izvestia», «Kommersant», «Vedomosti», «Moscovskiï Komsomolets», «Nézavisimaïa gazeta», «Novaïa gazeta», «Gazeta.ru», Lenta.ru, Slon.ru, The New Times, des radios «Echo de Moscou», «Service de nouvelles de Russie» et «Pluie».

À propos d'Alekseï Navalny pendant le programme électoral dans les médias ci-dessus indiqués, 325 publications[500] ont été faites. C'est trois fois plus que pour tout autre candidat, y compris Sergueï Sobianine. Parmi celles-ci dans les médias pro-gouvernementaux il y avait 43 publications négatives et 23 positives, dans les médias d'opposition et neutres 117 négatives et 142 positives. À propos de Sergueï Sobianine à cette époque «il y avait 93 publications, parmi lesquelles dans les médias pro-gouvernementaux 15 positives et 3 négatives, et dans ceux d'opposition et neutres 20 positives et 55 négatives».[501] Le nombre de publications sur les autres candidats n'était que de 10 à 20 pendant toute la campagne.

Ainsi, celui qui a réussi à se créer un nom illustre sur Internet et grâce à Internet, car il a été peu présent sur les chaînes fédérales, a obtenu alors la plus grande attention du public - des électeurs potentiels et beaucoup de remarques à son propos.

Dans le sous-chapitre suivant nous allons examiner grâce à quels réseaux sociaux les principaux candidats aux mairies de Moscou et de Bordeaux ont créé une image politique positive afin d'attirer d'avantage d'électeurs potentiels et comment leurs campagnes ont été couvertes de manière générale.

[500] 5 ans pour Alekseï Navalny. L'opposant est mis en prévention dans la salle d'audience // Vesti.ru. URL : URL : http://www.vesti.ru/doc.html?id=1107203&tid=98894

[501] L'étude du système de recherche des médias Public.ru à la veille de l'élection du maire de Moscou en 2013 // Public.ru. URL : http://www.public.ru/vybory_moscow/

4.1.1. La présence et l'activité des candidats aux mairies de Bordeaux et de Moscou sur les réseaux sociaux au moment des campagnes électorales

Pendant la campagne municipale en ligne à Bordeaux, la barre a été placée très haut, puisqu'en 2012 c'est Vincent Feltesse qui dirigeait la web-campagne de François Hollande à la présidence et il convient de noter avec quel succès, alors qu'Alain Juppé était en deuxième place d'après l'éditeur de logiciels Augure selon un baromètre sur l'influence digitale des maires des 30 villes les plus importantes de France.[502]Selon l'avis de Fabrice Berrahil, consultant en communication numérique publique et politique, qui a d'ailleurs consulté le représentant de la gauche sur sa web campagne à Bordeaux, les deux candidats ont été très forts dans leurs campagnes en ligne et ont été de vrais professionnels bien qu'on ait pu distinguer sur Internet «leur manière différente de faire la politique, concevoir la démocratie et échanger des idées car ils n'ont pas du tout les mêmes valeurs fondamentales».

En outre, M. Berrahil a remarqué que dans le travail des équipes professionnelles de chaque candidat il reste encore beaucoup de survivances des campagnes précédentes comme à la fin du XX siècle. Selon lui, elles n'ont même pas compris d'ailleurs qu'elles peuvent faire des économies sur le budget et même récolter les dons et les ressources supplémentaires dans une sphère numérique ce que nous ne faisons pas avec du papier. Ainsi, les équipes de campagne continuaient de dépenser la moitié du budget et d'imprimer davantage des tracts avec lesquels on touche toujours les mêmes gens en négligeant toutes les opportunités que permettent le numérique et Internet de façon générale. De plus, Fabrice Berrahil a partagé avec nous ses réflexions à propos du fait que le papier pose beaucoup de contraintes en terme de production, de temps, de réalisation, d'investissement et quand le papier est imprimé on ne peut plus rien modifier, c'est fini, le tract est écrit. Alors qu'un mail, qu'une base de données en mail peut être sollicitée, on peut mettre à jour le site Internet, les réseaux sociaux, ces outils en temps réel sont ajustés ce qu'on ne peut pas faire avec du papier. Selon l'opinion de Fabtice Berrahil, Alain Juppé et Vincent Feltesse étaient en mesure d'équilibrer «la distribution des tracts et leur présence en ligne».

En Russie, l'élection du maire de Moscou s'est marquée par le fait qu'elle est devenue la première campagne régionale en Russie, où les candidats se sont promus sur les réseaux sociaux grâce à la publicité directe. Donc, des bannières publicitaires ciblées à l'appui d'Alekseï Navalny ont été affichées sur le réseau social russe Odnoklassniki.

[502] Noémie Quéré. Baromètre. Les maires les plus influents sur Internet // AUGURE. URL : http://www.augure.com/fr/blog/maires-plus-influents-internet-20130930

Le choix par l'opposant notamment d'un réseau social comme plate-forme de publicité est en partie dû au fait que l'auditoire principal de M. Navalny a été concentré sur Facebook et LiveJournal ; il avait besoin de nouvelles voix.

Alekseï Navalny a aussi sa propre page sur VKontakte. Parmi ses «amis» il y a seulement trois personnes, mais le nombre d'abonnés dépasse 154 500. Sur Facebook l'activité de l'opposant se reflète sur le groupe en son nom, suivi par 57000 internautes, son microblog sur Twitter, l'un des plus populaires sur Runet comprend plus de 383 000 abonnés.

Quant au maire sortant Sergueï Sobianine, au moment de la campagne électorale, il n'a pas eu ses propres comptes sur les réseaux sociaux, qu'il aurait dirigé lui-même. Nous pouvons dire qu'il a choisi à cet égard un scénario de Vladimir Poutine au cours de sa campagne présidentielle en 2012, dans laquelle il avait une participation minimale personnelle. Donc, Alexander Gorbenko, l'adjoint au maire chargé des médias a pris la tête de la campagne d'information de Sergueï Sobianine. Plus tard, en novembre 2014, lorsque Sergueï Sobianine occupait déjà légalement le siège du maire après avoir vaincu les élections, il a créé deux comptes officiels sur Vkontakte et Twitter : sur Vkontakte sous son vrai nom, et sur Twitter sous le hashtag @MosSobyanin. Depuis sur ces réseaux sociaux sont publiées des nouvelles de la mairie et du gouvernement de Moscou, ainsi que la chronique photo des événements urbains.

Analysant des portails créés dans le cadre d'une campagne politique, on peut noter par ailleurs que les solutions proposées par l'équipe d'Alekseï Navalny ont eu l'air des projets Web 2.0 impliquant une interaction des utilisateurs (des partisans) les uns avec les autres et l'élaboration du jugement dans l'espace public des réseaux sociaux. En même temps des projets de Sergueï Sobianine ont été faits dans la technologie de Web 1.5 : le contenu a été généré pour que les utilisateurs puissent le mettre tout prêt sur les réseaux sociaux. C'est-à-dire l'équipe d'Alekseï Navalny a créé un espace pour le travail en général, alors que l'équipe de Sobianine a créé des outils pour travailler dans l'espace des réseaux sociaux et des blogs.

En outre, le candidat du Parti communiste Ivan Melnikov a été enregistré sur Facebook, Twitter et VKontakte, la quasi-totalité de ses postes sur les trois réseaux sociaux ont doublé. Il a réussi à attirer sur Vkontakte plus de 10000 abonnés. Selon Vadim Soloviev, le secrétaire du Comité central du Parti communiste sur les affaires juridiques, ils ont décidé de miser sur leurs propres sites.

L'autre candidat du parti «La Russie Juste» Nikolay Levichev a été très actif sur sa page Facebook, mais il n'était pas présent sur les autres réseaux sociaux. Pour sa propagande en ligne c'est le responsable du conseil central du parti, Ilya Sviridov qui a été nommé. En outre, spécialement pour la campagne l'équipe de Nikolay Levichev a créé une série de vidéos avec le candidat qui a été diffusée sur les réseaux sociaux. Le candidat du parti «La Pomme»

Sergueï Mitrokhin au moment de la campagne avait plus de mille abonnés sur Facebook et 41 000 des suiveurs sur Twitter. Une semaine avant leur apparition le porte-parole du parti Igor Yakovlev a annoncé que leur candidat «aurait également des bannières publicitaires sur les principaux réseaux sociaux comme Facebook, Vkontakte et Odnoklassniki appelant à aller voter pour lui».[503]

Pendant la campagne Vadim Dengin, le chef de la branche jeune du parti libéral-démocrate a déclaré : «Nous sommes présents sur presque tous les réseaux sociaux – de VKontakte à Twitter. Nous sommes même sur 4square. Notre candidat, Mikhail Degtyarev, se positionne partout, en disant où il est et ce qu'il fait à l'instant».[504] Le candidat du Parti libéral-démocrate avait 2500 suiveurs sur Twitter, près de 2000 amis sur Facebook et 273 abonnés sur VKontakte. Dans son cas, Mikhail Degtyarev a complètement abandonné l'utilisation de bannières sur les réseaux sociaux.

Quant aux candidats français, pendant la campagne municipale Alan Juppé était présent sur tous les plus grands réseaux sociaux tels que Facebook (plus de 30 000 abonnés au moment de la campagne), Twitter (plus de 90 000 suiveurs), Instagram (environ 2 000 abonnés), Youtube (environ 200 abonnés, certaines vidéos ont été vues plus d'un millier de fois) et Flickr (environ 500 photos postulées). On pouvait facilement être dirigé vers ces réseaux depuis son site officiel de la campagne.

Vincent Feltesse a été présent sur les mêmes réseaux sauf Instagram et il a remplacé Youtube par Dailymotion. Sur Facebook il a eu 6 100 abonnés, sur Twitter 12 300 suiveurs, sur Flickr il a postulé 2 300 photos et sur Dailymotion 30 vidéos avec 34 500 vues au total.

Tous les comptes officiels sur tous les réseaux sociaux d'un candidat ainsi que de l'autre, ont été décorés avec un chapeau de couleur caractéristique : bleu dans le cas d'Alain Juppé et jaune dans le cas de Vincent Feltesse.

Etant donné que le troisième candidat à la mairie de Bordeaux, Jacques Colombiers, n'a eu que 470 abonnés sur Facebook et 1500 suiveurs sur Twitter au moment de la campagne, la lutte essentielle sur les réseaux sociaux s'est déclenchée entre les deux rivaux politiques pour le siège du maire à Bordeaux : le maire sortant et le président de la Communauté urbaine de Bordeaux. De même qu'à Moscou les deux principaux adversaires aux élections municipales ont été le maire sortant Sergueï Sobianine et un des chefs de l'opposition russe Alekseï Navalny. Cependant, le premier a préféré la poursuite de ses activités en tant que maire et la participation aux émissions sur les chaînes fédérales à la présence active sur Internet et les réseaux sociaux

[503] Evgeny Krasnikov. Alexeï Navalny a transféré l'élection du maire de Moscou sur les réseaux sociaux // Rbcdaily.ru. URL : http://www.rbcdaily.ru/media/562949988431512
[504] Evgeny Krasnikov. Alexeï Navalny a transféré l'élection du maire de Moscou sur les réseaux sociaux // Rbcdaily.ru. URL : http://www.rbcdaily.ru/media/562949988431512

notamment. Or, cela n'empêchait pas Alekseï Navalny de critiquer constamment les activités de son adversaire principal et d'essayer de dévoiler ses manipulations avec de grands appartements au centre de Moscou et de Saint-Pétersbourg par le biais des réseaux sociaux. De temps-en-temps Vincent Feltesse organisait également des attaques du programme d'Alain Juppé via ses profils sur les réseaux sociaux comme par exemple lorsqu'il a écrit les tweets suivants le 5 et le 20 mars 2014 respectivement : «Les Bordelais risquent de signer un chèque en blanc à @alainjuppé»,[505] «Alain Juppé rattrape mes propositions avec 6 mois de retard, mieux vaut choisir l'original». [506]Alain Juppé reconnaissait que son adversaire «se bat et est plus agressif que celui de 2008».[507]

Ainsi les réseaux sociaux pour les candidats à Bordeaux ainsi que pour les candidats à Moscou, ont servi non seulement à garder l'attention de leur électorat permanent et à gagner un nouveau à leur cause, mais aussi pour qu'un candidat puisse discuter en ligne chaque proposition de son rival ou critiquer l'ensemble de son programme et dénoncer de grands défauts. Ensuite il aurait pu obtenir une réaction en retour de son adversaire ou des militants en ligne et s'engager dans des débats.

Nous nous pencherons dans les deux sous-chapitres suivants sur la manière dont s'est passée la concurrence en ligne entre les deux candidats principaux à la mairie de Bordeaux et de Moscou et de quelle façon ils ont essayé d'attirer plus d'électeurs potentiels sur leurs profils pour que ces derniers aient aussi envie de participer aux réunions avec les candidats. Dans le sous-chapitre 4.1.1.1, nous allons voir comment à Bordeaux les représentants de la droite et de la gauche ont construit leurs campagnes sur les réseaux et quels résultats ils ont atteint. Dans le sous-chapitre 4.1.1.2, nous allons examiner le cas des élections municipales de Moscou : de quelle manière s'est déroulée la course électorale en ligne de deux candidats principaux étant donné qu'Alekseï Navalny gagnait sur la plateforme des réseaux sociaux, en menant une politique active bien que le nombre de fausses pages de Sergeï Sobianine ase soit multiplié en l'absence de pages réelles.

[505] Le compte officiel de Vincent Feltesse sur Twitter. URL : https://twitter.com/VincentFeltesse
[506] Le compte officiel de Vincent Feltesse sur Twitter. URL: https://twitter.com/VincentFeltesse
[507] Hervé Mathurin. Municipales à Bordeaux : Alain Juppé offensif contre Vincent Feltesse // Sudouest.fr. URL : http://www.sudouest.fr/2014/01/13/municipales-a-bordeaux-alain-juppe-offensif-contre-vincent-feltesse-1427942-2780.php

4.1.1.1 Les réseaux sociaux comme plateforme de la concurrence entre Alain Juppé et Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux

Sans parler des sites électoraux créés spécialement pour la campagne municipale, la principale course électorale entre les deux principaux prétendants pour le siège de maire à Bordeaux s'est déroulée sur les deux réseaux sociaux les plus populaires - Facebook et Twitter, de nouveaux terrains de propagande et d'affrontement. En revanche, en ayant analysé les comptes des deux adversaires sur les réseaux, nous pouvons constater que Facebook servait plus à annoncer aux abonnés des évènements à venir dont ils pouvaient discuter la veille ou à leur issue. Twitter était plus utile pour attaquer son rival d'une manière courte et incisive ou pour transmettre en temps réel tout ce qui se passe lors des réunions avec des militants et des électeurs potentiels en citant brièvement les questions ou demandes pertinentes des habitants de Bordeaux et les réponses des candidats. Cependant les réseaux comme Flickr et Instagram où on ne met que des photos sont devenus des outils auxiliaires créant des annales historiques de cette campagne municipale. Grâce à eux on pouvait suivre où et comment se passaient des réunions, des rencontres et des porte-à-portes et évaluer combien de gens y étaient présents.

Selon Amar Lakel, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Bordeaux 3 : « C'est la première campagne électorale au niveau local où l'on sentait que les candidats jouaient réellement le jeu des réseaux sociaux».[508] Selon lui, les réseaux sociaux n'ont pas encore eu la capacité de chambouler l'élection municipale, mais c'était un outil scruté par Alain Juppé et Vincent Feltesse, pour tâter le pouls de l'électorat.

Pendant la dernière campagne municipale en France les réseaux ont permis en effet d'essayer des sujets en temps réel, en observant le nombre de « like » mis par les abonnés d'un candidat sous chaque nouveau sujet posté. C'est devenu «une sorte de sondage permanent des opinions que les candidats ont ensuite la possibilité d'intégrer dans leurs discours».[509] Tel sujet ayant suscité le plus d'intérêt et d'enthousiasme pourra être valorisé ultérieurement dans d'autres formes ou supports plus classiques, comme un meeting ou un tract.

Mais ceux que les réseaux sociaux mobilisent le plus, a souligné Amar Lakel, ce sont les troupes déjà constituées : « Sur Facebook ou Twitter, ce qui se joue, c'est une meilleure gestion de sa communauté, une meilleure façon pour le candidat de se synchroniser avec son

[508] Anne Chaput. Elections municipales : «liker» n'est pas voter // Rue89Bordeaux. URL : http://rue89bordeaux.com/2014/02/juppe-feltesse-municipales-reseaux-sociaux/

[509] Anne Chaput. Elections municipales : «liker» n'est pas voter // Rue89Bordeaux. URL : http://rue89bordeaux.com/2014/02/juppe-feltesse-municipales-reseaux-sociaux/

audience, de la piloter. Un candidat qui n'est plus le seul locuteur : ce qu'il dit est répété cent fois, mille fois, souvent déformé au passage, et c'est ça qu'il faut savoir orchestrer».[510]

Ludovic Martinez, directeur de cabinet d'Alain Juppé, qui intervient peu en son nom propre sur les réseaux, a rappelé qu'une élection est «une compétition» : à chaque fois qu'il a chargé son équipe de tweeter sur le projet et le bilan du maire sortant avec « des figures de langage constituées autour de ces thèmes», il a cru également qu'il n'est pas interdit, si nécessaire, de s'attaquer à un adversaire. Il a apprécié d'ailleurs de mener de temps en temps une petite «bataille», en personne.

Sur ce terrain, l'équipe de Vincent Feltesse a été censée mener une campagne «positive, de proposition et d'enthousiasme»[511], en refusant de «tomber au ras des pâquerettes», comme le faisait souvent l'équipe d'Alain Juppé à l'avis d'Emmanuelle Fourneyron, qui a déploré «des attaques assez basses, alors que la ville mérite mieux que ça».[512]

De temps en temps, pendant les campagnes électorales les réseaux transforment en effet en plateformes où on peut narguer, chicaner et agresser l'autre camp. Lors de la dernière campagne municipale à Bordeaux certains élus et militants s'en donnaient à cœur joie, s'échauffant un peu parfois : «les conseillers municipaux Fabien Robert et Alexandra Siarri, ou le secrétaire départemental de l'UMP Gironde, Nicolas Florian pour l'équipe de Juppé ; le conseiller municipal Matthieu Rouveyre, le membre du Mouvement des Jeunes Socialistes de Gironde Simon Labouyrie ou encore l'inénarrable ministre déléguée aux personnes âgées Michèle Delaunay, dans le camp de Vincent Feltesse».[513]

En outre, en prenant en compte que les deux candidats ont eu des points communs dans leurs programmes et stratégies d'utilisation des réseaux dans leurs campagnes et ont été dotés d'une intelligence remarquable, «une chose, - d'après le spécialiste de la communication digitale Amar Lakel - est sûre. Depuis trente ans, Alain Juppé a bénéficié d'un taux d'audience qui est cinquante fois supérieur à celui de Vincent Feltesse. Juppé n'est plus un nom propre, mais un nom commun entré dans l'Histoire».[514] Nous osons supposer que quelle que soit la stratégie déployée par le candidat socialiste, sur les réseaux sociaux qu'il maîtrise parfaitement ou ailleurs, il lui aurait fallu encore quelques années pour rattraper ce retard.

---

[510] Anne Chaput. Elections municipales : «liker» n'est pas voter // Rue89Bordeaux. URL : http://rue89bordeaux.com/2014/02/juppe-feltesse-municipales-reseaux-sociaux/

[511] Anne Chaput. Elections municipales : «liker» n'est pas voter // Rue89Bordeaux. URL : http://rue89bordeaux.com/2014/02/juppe-feltesse-municipales-reseaux-sociaux/

[512] Anne Chaput. Elections municipales : «liker» n'est pas voter // Rue89Bordeaux. URL : http://rue89bordeaux.com/2014/02/juppe-feltesse-municipales-reseaux-sociaux/

[513] Anne Chaput. Elections municipales : «liker» n'est pas voter // Rue89Bordeaux. URL : http://rue89bordeaux.com/2014/02/juppe-feltesse-municipales-reseaux-sociaux/

[514] Anne Chaput. Elections municipales : «liker» n'est pas voter // Rue89Bordeaux. URL : http://rue89bordeaux.com/2014/02/juppe-feltesse-municipales-reseaux-sociaux/

En le réalisant lui-même et soulignant que ça sera le dernier mandat d'Alain Juppé en cas de sa victoire, dès le départ de la campagne, Vincent Feltesse se positionnait pour les prochaines municipales à Bordeaux en 2020 : «Je me relèverai et je retournerai au combat. Je siégerai au Conseil municipal. J'y mènerai une opposition intraitable. Et en 2020, je me représenterai… Mieux valait mettre dès maintenant un pied dans la porte pour pouvoir organiser de l'intérieur une opposition efficace et préparer le terrain. J'en ai la certitude : je serai maire de Bordeaux».[515]

Dans ce sous-chapitre nous avons examiné comment les réseaux sociaux sont devenus à la fois pour les candidats Alain Juppé et Vincent Feltesse un lieu de petites batailles et de tentatives de déstabiliser le camp opposé. Dans le sous-chapitre suivant nous examinerons quel rôle exactement Facebook et Twitter jouaient pour les candidats pendant la campagne municipale et comment avec un accès instantané via les smartphones et tablettes, leurs abonnés pouvaient prendre le pouls des évènements à la veille des élections.

4.1.1.2 Le mécanisme employé par Alain Juppé et Vincent Feltesse dans la mise en œuvre de leurs campagnes sur les réseaux sociaux

Il était crucial pour Alain Juppé et Vincent Feltesse de construire leurs campagnes en ligne grâce à leurs équipes de manière à ce que tout ait l'air très clair et accessible sans complications car les deux s'y connaissaient bien en technologies modernes en tant que politiciens. Le premier a même pris la deuxième place parmi les maires selon le baromètre sur l'influence digitale et le deuxième était en tête de la campagne présidentielle en ligne de François Hollande, comme nous l'avons mentionné précédemment. Leurs comptes sur les réseaux sociaux visaient à éclairer leurs programmes électoraux et faire des suggestions pour l'amélioration de la ville ainsi qu'à répondre ultérieurement aux questions des Bordelais.

Pendant la campagne municipale à Bordeaux nous étions en train d'analyser chaque jour les comptes officiels des deux candidats sur Facebook, Twitter, Instagram et Flickr et d'y suivre les mises à jour. Il convient de noter que nous avons pu déterminer un certain mécanisme de leur application qui a bien marché pendant la course électorale.

Tout d'abord, les candidats mettaient sur leurs pages de Facebook grâce à une fonction de ce réseau «créer un évènement» des annonces sur toutes les réunions et rencontres futures

[515] Municipales à Bordeaux : l'adversaire d 'Alain Juppé, Vincent Feltesse se donne perdant//RTL.fr. URL : http://www.rtl.fr/actu/politique/municipales-a-bordeaux-l-adversaire-d-alain-juppe-vincent-feltesse-se-donne-perdant-7770081579

avec des informations précises : le lieu de l'évènement, la date, l'heure et ses buts. A ces évènements les candidats ainsi que tous les autres utilisateurs de Facebook pouvaient inviter d'emblée tous leurs abonnés. Si on clique sur une telle rencontre, on tombe sur une page particulière qui lui est consacrée et où on peut voir combien de personnes vont y participer, combien ont refusé une invitation et combien ont mis «peut-être» pour prévoir le nombre moyen de participants.

Au départ de sa campagne Vincent Feltesse a commencé à annoncer toutes les rencontres avec lui via sa page Facebook. La première rencontre que le candidat socialiste a mentionnée sur sa page a été celle de l'inauguration de la permanence de campagne suivie d'un porte-à-porte géant qui a eu lieu le 8 janvier 2014. Il était indiqué à droite sur la page de cet évènement que 755 abonnés avaient été invités dont 116 ont participé. Nous ne pouvons pas savoir exactement si cela correspond à la réalité ou pas mais nous pouvons dire quand-même qu'il y avait environ 100 à 150 participants.

La rencontre suivante dont on nous a parlé via le compte de Vincent Feltesse sur Facebook a été «Les assises des solidarités» qui a eu lieu dans l'Athénée municipal le 24 janvier 2014. Cet évènement a été consacré au taux de pauvreté à Bordeaux qui est supérieur à la plupart des grandes villes de France. Le but a été de réfléchir ensemble autour de Vincent Feltesse «aux leviers permettant d'inclure et d'accompagner ceux touchés par la précarité».[516]L'équipe de Vincent Feltesse n'a invité qu'environ 30 professionnels et experts de ces thématiques à cet évènement sur Facebook auquel 15 ont participé. Cette fois-ci les citoyens de Bordeaux et en même temps les abonnés du candidat socialiste n'ont pas été invités à cet évènement via le réseau le plus populaire mais ils pouvaient voir comment les autres annonçaient cette rencontre et y allaient en tant que partisans.

Ensuite l'équipe de Vincent Feltesse a informé ses abonnés sur la présentation de son projet «Villa Montaigne» avec Christiane Taubira à la maison du Combattant le 7 février 2014. Puis le 1 mars «Le Grand meeting métropolitain» s'est déroulé à Cenon au Rocher de Palmer. Il y avait plus de 800 invités à cet évènement via Facebook et 259 abonnés ont mis qu'ils allaient y participer. La salle a été vraiment comble et les gens qui n'ont pas pu y entrer se sont installés dans une autre salle au-dessus où il y avait une projection de vidéo de tout ce qui se passait dans la salle principale. Pendant ce meeting les gens de la liste de Vincent Feltesse ont parlé de ses avantages en tant que candidat et pour quelles raisons il fallait voter pour lui.

«Un jour pour Bordeaux» qui s'est déroulée le 16 mars 2014 dans l'Ecosystème Darwin est devenu la dernière grande rencontre à la veille des élections qui a été aussi annoncé

[516] Le compte officiel de Vincent Feltesse sur Facebook // URL : https://www.facebook.com/vincent.feltesse?fref=ts

sur Facebook. A part ces grandes rencontres l'équipe de Vincent Feltesse postulait principalement sur les porte-à-porte qui s'approchaient dans les différents quartiers de Bordeaux et ses rencontres en tant que chef de la CUB avec les autres candidats socialistes dans les autres villes autour de Bordeaux comme Pessac, Cenon, Blanquefort. Sur sa page nous pouvions voir aussi quelques articles sur son projet «Un grand Bordeaux pour changer d'ère» récupérés des différents journaux locaux en ligne.

Alain Juppé ainsi que son adversaire a consacré la plupart de sa page Facebook aux activités de sa campagne électorale et beaucoup moins à ses activités en tant que maire. Les rencontres qu'il organisait en tant que maire sortant de Bordeaux, on pouvait les voir grâce aux photos que son équipe ajoutait aux albums de son profil selon leurs thématiques. Ainsi, par exemple, les albums tels que «Carnaval des deux rives», «Visite du chantier de l'école Paul Lapie», «Sur le terrain avec les Bordelais», «Vœux et forum petit enfance», «Vœux à la presse 2014» ont été créés pendant la période électorale. Sinon l'équipe d'Alain Juppé changeait les photos de couverture beaucoup plus souvent que celle de Vincent Feltesse en mettant soit des photos des évènements passés avec le maire sortant au centre soit avec des annonces des rencontres proches. Nous avons compté que pendant la campagne municipale la photo de couverture d'Alain Juppé a été changée 16 fois.

Les annonces de grandes rencontres avec le candidat de la droite mises à la disposition grâce à la fonction de «créer l'évènement» de Facebook ont été le contenu principal de la page d'Alain Juppé pendant la campagne ainsi que c'était le cas pour Vincent Feltesse. En revanche, le nombre de ces rencontres a été plus important que celui du candidat socialiste.

La première rencontre qui a été annoncée sur la page d'Alain Juppé était «La présentation du projet 2014 – 2020». Elle s'est déroulée le 17 janvier 2014 au Théâtre Fémina. A cette rencontre Alain Juppé a raconté aux Bordelais comment il allait transformer la ville pendant les 6 ans de son mandat s'il était élu. C'était la première fois qu'il présentait son programme électoral devant le public. Sur la page de cet évènement il y avait plus de 850 invités dont environ 200 ont mis qu'ils y avaient participé. Après sur la page d'Alain Juppé il y avait encore des posts où il proposait de télécharger son projet dans son intégralité sur son site www.juppé2014.fr/mon-projet.

Les débats organisés à Sciences Po Bordeaux le 23 janvier 2014 dans le cadre des «Rencontres Sciences Po / Sud-Ouest » en partenariat avec TV7 Bordeaux entre Alain Juppé et Vincent Feltesse sont devenus la deuxième rencontre du candidat de la droite annoncée via sa page Facebook. Il y avait 500 invités sur la page de cet évènement dont 307 ont mis «je participerai». Il était possible de ne pas seulement assister à cette rencontre dans la salle mais aussi de la suivre sur www.tv7.com/live.

Ensuite il y avait une réunion publique avec Alain Juppé à Caudéran le 6 février 2014 lors de laquelle il a aussi présenté son projet pour la ville. Sur la page officielle de cet évènement il y avait environ 50 invités dont 44 ont mis «je participerai». Puis sous la forme de la photo de couverture de la page d'Alain Juppé il y avait une invitation au «Forum Jeunes avec Alain Juppé» à Rock School Barbey à Bordeaux le 10 février 2014.

Sur la page Facebook du maire sortant il y avait aussi des annonces des rencontres suivantes : Réunion publique aux Chartrons le 17 février où plus de 350 personnes ont participé (selon l'évaluation de l'équipe d'Alain Juppé), Réunion publique à Bordeaux Sud le 20 février, Forum sur le dynamisme économique et l'emploi le 10 mars, 24 heures avec Alain Juppé – une grande journée de mobilisation le 16 mars, Grande réunion publique le 20 mars. Pendant toutes ces rencontres le maire sortant parlait de son projet pour Bordeaux. Le dernier évènement créé sur Facebook a invité à écouter Alain Juppé en direct sur la radio Europe 1 le 20 mars. Lors de cet entretien 3 grands thèmes ont été retenus : la fiscalité, la culture et le logement.

A part ces rencontres annoncées, sur la page officielle Facebook du maire sortant il y avait aussi deux invitations aux Tweet cafés avec lui le 4 et le 20 mars. Le but était de répondre aux questions des citoyens via le compte officiel d'Alain Juppé sur Twitter. Les abonnés pouvaient suivre et partager des questions et des réponses par le biais des hashtags #caféjuppé et #juppé2014.

Dans les évènements créés sur Facebook par les deux candidats leurs abonnés pouvaient postuler les photos de ces rencontres et réunions et laisser leurs commentaires pour dire s'ils étaient contents ou pas.

Donc, nous pouvons voir que tout d'abord les comptes officiels de Vincent Feltesse et d'Alain Juppé servaient à faire une annonce de leurs rencontres et réunions publiques proches, y mettre leurs buts principaux et suivre combien de personnes allaient y participer. Ensuite le mécanisme de la campagne municipale sur les réseaux sociaux a marché de telle façon que Twitter se mette en avant pendant les évènements eux-mêmes.

Quand nous participions presque à toutes les réunions réelles organisées par Alain Juppé, nous voyions les jeunes populaires être très actifs sur Twitter au cours de ces réunions. Nous étions connectés à nos profils sur Twitter pendant ces rencontres-là et nous avons vu que toutes les deux minutes il y avait de nouveaux statuts des @JeunesavecJuppé» et @AvecJuppé marqués par le hashtag #juppé2014 qui citaient des passages des discours de Juppé et à la suite d'un de ces discours nous avons compté environ 40 à 45 statuts en moyenne sur Twitter comprenant le hashtag officiel #juppe2014. En outre après chaque rencontre toutes les questions posées à Alain Juppé et des phrases clés de ses réponses ont été diffusées sur ses pages officielles Facebook et Twitter par son équipe.

Nous avons pu observer presque la même chose pendant les réunions organisées par une équipe de Vincent Feltesse, le principal adversaire d'Alain Juppé à la veille des municipales, mais déjà avec des statuts des @JeunesavecFeltesse marqués par le hashtag VBDX2014 sur Facebook et Twitter. De même nous nous sommes abonnés à la distribution hebdomadaire d'une équipe de Feltesse sur le portable avec les dernières nouvelles concernant la campagne de M. Feltesse, avec des phrases-clés toutes prêtes pour les copier et coller sur des profils des réseaux sociaux comme des relais d'opinion pour des «amis» sur Facebook et des «suiveurs» sur Twitter. Les heures et les endroits des phonings suivants ont été communiqués également dans ces distributions.

Nous allons parler un peu plus en détail de la mobilisation en ligne des partisans d'Alain Juppé et de Vincent Feltesse dans les sous-chapitres suivants qui vont concerner des activités de soutien en ligne des jeunes socialistes, des jeunes populaires et des jeunes du FN en Gironde pendant la campagne municipale à Bordeaux.

Pendant la campagne Twitter est devenu un bon endroit pour transmettre brièvement en temps réel ce qui se passait pendant les rencontres avec les candidats au poste du maire et suivre les phrases-clé de leurs discours et réponses aux questions des Bordelais.

En dernier lieu mais pas selon son importance la mise en ligne de la campagne municipale a continué sur Instagram et Flickr où le candidat de l'UMP ainsi que le candidat socialiste postulaient leurs photos après chaque rencontre, réunion et porte-à-porte passés pour ainsi dire faire le bilan. Sur Instagram après chaque évènement il y avait de 2 jusqu'à 5 photos de la part de chaque candidat, comme le maire sortant n'avais pas eu de compte sur Flickr, Vincent Feltesse en a profité pour faire une campagne encore plus éclatante et pour rester dans la mémoire du public.

A la suite de nos observations de la campagne municipale mise sur les réseaux sociaux en partie par les deux candidats nous pouvons constater que pendant toute la période électorale les candidats s'en tenaient au mécanisme suivant : en premier lieu informer leurs partisans sur les rencontres à venir via Facebook, deuxièmement assurer le suivi de ces rencontres en temps réel grâce à Twitter et finalement en faire un résumé par le biais des photos sur Instagram et Flickr. Force est de reconnaître que ce mécanisme a bien marché sans à-coups et a permis aux candidats via les réseaux de mettre au courant le plus possible de leurs abonnés au sujet de leur programme électoral et de recevoir un grand «feed-back».

Dans le sous-chapitre suivant nous allons examiner de quelle manière les candidats russes à Moscou ont organisé leur campagne municipale sur les réseaux sociaux et comment cette campagne s'est distinguée de la campagne française.

4.1.2. La campagne municipale de Moscou 2013 et l'inspiration des pratiques de Barack Obama dans la campagne présidentielle de 2012

Tout d'abord il faut noter que c'est pour la première fois dans une nouvelle histoire de la Russie après la dissolution de l'Union Soviétique que les dernières élections municipales à Moscou ont été aussi ouvertes, démocratiques et équitables. Sergueï Sobianine est apparu ainsi non comme candidat, mais plutôt comme arbitre, parce que malgré le fait qu'il ait été nommé maire de Moscou par le président russe en octobre 2010, il a décidé d'organiser des élections anticipées pour que la tête de la ville soit élue par des citoyens moscovites. Il a de fait assuré la légitimité des élections municipales. Pour Moscou c'était sans précédent.

Toutes les innovations de ces dernières années sont apparues sur les élections à Moscou. Tout d'abord, des systèmes de vote à lecture optique ont été amenés depuis plusieurs villes, des systèmes électroniques qui permettent de doubler le recomptage manuel. La vidéosurveillance a été mise en place : l'innovation ne réside pas que dans le fait que des caméscopes ont été accrochés, mais aussi la capacité de rembobinage. Cela permet à des observateurs de voir les différentes situations en mode manuel et de prendre les décisions à ce propos. Le troisième aspect est les urnes transparentes, la présence élargie des médias et des observateurs sous la présidence d'Alekseï Venediktov.

Le droit d'être présent a été déjà donné à un institut d'observateurs aux élections présidentielles en mars 2012. A Moscou, il a été poursuivi, et grâce à cela l'élection du maire de la capitale russe s'est grandement déroulé de manière ouverte et transparente.

Auparavant, il était difficile d'imaginer qu'une personne vienne avec une caméra dans la commission électorale de quartier pour tourner. Mais alors toutes les techniques existant aujourd'hui dans la législation électorale moderne – par exemple aux États-Unis – ont été appliquées à Moscou.

Cependant le principal problème des dernières élections municipales à Moscou a été le faible taux de participation. Ainsi, selon la prévision du Centre Panrusse d'Etude de l'Opinion Publique, basée sur le dernier sondage avant l'élection, Sergueï Sobianine devait recevoir 60% des voix des Moscovites[517], mais en raison du faible taux de participation cette prédiction ne s'est pas réalisée.

Le faible taux de participation de 33% dans les élections de la capitale témoigne de plusieurs facteurs. Le premier facteur : le jour du scrutin uni au début de septembre est un jour de malchance pour des élections. Deuxièmement, il n'était pas raisonnable d'effectuer des

[517] Alekseï Navalny, qui a recueilli 27.24% des voix à l'élection du maire de Moscou, n'est pas dangereux pour les autorités. Sergueï Sobianine le comprend // Le site du Centre Panrusse d'Etude de l'Opinion Publique. URL : http://wciom.ru/index.php?id=241&uid=114481

élections après le jour anniversaire de la ville et à une saison, où de nombreux Moscovites sont en vacances à l'étranger ou à leurs datchas. Troisièmement, l'équipe de Sobianine n'a pas fait son travail assez professionnellement. «Elle a mis l'accent sur la présence de fonds du candidat dans les médias, mais la présence de fond du candidat n'a de sens qu'au stade de l'identification et de la reconnaissance. Mais Sergueï Sobianine était déjà connu dans la ville à 100%. Alors son équipe n'a rien fait pour convaincre ses électeurs de se rendre aux urnes»[518], - a déclaré le directeur de l'Institut International d'Expertise Politique Evgeny Minchenko. « L'équipe de Sobianine espérait qu'un faible taux de participation jouerait le jeu du maire sortant, sans tenir compte du facteur que l'électorat de son adversaire était très chargé émotionnellement alors que le sien était affaibli»[519] - a dénoncé l'expert.

Cependant, les partisans du pouvoir étaient les plus actifs pour participer à un tel type d'élections parce que des structures de pouvoir pouvaient les mobiliser. Il est certain que personne ne les a forcés à aller aux bureaux de vote, mais on les convainquait de participer au scrutin assez fortement. Cette fois-ci Sergueï Sobianine n'a pas cherché à faire une campagne de mobilisation. Il s'est fondé sur une logique simple : ceux qui sont pour moi vont venir voter de toutes les façons. Les électeurs de Sobianine étaient absolument sûrs de sa victoire, et c'est pour cette raison que tous ne sont pas venus aux élections. Les partisans de Sobianine n'avaient aucune incitation à venir aux urnes pour soutenir leur candidat qui aurait dû récolter 50% des voix sans peine, selon leur avis. Mais les partisans de Navalny ont eu une telle motivation, parce que dans le cas de l'échec total aux élections municipales de Moscou, Alekseï Navalny n'aurait pas d'avenir politique ni à Moscou ni dans le pays. D'où les résultats suivants du scrutin : Sergueï Sobianine a gagné avec un score relativement faible, 51,37% des voix[520], mais suffisant pour remporter l'élection, tandis qu'Alekseï Navalny a pris la deuxième place avec 27,24 % des voix[521]. D'où également la différence entre les stratégies électorales. Sergueï Sobianine n'a pas organisé une vaste campagne de mobilisation des Moscovites, et a préféré continuer de développer la capitale et de parler des programmes sociaux et économiques en tant que maire par intérim de Moscou. En revanche Alekseï Navalny et d'autres candidats d'opposition ont mis au premier plan une critique de l'activité des autorités de Moscou et de Sobianine en particulier, ainsi Navalny a compté s'assurer du soutien de ceux qui sont mécontents du pouvoir.

[518] Matveeva Polina. Par-dessus la barrière // Gazeta.ru. URL : http://www.gazeta.ru/politics/ 2013/09/ 09_a_ 5644305.shtml
[519] Matveeva Polina. Par-dessus la barrière // Gazeta.ru. URL : http://www.gazeta.ru/politics/2013/09/ 09_a_ 5644305.shtml
[520] Matveeva Polina. Par-dessus la barrière // Gazeta.ru. URL : http://www.gazeta.ru/politics/2013/09/09_a_5644305.shtml
[521] Matveeva Polina. Par-dessus la barrière // Gazeta.ru. URL : http://www.gazeta.ru/politics/2013/09/09_a_5644305.shtml

En ce qui concerne la campagne municipale en ligne, elle n'était pas du tout standard. Le maire sortant n'a pas voulu se donner la peine de créer au minimum un profil sur un réseau social, il s'est limité à son site officiel tandis que son adversaire principal, chef de l'opposition russe a imité la bonne manière de Barack Obama, candidat à l'époque aux élections présidentielles américaines de 2012.

En 2012 les spécialistes américains des relations publiques ont beaucoup souligné l'origine kenyane d'Obama dans tous les médias et les réseaux sociaux montrant qu'il vient d'une famille simple et pas riche contrairement à son principal rival Mitt Romney qui possède des millions de dollars qu'il utilise pour parvenir à la victoire.

Pratiquement le même sujet de «la légende d'image» a été mis en ligne dans la campagne d'Alekseï Navalny. Aux yeux de l'électorat moscovite il est apparu comme «un candidat venu de nulle part», entré tout à coup dans l'espace politique du pays. Cela a été d'une grande efficacité pour la création des mythes : les opposants de Navalny l'appelaient sur Internet «agent d'influence de l'Occident», «aventurier», «deuxième Eltsine», contrairement à ses partisans qui l'appelaient «nouveau Lénine» et «self-made man». Les spécialistes des relations publiques de l'équipe d'Alekseï Navalny ont adopté cette dernière caractéristique, en promouvant l'information dans les médias et réseaux sociaux, en disant qu'il est issu d'une famille modeste d'entrepreneurs moscovites, et que comme des centaines de milliers de Moscovites, il vit dans un appartement de la périphérie de la ville. Cependant, Alekseï Navalny a pu devenir par lui-même un homme politique dans un pays où, comme ont essayé de le transmettre ses technologues des RP, il y a un monopole du pouvoir – et il a commencé à réaliser son «rêve américain». Dans ce contexte, Sergueï Sobianine a été présenté comme un «vicaire du pouvoir», un protégé du Kremlin, un fonctionnaire corrompu, ayant, comme Romney, le rival d'Obama, une fortune de plusieurs millions de dollars pour le soutenir. C'est dans le cadre de cette stratégie de dégradation de l'image d'un concurrent que Navalny a publié sur le réseau russe VKontakte une information compromettante au sujet du maire sortant: on a dit que ses filles auraient un patrimoine immobilier d'exception à Moscou et dirigeraient des compagnies gagnant illégalement des appels d'offres pour des livraisons de meubles de luxe dans les structures étatiques. En d'autres termes, au début des deux campagnes, le même scénario a été mis en place, dans lequel l'opposition suivante a été créé : «héros solitaire» / «millionnaire corrompu», sur fond de population touchée par la crise économique. En votant pour le héros, les électeurs lui ont automatiquement permis de réaliser son «rêve américain» et en même temps, en s'identifiant à ce héros, ils croyaient qu'il est possible de réaliser ce rêve et qu'il est à leur portée. Ce scénario est commun à beaucoup de campagnes électorales, et il est peu probable qu'on puisse le considérer dans la campagne d'Alekseï Navalny comme un emprunt

direct. En revanche, dans la campagne municipale des deux candidats bordelais il n'y avait aucun affrontement «héros solitaire» / «millionaire corrompu», dans le cas de Vincent Feltesse et d'Alain Juppé. Il s'agissait plutôt de l'opposition «jeune novateur» / «vieux fonctionnaire». Cependant, la similitude des stratégies des campagnes d'Alekseï Navalny et de Barack Obama ne s'y limite pas à cette opposition.

Une autre technique couramment utilisée dans de nombreuses campagnes est la participation active des épouses des candidats à la campagne électorale. Les technologues de l'équipe d'Obama n'ont pas ignoré cette stratégie : sur de nombreuses photographies distribuées au cours de la campagne, Obama pose avec son épouse, Michelle, qui, en participant à diverses activités, partage avec lui les difficultés de la lutte politique. Ainsi Obama voulait se faire voire comme un honnête homme qui s'occupe de sa famille. Les technologues de sa campagne ont essayé de faire penser aux électeurs que l'Etat représente une «grande famille» et qu'il prendra soin de lui aussi fortement et sincèrement. Dans la campagne d'Alekseï Navalny, son épouse a également participé activement. Elle a visité le siège de Navalny et a posé pour des photos avec les bénévoles. Sur Internet ont été publiées des photos de famille de l'opposant, qui devaient témoigner qu'il est un père et mari attentionné. Dans les journaux de campagne distribués par les bénévoles dans les arrondissements de la capitale, on a dit que Navalny a des filles mineures, et que le gouvernement actuel «voudrait priver ces filles de leur père», en le mettant en prison. Ainsi, les spécialistes de RP de l'équipe de Navalny ont essayé de transmettre aux électeurs l'idée qu'en votant pour lui, ils feraient un acte éthique : s'ils choisissent pour Alekseï Navalny, ils se prononcent pour qu'il reste avec sa famille et qu'il ne soit pas emprisonné. La similitude des stratégies visant à promouvoir dans l'espace informatique l'image d'une épouse d'un homme politique peut aussi être considérée comme accidentelle : les technologues de relations publiques des deux états-majors ont utilisé les technologies traditionnelles connues depuis longtemps. Par exemple, l'épouse d'Alain Juppé l'accompagnait de temps en temps à ses réunions pendant sa campagne électorale comme c'était le cas lors d'une réunion consacrée aux femmes le 8 mars 2014.

Cependant, l'analyse de la mise en œuvre de ces technologies permet de constater que l'opposant russe a connu une situation similaire à la phase initiale de la campagne : un jeune candidat démocrate, soutenu par son épouse, combat le mal (son rival), et il doit convaincre chaque électeur de ce scénario. Il y a des emprunts directs à la campagne d'Obama : ce dernier a été présenté dans les médias comme un «politicien innovateur», un homme au charisme extraordinaire qui a le pouvoir de changer le monde.

Dans le cadre de cette stratégie, Obama a fait des déclarations dans les médias disant qu'en tant que président, il va changer le pays (le slogan de sa campagne est typique : «Change

we can believe in» («Les changements auxquels nous pouvons croire»)). En d'autres termes, les technologues politiques ont essayé de présenter Obama doué d'un génie politique, capable de diriger les Etats-Unis vers «l'âge d'or». Comme le lui conseillaient ses image makers Obama a accepté une certaine négligence dans ses vêtements. Pour des occasions formelles, il avait une chemise avec des manches retroussées : ainsi les technologues ont essayé de montrer la bonne volonté du futur président, ils ne présentaient pas Obama comme un robot ou une machine impeccable, mais comme quelqu'un de très humain. Une autre preuve de l'ouverture d'Obama était l'utilisation active dans sa campagne des nouvelles technologies d'Internet. Ce fait a été activement mis en relief au cours de sa campagne électorale par les efforts de son état-major. L'équipe d'Obama a ostensiblement refusé d'utiliser la publicité télévisée, en se concentrant sur les blogs et les réseaux sociaux (les comptes ont été créés par le président actuel des USA sur tous les réseaux, les informations y ont été constamment mises à jour), les médias ont commencé à promouvoir l'idée qu'«Obama est le président le plus actif sur Internet dans le monde».[522] La même démarche a été utilisée par les spécialistes russes des relations publiques collaborant avec Alekseï Navalny. Les politologues d'opposition ont unanimement vanté les «déclarations extraordinaires» de Navalny promettant de faire de Moscou «une métropole occidentale» et de résoudre le problème des embouteillages. Le slogan typique électoral a été lancé «Change la Russie – commence par Moscou», qui a laissé entendre que Navalny a des capacités exceptionnelles qui lui permettront de changer la vie dans le pays. L'opposant tentait de se rapporter à la «classe créative», formée en Russie depuis la dernière campagne électorale de la Douma. C'est à cette fin que les entrepreneurs d'Internet ont organisé le soutien de Navalny. L'opposant lui-même a beaucoup parlé de la nécessité du développement des petites et moyennes entreprises et du changement en cas de victoire, de l'ancienne équipe de Sobianine. Tout comme Obama, Navalny a commencé à porter une chemise avec des manches retroussées. Pendant la campagne, l'opposant a essayé de ne pas avoir un code vestimentaire classique lors des rencontres avec les électeurs et d'autres activités de relations publiques (en général, Alekseï Navalny y venait en jeans et T-shirt). La majeure partie de la campagne a été concentrée sur Internet : comme dans la campagne d'Obama il y a eu la distribution sur un réseau social de messages de propagande conviant à voter pour l'opposant. Des blogs en ligne et des spots publicitaires dans le style de la publicité virale ont été lancés sur la Toile. Pendant les deux campagnes américaine et russe les technologues des RP ont essayé d'introduire un réel effet de mode et d'engouement pour les candidats. Aux Etats-Unis, dans le cadre de cette stratégie, intitulée «Obamamania» une production d'objets publicitaires à l'effigie de Barack Obama a

[522] A.A. Stoliarov. Les stratégies étrangères de relations publiques dans la pratique électorale de l'opposition russe//La linguistique politiques, 2014, №1. p. 191 – 200.

été en vente. En conséquence, le candidat des «démocrates» a reçu une grande renommée en dehors des Etats-Unis, un grand nombre d'actions étrangères s'est mis en place pour son soutien. Les technologues russes de l'équipe de Navalny ont échoué à mettre en œuvre cette stratégie. Dans les journaux occidentaux ont été publiés des articles propos de Navalny, le politicien y a été présenté comme un leader de la protestation russe. En Russie, il y avait également une production d'objets publicitaires avec son image : T-shirts, écharpes et tracts. Beaucoup de jeunes ont pris part aux actions de cet homme politique, et les médias ont écrit à plusieurs reprises que Navalny est un tout nouveau candidat indépendant. Cependant les technologues politiques de l'équipe de Navalny n'ont pas eu de pratiques pérennes dans ce domaine, les messages dans la presse ont été disparates. Ces activités n'ont pas abouti à une fin logique.

Ainsi, nous avons vu que le candidat d'opposition russe a copié certaines pratiques de la campagne électorale de Barack Obama, avec surtout l'omniprésence sur Internet, notamment sur tous les réseaux sociaux. Dans le sous-chapitre 4.1.2.1 nous étudierons ce qui était remarquable dans la campagne de Sobianine sur Internet malgré le fait qu'il n'a pas eu de compte officiel sur les réseaux sociaux, puis nous examinerons plus en détail dans le sous-chapitre suivant 4.1.2.2 comment la campagne électorale de Navalny a fonctionné sur les réseaux sociaux.

4.1.2.1 L'absence et la présence simultanées de Sergueï Sobianine, maire sortant de Moscou sur les réseaux sociaux pendant la campagne municipale

Sergueï Sobianine représente l'un des leaders du parti au pouvoir «Russie Unie», mais a soumis sa candidature aux élections municipales indépendamment des partis politiques comme sa cote de popularité personnelle a été beaucoup plus élevée que celle de son parti. En outre, on a même conseillé aux représentants de la «Russie Unie» de ne pas faire de déclaration sur le maire sortant, pour éviter de l'associer une fois de plus à un parti en perte de popularité.

Malgré le fait que Sergueï Sobianine n'était pas présent officiellement sur les réseaux sociaux pendant la course, son nom apparaissait tout de même constamment sur Internet à la veille de l'élection du maire de Moscou.

Tout d'abord, en été 2013, nous avons examiné les indices d'Yandex sur la région de Moscou en entrant le nom du candidat dans la barre d'adresse de ce moteur de recherche. Ces indices permettent de voir statistiquement les demandes les plus courantes des utilisateurs, et d'analyser les sujets spécifiques liés à un candidat précis. Grâce à cela, il apparaissait que les Moscovites étaient très intéressés non seulement par le programme électoral et par la biographie

de Sergueï Sobianine, mais aussi par la façon dont il est présenté sur Internet (ses photos, sa page sur Wikipedia, le site officiel de sa campagne, sa famille et nationalité).

L'intérêt soudainement réveillé des électeurs Moscovites au sujet de la famille de Sobianine pouvait être provoqué, entre autres choses, par les révélations faites par Alekseï Navalny sur le réseau russe VKontakte, au sujet de la privatisation illégale par le maire sortant de l'appartement d'Etat au nom de sa fille. En outre, l'information négative la plus courante sur Sobianine sur les réseaux sociaux, est liée au revêtement des rues moscovites avec des carreaux de pavage pour les trottoirs. Selon les utilisateurs de Runet cela a eu un rapport avec le business de l'épouse du maire de Moscou. Souvent dans les déclarations sur ce thème, un parallèle a été fait entre Sergueï Sobianine et Youri Loujkov, ancien maire de Moscou, dont l'épouse possède de grandes entreprises de construction.

A cette occasion, on pouvait lire les commentaires suivants des Moscovites sur Vkontakte : «La femme de Sobianine possède une usine fabriquant des pavés, ce qui explique pourquoi toute la capitale est couverte de pavés sur les trottoirs» ou «Il vaudrait mieux changer le revêtement d'asphalte à Moscou, cela couterait moins cher». [523]

Sinon, le fait que les internautes de Moscou n'avaient pas remarqué de campagne électorale agitée ni sur Internet, ni à la télévision a provoqué un aspect encore plus négatif sur Runet. Nous allons citer un extrait du commentaire d'un utilisateur de Vkontakte avec le nom de Dmitry Netolerantny (Intolérant) : «Moi je suis de Moscou, et je ne vois aucune campagne par ici. Qu'est-ce que c'est cette campagne municipale qui doit être recherchée sur Google ? Si ces élections avaient eu lieu aux États-Unis, nous regarderions tous ces deux adversaires se détruire lors des débats télévisés. C'est pendant ces moments que tout se décide et qu'il n'y a aucun droit à l'erreur. Lors des débats, chaque mot est important. Les débats télévisés aux États-Unis peuvent détruire votre carrière à long terme en une nuit ou faire de vous une idole auprès de ceux qui vous détestaient il y a une heure encore. Voilà ce que j'entends sous le terme de campagne électorale. Chez nous, rien ne se passe. Je veux que les deux candidats me remplissent la tête de leurs programmes et me gagnent ainsi à leur cause, même de manière agressive».[524]

Un autre mauvais sujet de PR a été abordé sur la nationalité de Sergueï Sobianine sur les réseaux sociaux. De fausses photos faites avec photoshop et représentant le maire sortant en manteau de fourrure dans le Grand Nord y ont été distribuées. Ce sujet a été bien fourni sur le réseau social Vkontakte, en particulier dans la communauté officielle «Siège public en faveur

[523] Nikolaï Podosokorsky. Les élections du maire de Moscou 2013. L'image de Sergueï Sobianine dans les médias sociaux// Green Social Media Marketing Agency. URL : http://blog.greensmm.ru/?p=1021
[524] Nikolaï Podosokorsky. Les élections du maire de Moscou 2013. L'image de Sergueï Sobianine dans les médias sociaux// Green Social Media Marketing Agency. URL : http://blog.greensmm.ru/?p=1021

de Sergueï Sobianine», dans laquelle il y avait 1727 participants au moment des élections municipales. Les principales discussions dans cette communauté concernaient des rumeurs sur la nationalité du maire sortant : est-il vraiment Tchouktche ou pas ?

Tout au long de la campagne électorale, six communautés dédiées à Sergueï Sobianine existaient sur Vkontakte, si on y tapait ses nom et prénom. Nous venons de mentionner la communauté avec le plus grand nombre de participants, une autre communauté «Le maire de Moscou Sergueï Sobianine» ne comptait que 85 membres, le «Groupe officiel de Sergueï Sobianine» comptait 21 participants, «Sergueï Sobianine» a eu 18 participants (créé par ses détracteurs car sur le mur de ce groupe, il n'y avait que des messages provocateurs) et enfin 2 et 0 participants pour les deux communautés restantes. Ainsi, nous pouvons conclure que le maire sortant de Moscou n'avait presque aucune popularité sur le réseau russe Vkontakte. Même les pages des détracteurs ont eu très peu d'inscrits sur ce réseau, ce qui le distingue de Vladimir Poutine, représentant du même parti «Russie Unie », qui n'avait pas non plus de compte officiel sur les réseaux sociaux, mais pour lequel des groupes pour le critiquer comptaient plus de 150 000 participants.

Le compte sur Twitter sous le nom @SiègedeSobianine avait seulement neuf suiveurs et sur Facebook il y avait uniquement deux pages consacrées à Sergueï Sobianine : la première a eu trente « likes » et l'autre un seul. Ainsi, le maire sortant n'était pas populaire sur les autres réseaux sociaux non plus.

En outre, sur Vkontakte il n'y avait que deux fausses pages personnelles de Sergueï Sobianine, et chacune ne comportait que cinquante «amis». En tout cas, ce genre de fausses pages personnelles à l'abandon nuisaient davantage à la réputation des candidats qu'elles ne leur profitaient.

Le compte officiel de Sobianine sur Twitter n'existait pas, par conséquent le vide a été rempli par la mise en place de la fausse page de Sergueï Sobianine, qui a été suivie par plus de 22 500 personnes. Cette fausse page est un exemple de l'utilisation réussie des technologies négatives afin de discréditer le candidat en ligne. L'un des derniers tweets du faux Sergueï Sobianine redirigeait vers une image contenant une information compromettante sur le maire sortant (une répétition des révélations d'Alekseï Navalny).

Sur Facebook, nous n'avons pu analyser que des posts illustratifs sur Sergueï Sobianine de certains utilisateurs. La plupart des gens se sont plaints des travaux de nuit juste sous leurs fenêtres liés au thème des pavés cités précédemment. Autrement nous n'avons pas constaté d'attitude négative générale envers le maire sortant sur Facebook.

Sur LiveJournal il y avait au moins deux blogs créés au nom de Sergueï Sobianine, tous les deux étaient faux. Le premier compte «Sergueï Sobianine, maire de Moscou» a eu 6

amis abonnés et sa dernière mise à jour a eu lieu le 7 mai 2013 et n'y figurait quasiment que du spam.

Le deuxième blog «Sergueï Sobianine. La salle d'accueil du maire de Moscou» n'a pas eu d'abonnés et n'a été mis à jour qu'en octobre 2011. L'information sur ce site a été relayée à partir du site de Sergueï Sobianine qui n'est plus ouvert.

En outre, il y avait une fausse communauté «Maire de Moscou – Sergueï Sobianine» sur LiveJournal, représentant également un exemple de PR noir. Le dernier post dans cette communauté a été laissé en septembre 2012.

Enfin, il faut aussi parler de la vidéo avec Sobianine sur Internet. Sur YouTube a été mis en place un compte «Sobianine. L'homme qui a tout changé». Comme il ressort de la description, cette chaîne d'images est créée pour soutenir le maire de Moscou : «Nous soutenons Sergueï Sobianine. Nous n'hésiterons pas à soutenir un homme qui a réussi à tout changer. Et nous sommes heureux de vous accueillir sur notre canal vidéo ! Nous sommes contents de présenter notre première vidéo. Abonnez-vous à notre chaîne !»[525] Cette vidéo sur Sergueï Sobianine est devenue la seule qui a été hébergée et vue plus d'un million de fois sur Youtube. Il y a aussi un lien vers le spot publicitaire sous le même titre sur Facebook : https://www.facebook.com/ manchangedeverything.[526] Il y avait un peu plus de 500 personnes abonnées.

Globalement, Sobianine se positionnait plus près du cercle de politiciens de la vieille école qui préfèrent utiliser pour communiquer avec le public les médias étatiques et la télévision publique. Il y avait encore une tentative de propagande noire contre Sobianine sur Internet : on voulait l'opposer à Vladimir Poutine en faisant mousser le sujet d'une scission dans l'élite et le fait que Sergueï Sobianine deviendra, à la suite des élections le seul politicien légitimement élu dans le milieu de Poutine.

L'image de Sergueï Sobianine dans les médias sociaux a été en grande partie formée spontanément et avec la participation active de ses détracteurs. Dans l'ensemble, les partisans de Sobianine ont travaillé plutôt sur la création d'une image négative de ses adversaires que sur la création d'une image positive de leur candidat (à l'exception du projet controversé déjà mentionné ci-dessus «Sobianine. L'homme qui a tout changé»). Pourtant, il y avait un exemple frappant de propagande pour Sergueï Sobianine sur Internet. C'était le site spécialement créé «Mon ami est d'accord».[527] Les auteurs du projet invitaient à y mettre des photos d'animaux de

[525] Une vidéo «Sobianine. L'homme qui a tout changé»// Youtube. URL: https://www.youtube.com/ watch?v=rM8851NVjDA
[526] Une vidéo «Sobianine. L'homme qui a tout changé»// Youtube. URL: https://www.youtube.com/ watch?v=rM8851NVjDA
[527]Le projet d'Internet «Mon ami est d'accord» va changer l'attitude négative envers les élections //Regnum.ru. URL : http://regnum.ru/news/1693387.html

compagnie avec une légende «Pour Sobianine». Le projet est rapidement devenu très populaire. Cependant, après cela, les idées de campagne sur Internet pour Sergueï Sobianine se sont épuisées.

Certainement Sergueï Sobianine était et reste une figure reconnaissable parmi les masses au niveau fédéral, mais sur les réseaux sociaux, soit rien n'était dit à son propos soit son nom était mentionné dans un contexte négatif. Les principaux messages négatifs sur Sergueï Sobianine ne venaient pas de la part de gens ordinaires, mais de la part de ses opposants politiques (l'exemple le plus frappant est celui des révélations d'Alekseï Navalny).

Nous venons de voir que Sergueï Sobianine n'était pas du tout populaire en tant que personnalité politique chez les utilisateurs de Runet contrairement à son adversaire Alekseï Navalny, qui a réussi à construire toute sa campagne électorale et a obtenu un grand buzz. C'est ce que nous allons étudier dans le sous-chapitre suivant.

4.1.2.2 Le rôle des technologies numériques dans la campagne électorale d'Alekseï Navalny

Dans le sous-chapitre précédent 4.1.2.1 nous avons examiné l'expérience américaine dans l'utilisation des technologies des médias pour la course présidentielle qui a été empruntée par Alekseï Navalny pour sa propre campagne à Moscou. Dans ce sous-chapitre nous allons étudier en détail, de quelle manière ce fidèle des nouvelles technologies en Russie a mis en œuvre sa campagne sur les réseaux sociaux.

Dans sa campagne électorale, l'opposant au pouvoir russe a utilisé Internet de manière très poussée. C'est grâce à Internet (principalement à ses blogues et pages sur les réseaux sociaux) qu'Alekseï Navalny a connu la gloire et créé son image de dénonciateur et d'ennemi de la corruption dans toute la Russie.

Ainsi, les technologies numériques dans la campagne électorale de l'équipe d'Alekseï Navalny ont inclus :

- La gestion active des réseaux sociaux tels que VKontakte[528], Facebook[529], Odnoklassniki[530], Twitter[531], Instagram[532] ;

[528] L'équipe d'Alekseï Navalny sur Vkontakte // URL : vk.com/teamnavalny
[529] L'équipe d'Alekseï Navalny sur Facebook // URL : facebook.com/teamnavalny
[530] L'équipe d'Alekseï Navalny sur Odnoklassniki // URL : odnoklassniki.ru/teamnavalny
[531] L'équipe d'Alekseï Navalny sur Twitter // URL : twitter.com/teamnavalny
[532] L'équipe d'Alekseï Navalny sur Instagram// URL : Instagram.com/teamnavalny

- La gestion active du blog personnel de Navalny sur LiveJournal[533] ;
- La publicité politique sur les réseaux sociaux ;
- Le développement du site[534] à l'appui d'Alekseï Navalny où les bénévoles ont parlé de leurs activités pour appuyer le candidat de leur choix ;
- La collecte volontaire des fonds pour la campagne de Navalny via le système de paiement Yandex.Money ;
- Divers projets Internet visant à résoudre les problèmes des Moscovites ;
- Les vidéos à l'appui de Navalny ;
- L'engagement des bénévoles à travers le site de Navalny et ses pages sur les réseaux sociaux ;
- La diffusion des mails.

Ekaterina Patulina, chef du service Internet du siège d'Alekseï Navalny, a raconté comment l'équipe du candidat a travaillé sur les réseaux sociaux.[535] Grâce à un service spécial (team.navalny.ru) tout le monde pouvait envoyer jusqu'à 20 messages par jour aux utilisateurs de VKontakte qui avaient désigné Moscou comme lieu de résidence principal sur leurs pages. Les chiffres de l'utilisation de ce genre de propagande sont les suivantes : 554 323 messages ont été envoyés aux utilisateurs occasionnels sur Vkontakte et 9 640 personnes ont participé à cette action.[536] Cette initiative est intéressante du point de vue de la propagande et de la cote du candidat, pourtant de tels messages sur VKontakte émanant d'une personne inconnue peuvent être considérés comme du spam et du marketing viral. En outre, la personne qui a reçu un tel message pouvait ne pas aimer son style d'écriture frivole, parce que les militants s'adressaient à tous les utilisateurs par le mot «Salut», se tutoyaient, comme si la personne qui avait reçu le message était également un militant qu'ils connaissaient depuis longtemps. Une attention particulière doit être portée à l'apparition d'Alekseï Navalny sur l'avatar de «MDK», la communauté publicitaire la plus populaire sur VKontakte. Selon Ekaterina Patulina, le siège n'a pas payé à la direction de cette communauté pour la publicité d'Alekseï Navalny. «MDK a tout simplement proposé de mettre la photo de Navalny sur son avatar. Cet avatar pendant la première journée a reçu plus de 25 000 «j'aime», et en somme, c'était un assez grand prétexte

[533] Au moment de la rédaction de cette thèse le blog d'Alekseï Navalny a été bloqué par la Commission russe de surveillance
[534] Le site de l'équipe d'Alekseï Navalny// URL : http://team.navalny.ru/
[535] Les technologies numériques dans la propagande politique : la campagne de Navalny // Cossa.ru. URL : http://www.cossa.ru/articles/152/51393/
[536] Le rapport du chef du service Internet du siège d'Alekseï Navalny sur le travail exécuté // Youtube.com. URL : http://www.youtube.com/watch?v=JjsMg0mpvWY#t=246

médiatique»[537] - a déclaré Ekaterina Patulina dans une de ses interviews. Le nombre total des visiteurs de MDK en juillet 2013 s'est élevé à 5 593 318, dont 54% sont des adultes, les utilisateurs de Moscou en tête.[538]Beaucoup de communautés populaires n'ayant aucun rapport à la politique, ont aussi relayé la publicité d'Alekseï Navalny. Et tout cela a été fait en un jour, le 23 Août 2013.[539]

En travaillant avec les réseaux sociaux, Alekseï Navalny a utilisé un langage simple et compréhensible, en laissant entendre que tout le monde peut faire partie de l'équipe. Ceci est tout à fait logique, puisque les utilisateurs des réseaux sociaux dans leur immense majorité sont de jeunes actifs. En outre, l'équipe de Navalny a activement utilisé les médias sociaux pour placer une publicité de propagande à l'appui de Navalny.

Selon les données du rapport[540] publiées sur le site de l'opposant, au cours de la campagne électorale à la mairie de Moscou, le siège d'Alekseï Navalny a dépensé 13,55 millions de roubles pour la publicité en ligne. Il est à noter qu'Internet est devenu la meilleure plateforme pour la publicité politique : des milliers de contacts n'ont coûté que 87,5 roubles. C'est presque 20 fois moins cher que dans la presse et environ 5 fois plus avantageux que la radio. Les utilisateurs les plus conservateurs sont devenus le principal public sur lequel les efforts de l'équipe de Navalny ont été axés.

Le progrès est dû à la publicité contextuelle sur Google AdWords[541], qui a coûté 2,67 millions de roubles sur les réseaux sociaux. L'équipe d'Alekseï Navalny a échoué à commander la publicité directe via VKontakte, Yandex.Direct et Target@mail.ru» à cause d'un certain nombre de raisons juridiques et techniques. Au total, la campagne en ligne a produit presque 155 millions de contacts. Au cours de la campagne municipale, le mot «Navalny» tapé dans un moteur de recherche, redirigeait sur un écran publicitaire avec la proposition de lire le programme d'Alekseï Navalny sur son site. Si on cherchait «Navalny» sur l'hébergeur de vidéos Youtube, on tombait sur une publicité similaire en faveur du candidat puisque Youtube appartient à Google. Il était possible de trouver la publicité de propagande de Navalny sur les sites les plus inattendus qui ne sont pas liés aux médias et à la politique. A notre avis, l'équipe d'Alekseï Navalny est allée trop loin, en essayant d'occuper tout l'espace médiatique, parce que

[537] L'étude de «Médialogia» des médias les plus cités en octobre 2013 // Mlg.ru. URL : http://www.mlg.ru/ratings/federal_media/2727/2013/10/

[538] Evgeny Trifonov. Alekseï Navalny sur l'avatar de MDK// URL : http://siliconrus.com/2013/08/mdk-navalny/

[539]Soultan Souleymanov. Dans tous les coins du pays. Comment les candidats au poste de maire conquièrent Internet // Lenta.ru. URL:http://lenta.ru/articles/2013/08/28/webelections/

[540] Le rapport sur les dépenses électorales d'Alekseï Navalny // Report.navalny.ru. URL : http://report.navalny.ru/

[541] La régie publicitaire de Google créée le 23 octobre 2000 aux États-Unis. Celui-ci affiche des annonces ou bannières publicitaires, qui sont ciblées en fonction des mots-clés que tape l'internaute ou en fonction de son comportement de navigation // l'article de Wikipédia.fr. URL : http://fr.wikipedia.org/wiki/AdWords

la publicité de Navalny est apparue partout sur Runet et cela ressemblait à une très vaste action de marketing viral.

Plus de 35 représentants de l'industrie Internet se sont prononcés en faveur d'Alekseï Navalny. Ils ont conclu avec le politicien un contrat social, dans lequel ils ont exprimé leur volonté de le soutenir avec leurs ressources. En outre, Anton Nosik, blogueur connu sur Internet russe, a fait une contribution volontaire d'un montant de 1 million de roubles au fonds électoral.

Les vidéos à l'appui d'Alekseï Navalny sont devenues encore une autre façon de le rendre populaire en ligne. Pendant la campagne de l'opposant sur Youtube, une série de programmes «Cercles de Navalny» a été régulièrement diffusée, dans lesquels le candidat à la mairie de Moscou discutait avec des experts des problèmes de la capitale et des moyens de trouver des solutions. «Cercles de Navalny» est un projet dans le cadre duquel Alekseï rencontrait différents groupes de personnes pour discuter des sujets épineux pour eux. Par exemple, la question des migrations avec les représentants de la diaspora caucasienne. Les vidéos sont tournées sur le modèle du talk-show, les versions complètes durant près d'une heure chacune. Le dernier film sorti traite de l'immigration, il est appelé «Cercle vide». En plus de cela, il y avait de petites vidéos, où des célébrités disaient pourquoi elles allaient voter pour Alekseï Navalny. La dernière semaine, nous avons lancé un projet avec un appel à s'armer, étant donné que le vote est votre arme», - a communiqué Ekaterina Patulina, chef du service Internet du siège de Navalny, dans une interview.

Alors, Alekseï Navalny a réussi à mettre en œuvre sa campagne électorale en ligne de telle façon qu'elle a fait le buzz, tout comme la campagne des deux candidats français à Bordeaux. Même si on ne voulait pas la suivre expressément, de temps en temps on pouvait tomber sur Internet sur ses spots publicitaires invitant à aller sur son site pour lire au moins son programme. Cette bonne maîtrise de nouvelles technologies par Navalny a joué un rôle important pour sa campagne et à l'issue des élections, il a obtenu 27% de votes, ce qui est considérable pour un candidat n'ayant pas fait de carrière politique auparavant. A la veille du début de la campagne municipale sa cote de popularité en tant qu'opposant n'était que de 8 à 9% selon les données du Centre panrusse d'étude de l'opinion publique.[542] D'ailleurs il est à noter que le bon résultat aux élections d'Alekseï Navalny n'est pas lié seulement à sa maîtrise parfaite des blogs et des réseaux sociaux mais aussi à sa grande équipe de jeunes bénévoles sans lesquels cela n'aurait pas été possible. 20 000 bénévoles ont pris part à la campagne de Navalny, pour la propagande et l'organisation d'évènements. Donc, d'une manière générale les politiciens ne peuvent pas atteindre de grands résultats réels sans l'aide et la participation de

[542] Le centre panrusse d'étude de l'opinion publique : Navalny prend la deuxième place selon la popularité mais Sobianine a un grand décrochage // NEWSru.com. URL : http://msk.newsru.com/article/23jul2013/2nd_elected.html

leurs jeunes partisans. Par conséquent, dans les sous-chapitres suivants, nous examinerons comment les jeunes militants français et russes se sont mobilisés sur les réseaux sociaux pendant les campagnes municipales à Bordeaux en 2014 et à Moscou en 2013 pour soutenir les candidats pour lesquels ils allaient voter et en quoi a consisté leur participation active dans la campagne sur le terrain.

4.2. La mobilisation des jeunes militants à Bordeaux et des jeunes bénévoles à Moscou pour leurs candidats favoris pendant les campagnes municipales

Comme il a été noté dans une conclusion du sous-chapitre précédent, quel que soit le pays du candidat se présentant aux élections locales ou nationales, ce dernier a besoin d'un grand soutien de ses partisans en ligne et sur le terrain pour en faire une force puissante mobilisée pour sa campagne, et capable de convaincre pour obtenir davantage de voix. Ainsi, les branches girondines des mouvements français de jeunes tels que «Les jeunes de l'UMP» (les jeunes populaires), «Le mouvement des Jeunes Socialistes» et «Le Front National de la Jeunesse», que nous avons étudié d'une manière détaillée dans le premier chapitre de cette partie, se sont activement mobilisés en ligne ainsi que dans la vie réelle pendant la campagne municipale de Bordeaux en 2014 pour soutenir les candidats de leurs camps politiques à savoir Alain Juppé, Vincent Feltesse et Jacques Colombiers respectivement.

Nous avons bien remarqué que pendant tous les évènements qui ont été organisés par les candidats bordelais pendant la campagne municipale, certains représentants de ces mouvements y assistaient systématiquement, soit comme une partie de l'équipe électorale constamment connectée sur tous les réseaux pour y postuler ses photos ou citer ses phrases clé soit pour faire du porte-à-porte et communiquer les points principaux et les projets de son programme.

A Moscou en 2013, le candidat d'opposition Alekseï Navalny a fait un appel à tous les jeunes russes via ses comptes sur les réseaux sociaux pour qu'ils deviennent volontairement des bénévoles de son équipe électorale et se mettent à faire la propagande en sa faveur. C'est pour l'engagement des bénévoles dans la campagne que le projet «MosVpiska» a été conçu pour aider les bénévoles des autres villes, travaillant au siège d'Alekseï Navalny, à trouver un logement pendant leur séjour à Moscou. «Des dizaines de milliers de nos partisans à Moscou sont prêts à aider activement la campagne de Navalny, mais n'ont pas la possibilité de participer à la campagne hors ligne (ainsi, par exemple, en raison de leur travail à plein temps). D'ailleurs certains d'entre eux, ont forcément à la maison une chambre d'amis ou un lit d'invité ou enfin

un peu d'espace libre, où on peut poser un matelas gonflable. Des dizaines de milliers de nos partisans dans les régions rêvent d'aider la campagne de Navalny d'une certaine manière, et quelques-uns ont même assez de temps libre pour cela : qu'est-ce qu'un étudiant peut faire en août ? Pour des billets pour se rendre à Moscou, on peut trouver un peu d'argent, mais ce qui fait peur c'est le prix d'un abri pour une nuit, qui est excessivement cher dans la capitale ... Pour résoudre ce problème «MosVpiska» a été conçu» - a écrit dans son blog Leonid Volkov, chef du siège d'Alekseï Navalny,[543]

À notre avis, c'est une action très intéressante pour les jeunes militants qui voulaient participer à de grands événements politiques et se sentir appartenir à l'équipe de Navalny.

Ainsi, au cours de leurs campagnes municipales, les candidats de Bordeaux et le jeune candidat de Moscou ont essayé d'impliquer le plus grand nombre de jeunes à participer à la course électorale. Le plus souvent, dans les deux cas, il s'agissait d'étudiants de 17 à 25 ans qui ont plus de temps libre que les jeunes qui travaillent déjà, et peuvent donc en consacrer une partie à la campagne pour les candidats. De plus, c'est la partie de la population qui passe le plus de temps sur les réseaux sociaux et s'y connait mieux que les autres. En étant connectés, ils pouvaient partager sur leurs comptes des nouvelles et des alertes sur les évènements à venir sur les pages des candidats. Mais afin de réussir à suivre la campagne d'un candidat du début à la fin, les jeunes devaient être préparés et fortement mobilisés par les chefs des mouvements de jeunesse à Bordeaux et les personnes en charge des volontaires dans la campagne d'Alexei Navalny.

En ce qui concerne l'autre candidat à la mairie de Moscou Sergueï Sobianine, ce n'est que dans le tout début de sa campagne électorale que les jeunes volontaires ont aidé à recueillir les signatures des citoyens à l'appui de sa candidature. Ils ont réussi à recueillir 120 000 signatures en 19 jours. Il convient de noter que Lyudmila Shvetsova, le chef du siège électoral de Sergueï Sobianine a fait une proposition intéressante pour la création du siège électoral de la jeunesse, qui aurait aidé à communiquer avec les Moscovites dans les rues. Cette proposition a été accueillie très favorablement par le maire sortant : «L'un des principaux problèmes de la ville, en dépit du fait que c'est la ville de la jeunesse, parce qu'il y a plus d'un million d'étudiants, c'est que les jeunes sont largement apolitiques et ce serait formidable de pouvoir impliquer les jeunes à l'aide d'un tel siège électoral de jeunesse, d'attirer leur énergie, leur souhait pour le bien de notre ville».[544] En conséquence, la proposition n'a pas été réalisée. Il y avait quelques

[543] Le blog de Leondid Volkov sur LiveJournal// LiveJoural.com. URL : http://leonwolf.livejournal.com/511590.html

[544] Avgousitn Severin. Sergueï Sobianine a supporté l'idée de créer le siège électoral de jeunesse// VM.ru. URL : http://vm.ru/news/2013/07/08/sergej-sobyanin-podderzhal-ideyu-sozdaniya-molodezhnogo-predvibornogo-shtaba-204140.html

partisans de Sobianine parmi les étudiants qui cherchaient activement à participer aux réunions, que le maire sortant organisait parfois avec les jeunes moscovites afin de connaître leurs besoins et problèmes. Globalement, comme nous l'avons déjà mentionné dans les premières parties de ce chapitre, Sergueï Sobianine n'a pas misé sur les jeunes pendant sa campagne, mais sur son électorat principal : les employés moscovites de plus de 45 ans.

Par conséquent, dans les deux prochains sous-chapitres, nous nous limiterons à l'expérience de la mobilisation des jeunes par les deux candidats français à Bordeaux et Alekseï Navalny à Moscou, et nous examinerons tout d'abord en quoi a consisté la mobilisation des mouvements girondins de jeunesse à travers leurs profils sur les réseaux sociaux et par la suite comment cela correspondait aux événements mis en place dans la vie réelle pour le soutien de Vincent Feltesse, Alain Juppé et Jacques Colombiers. Dans le sous-chapitre 4.2.2 nous nous pencherons sur les raisons pour lesquelles Alekseï Navalny a fait intervenir un aussi grand nombre de jeunes bénévoles dans sa campagne municipale, et quel genre de travail de propagande ils ont exécuté d'abord sur Internet et puis sur le terrain pour augmenter la cote de popularité du candidat d'opposition chez les Moscovites.

4.2.1 La participation des adhérents des branches girondines des Jeunes Populaires, du Mouvement des Jeunes Socialistes et du Front National de la Jeunesse dans la campagne municipale à Bordeaux

Pour les jeunes français, il est très important de défendre leurs opinions y compris politiques et voir la démocratie en action. Pour améliorer le fonctionnement de la démocratie, il est fondamental de pouvoir agir, à son propre niveau comme au niveau de la collectivité. C'est pour cela que les jeunes français cherchent toujours à participer aux campagnes électorales qu'elles soient au niveau local ou national. Ils rejoignent les branches régionales des mouvements de jeunesse des partis politiques et par la suite ont la possibilité de présenter la jeunesse française au sommet et d'être entendus par les politiciens ou rester des partisans indépendants actifs en ligne ainsi que sur le terrain.

Alors, pendant les dernières élections municipales en France, les branches girondines des Jeunes Socialistes, des Jeunes Populaires et des Jeunes du FN se sont mises à faire campagne avec une ardeur au travail pour tous les candidats qu'ils supportent dans toutes les villes du département. A Bordeaux, la lutte principale s'est déroulée entre les Jeunes Populaires et les Jeunes socialistes qui supportaient Alain Juppé et Vincent Feltesse respectivement. Ils faisaient de la propagande pour ces deux candidats aux municipales sur les sites de leurs

mouvements, leurs pages officielles sur Facebook, Twitter, Instagram et Flickr. Aussi, ils participaient à tous les évènements organisés par les candidats eux-mêmes dans le cadre de la campagne et par les chefs de leurs mouvements pour parler aux gens dans les rues et convaincre les indécis.

Lorsque les deux candidats annonçaient régulièrement les réunions à venir avec eux via leurs comptes sur les réseaux sociaux pendant la campagne, c'étaient toujours les représentants de ces deux mouvements de jeunesse qui étaient les premiers à les partager sur leurs propres pages et les pages officielles des branches girondines. Ils les faisaient circuler entre leurs «amis» parce que leur but principal était de mobiliser le plus grand nombre possible de jeunes bordelais pour leur participation active à la campagne et aux élections. De plus, ils tentaient de faire le plus souvent du porte-à-porte dans les différents quartiers de Bordeaux pour avoir un vrai contact avec les citoyens, se mettre au courant de leurs besoins et problèmes et faire changer d'avis ceux qui étaient déterminés à s'abstenir de voter.

D'ailleurs, il y avait un but commun qui a uni les Jeunes Socialistes et les Jeunes Populaires à Bordeaux : empêcher le Front National avec Jacques Colombier en tête de liste «Bleu Marine» à Bordeaux de gagner suffisamment de votes aux élections, ce qui donne le droit d'envoyer ses représentants au Conseil Municipal. Au final, le candidat du Front National a obtenu 6% des voix ce qui lui a permis d'obtenir deux sièges au Conseil. Il était évident selon les sondages que dans le département Gironde les candidats frontistes n'arriveraient pas en tête. Cependant le FN qui monte en puissance en France au fur et à mesure depuis l'arrivée au pouvoir de François Hollande et a gagné un score national de 26% lors des dernières départementales, a quand-même su alarmer les représentants des deux autres principaux partis politiques de sa poussée importante car il y a de plus en plus de français qui sont prêts à voter pour ce parti d'extrême droite et ne voient presque aucune différence entre le PS et l'UMP et surtout la politique qu'ils mènent. Désormais ces deux grands partis politiques doivent compter avec le FN qui devient de plus en plus populaire auprès de la population française.

Par ailleurs il est à noter que malgré le fait que Jacques Colombier n'a pas été très actif pendant la campagne municipale, les jeunes du Front National de la Gironde se sont beaucoup mobilisés en ligne ainsi que dans la vie réelle pour appuyer leur candidat. Il est intéressant que leur site officiel[545] ait contenu beaucoup plus d'informations sur le programme du candidat frontiste et des évènements à venir dans le cadre de sa campagne que le site officiel[546] de Jacques Colombiers lui-même où il y avait plutôt un désordre complet ce qui donnait l'impression d'absence de programme et peu d'idées pour améliorer la ville.

[545] Le site officiel des jeunes du FN en Gironde// URL : http://fninfos.fr/
[546] Le site officiel du FN en Gironde// URL : http://www.fn33.fr/

Parmi les plus grandes actions organisées par les jeunes du FN de la Gironde dans le cadre de la campagne de Jacques Colombiers, nous pourrions relever une manifestation contre le centre islamique de Bordeaux qui a eu lieu le 8 février 2014 à la place Stalingrad afin de défendre la laïcité en France. «Stopper» le projet de Mosquée est devenu un des 6 thèmes principaux du programme du candidat frontiste qui dans son entier s'articulait autour de l'opposition aux suggestions d'Alain Juppé et de Vincent Feltesse, ce que les jeunes du FN de la Gironde mettaient en relief sur leur site officiel. En outre, ils postaient toute l'information sur les réunions et les discours à la radio avec Jacques Colombier sur leurs comptes sur Facebook et Twitter. La propagande réalisée par ce mouvement en faveur du candidat frontiste lui a pourtant permis de prendre la troisième place aux élections et par la suite de représenter le FN au sein du Conseil municipal malgré l'impréparation de Jacques Colombiers lui-même à la course électorale, ce qui était visible sur son site et réaffirmé par Jean-David Eyquem, responsable du Front National de la Jeunesse de la Gironde.

Ainsi, parfois la propagande active des jeunes militants, surtout dans l'espace Internet, peut peser fortement sur l'augmentation de la cote de la popularité d'un candidat aux élections. Donc dans le sous-chapitre suivant 4.2.1.1 nous verrons comment les Jeunes Populaires de la Gironde ont contribué à la réussite absolue d'Alain Juppé aux municipales alors que dans le sous-chapitre 4.2.1.2 nous examinerons de quelle manière les Jeunes Socialistes de la Gironde faisaient campagne pour Vincent Feltesse et promouvaient son image politique par le biais de leurs pages sur Facebook et Twitter, site officiel et porte-à-porte à Bordeaux.

4.2.1.1 La campagne d'Alain Juppé en ligne et sur le terrain par les Jeunes Populaires de la Gironde

Dès l'annonce du lancement de la campagne municipale par Alain Juppé, les Jeunes Populaires de la Gironde se sont activés. Leur slogan de propagande en faveur du maire sortant qu'ils ont commencé à poster sur toutes les pages des réseaux sociaux où ils étaient présents a été le suivant : «Présence sur le terrain et mobilisation jusqu'au bout». Ils ont essayé de le suivre lors de toute la campagne. A la suite de l'interview avec Benoît Grange, responsable départemental des jeunes Populaires Gironde, nous avons appris que le mouvement a réussi à faire 35 000 porte-à-porte sur l'objectif de 50 000 fixé avec Alain Juppé ce que ses adhérents considéraient comme un bon résultat. Le responsable des Jeunes Populaires Gironde a souligné qu'ils se rendaient dans les divers quartiers de Bordeaux où la communication avec les citoyens a eu lieu dans une ambiance conviviale. Surtout, d'après Benoît Grange, les porte-à-porte se

passaient fructueusement au marché des Capucins et à celui des Chartrons les weekends où le maire sortant assurait faire ses courses lui-même.[547]Il y avait toujours beaucoup de monde et normalement les gens vont au marché de bonne humeur, prêts à parler à d'autres personnes et aux vendeurs ce qui est le plus important pour faire campagne. En plus c'est l'abstention des électeurs potentiels que craignait le plus les Jeunes Populaires Gironde et l'équipe d'Alain Juppé. Par exemple, au même marché des Capucins, un quinquagénaire a manifesté son opinion : « Ça fait 55 ans que je ne vote pas, ce n'est pas maintenant que je vais commencer»[548], il fallait donc surtout essayer de convaincre les indécis. C'était évident que ce genre de personnes ne suit pas la campagne sur les réseaux, alors il n'y avait qu'une possibilité de leur parler sur le terrain et de les faire venir aux bureaux de vote.

En prenant en compte que le travail sur le terrain réalisé par des candidats et leurs équipes pendant une campagne joue un rôle prépondérant pour les résultats finaux au moins pour qu'il n'y ait pas beaucoup d'abstentionnistes parmi la population adulte, alors pour les jeunes il est nécessaire que les hommes et femmes politiques soient à leur écoute sur les réseaux sociaux, il leur faut une interaction avec des candidats en ligne. Cela s'est notamment révélé pendant la dernière campagne municipale en France où le numérique et les réseaux sociaux sont devenus omniprésents.

En ce qui concerne les réseaux sociaux, les Jeunes Populaires, en faisant campagne pour Alain Juppé devaient plutôt convaincre des indécis parmi les jeunes par le biais de 140 caractères sur Twitter. C'est sur ce réseau social que le Comité de Soutien des Jeunes à Alain Juppé (@Jeunesavecjuppé)[549] suivi par plus de 2 500 personnes et les Jeunes Populaires de la Gironde (@Jeunespop33)[550] suivi par environ 1 400 personnes, faisaient de la propagande pour le maire sortant. Ils participaient à toutes les rencontres et les réunions avec leur favori et mettaient au moins un statut toutes les 1, 5 – 2 minutes sur leurs comptes. Ainsi ils citaient soit des phrases-clé des discours d'Alain Juppé à propos des sujets différents soit les questions les plus intéressantes des citoyens et les réponses du candidat brièvement. Par la suite, les autres utilisateurs de Twitter n'ayant pas assisté à ces rencontres mais mettant à jour les pages de ces mouvements girondins des jeunes ou la page d'Alain Juppé, pouvaient être capables de tenir le fil de chaque conversation et partager des posts qui leur étaient plus proches, avec lesquels ils

[547] Armelle Hervieu. Municipales à Bordeaux : Juppé, Feltesse et Poutou font leur marché//Aqui.fr. URL : http://www.aqui.fr/politiques/municipales-a-bordeaux-ou-les-candidats-vont-ils-faire-leur-marche,9458.html
[548] Anne-Cécile Demulsant. Latifa Oulkhouir. Bordeaux : la bataille fait faussement rage// Bondy Blog en partenariat avec Libération. URL : http://bondyblog.liberation.fr/201402241307/bordeaux-la-bataille-fait-faussement-rage/#.VWRNatLtmko
[549] Le compte officiel du Comité de soutien de jeunes à Alain Juppé// Twitter. URL : https://twitter.com/JeunesAvecJuppe
[550] Le compte officiel du Mouvement des Jeunes Populaires de la Gironde// Twitter. URL : https://twitter.com/ jeunespop33

étaient d'accord ou pas. Ensuite ces postes soit restaient sans commentaires soit suscitaient une grande polémique chez leurs suiveurs. En plus, les suiveurs pouvaient également les partager sur leurs comptes et ainsi de suite. Tout cela se déclinait sous la forme d'un bouche-à-oreille.

D'habitude, pendant les réunions avec le maire sortant, les représentants des Jeunes Populaires de la Gironde et du Comité de soutien des Jeunes à Alain Juppé au nombre de 2 – 3 personnes étaient installés pas loin du candidat lui-même avec des ordinateurs portables sur lesquels ils étaient à la fois connectés à leurs pages officielles sur tous les réseaux sociaux où ils sont présents. De cette manière, ils pouvaient suivre tout ce qui se déroulait pendant les réunions et le transmettre en ligne. Ainsi, ils sont devenus porte-paroles de la campagne d'Alain Juppé dans l'espace Internet.

Si les tweet caffés avec Juppé ne se passaient déjà qu'en ligne, les représentants des mouvements girondins des jeunes restaient actifs à condition d'être connectés depuis leurs bureaux.

En ce qui concerne Facebook, les Jeunes Populaires de la Gironde et le Comité de Soutien des jeunes à Alain Juppé y partageaient les réunions à venir annoncées sur la page officielle du candidat lui-même et toute information complémentaire : des articles sur les évènements passés, des interviews avec le maire sortant et des résultats intermédiaires aux sondages. Ainsi, Facebook servait plus aux mouvements des jeunes soutenant Alain Juppé pour donner une image générale du déroulement de la campagne municipale qu'à convaincre des indécis et engager des débats. De plus, Facebook permet de mettre des photos ou des vidéos dans les postes, ce qui attire plus d'attention et arrête le regard des utilisateurs pour quelques secondes. Alors, cette capacité de Facebook est très utile pour relayer une annonce de rencontres et de réunions à venir.

Pour le site officiel des Jeunes Populaires de la Gironde, une application spéciale pour smartphones a même été créée afin d'avoir un accès simple et instantané à ses mis à jours et actualités.

Sur Instagram, les Jeunes Populaires de la Gironde et le Comité de Soutien des jeunes à Alain Juppé ont été également actifs sauf qu'ils essayaient d'y poster des photos assez différentes de celles sur Facebook. Il y avait plus de photos du maire sortant entouré de jeunes militants faisant campagne pour lui ou montrant des moments de travail au sein de son siège ou de préparation aux porte-à-porte. Tout cela représentait un côté «humain» de sa campagne. Cela donnait l'impression que nous pouvions «entrer dans les coulisses» et créait la proximité avec le candidat.

Ainsi, la manière de faire campagne en ligne en faveur du maire sortant Alain Juppé s'est distinguée de celle sur le terrain. Sur le terrain, il était nécessaire de créer une ambiance

amicale et conviviale prédisposant à une communication vivante tandis que sur les réseaux, il était important de susciter de grands débats et donner une belle image pour lancer une campagne de bouche-à-oreille réussie. Si pendant les porte-à-porte les jeunes militants ne pouvaient qu'aider le maire sortant, pendant la campagne réalisée en ligne sur les réseaux sociaux destinée plutôt à la jeune génération, le mouvement des Jeunes Populaires de la Gironde et le Comité de Soutien des jeunes à Alain Juppé se mettaient en avant pour atteindre un des objectifs les plus importants de la campagne : diminuer le nombre d'indécis et motiver des électeurs potentiels à venir aux bureaux de vote au jour de l'élection.

Dans le sous-chapitre suivant, nous examinerons si la propagande en faveur du candidat socialiste Vincent Feltesse a été menée par des Jeunes Socialistes de manière différente en ligne et sur le terrain comme c'est le cas pour celle d'Alain Juppé. Aussi, est-ce qu'il y avait des distinctions notables dans la manière des mouvements opposants de jeunes à faire campagne pour leurs candidats ou est-ce qu'ils s'en tenaient à peu près à la même panoplie de mesures ?

4.2.1.2 Le militantisme des Jeunes Socialistes de la Gironde pour Vincent Feltesse durant sa campagne municipale

Ayant suivi attentivement toute la campagne de Vincent Feltesse ainsi que d'Alain Juppé du début à la fin, nous avons eu l'impression que le camp de soutien du premier, comprenant des adhérents au mouvement des Jeunes Socialistes de la Gironde et des militants bordelais n'était pas plus actif sur le terrain que celui du second. En revanche, les Jeunes Socialistes de la Gironde étaient plus mobilisés contre leurs adversaires sur les réseaux sociaux et leur site officiel que les partisans faisant de la propagande pour le maire sortant et le mouvement des Jeunes Populaires de la Gironde.

D'après Camille Hollebecque, animatrice fédérale et présidente des Jeunes Socialistes en Gironde de 2014 à 2015, avec qui nous avons eu une interview juste quelques semaines après les élections municipales, les Jeunes Socialistes ont réussi à faire 35 000 porte-à-porte en faveur de leur favori sur les 50 000 fixés, le même nombre que les Jeunes Populaires ont réalisé pour Alain Juppé. Donc à ce niveau-là les deux mouvements opposés des jeunes ont été égaux dans la propagande pour leurs candidats.

Emmanuelle Fourneyron, qui a été en tête de la campagne de Vincent Feltesse, a confirmé que son équipe a réussi à faire beaucoup de porte-à-porte dans les divers quartiers de

Bordeaux et aussi d'apéritifs de proximité.[551]Elle a déclaré que Vincent Feltesse a adopté «une nouvelle façon de faire campagne, au plus proche des habitants mais aussi en étant très présent sur les réseaux sociaux».[552]Elle a aussi dit qu'il «s'est inspirée de diverses campagnes électorales à l'issue heureuse dans le monde. Et notamment des campagnes en provenance des Etats-Unis comme la dernière campagne présidentielle de Barack Obama».[553]

Pendant toutes les réunions organisées avec le candidat socialiste, à part les tracts et les dépliants posés sur une table dans le hall, il y avait plein d'autocollants et de badges avec des indications «Pour Vincent Feltesse», «Des jeunes avec VF» ou «Des jeunes socialistes». C'était un bon moyen proposé par l'équipe du candidat de se faire remarquer comme une partie de la campagne pour Vincent Feltesse. La même démarche a été déjà appliquée dans la campagne présidentielle de Barack Obama en 2012.

Lors des réunions, les Jeunes Socialistes de la Gironde ont été installé près du candidat socialiste pour transmettre tout ce qui se passait autour sur leurs compte de Twitter (@mjs_gironde) suivi par 650 utilisateurs[554] et compte de Facebook[555]suivi par environ 4 000 abonnés comme le faisaient des Jeunes populaires de la Gironde aux rencontres avec Alain Juppé. Ils essayaient aussi d'attirer le plus d'attention possible sur la personnalité de Vincent Feltesse et de citer ses phrases les plus marquantes et importantes afin de motiver les jeunes bordelais à voter pour lui, car toute sa campagne leur a été surtout destiné pour convaincre les indécis parmi les adultes présents sur les réseaux sociaux.

Une grande tâche se dressait devant toute l'équipe de Vincent Feltesse pendant sa campagne : récupérer un certain pourcentage de voix du maire sortant, très populaire auprès de la population bordelaise depuis 17 ans et continuant de l'être à la veille des élections d'après les sondages.

Voilà pourquoi toute la campagne de Vincent Feltesse a été principalement destinée à la jeunesse et beaucoup de jeunes ont fait partie de son équipe. Les jeunes sont les gens qui cherchent toujours quelque chose de nouveau, sont avides des changements, il est plus facile de les influencer que les adultes avec leurs opinions déjà établies. C'est pour motiver les jeunes de Bordeaux de regarder leur ville et sa gestion sous un aspect nouveau que Vincent Feltesse a fait partie des candidats aux municipales «qui ont eu la stratégie numérique la plus affinée et

[551] Armelle Hervieu. Municipales : Vincent Feltesse fait le point à mi-chemin // Aqui.fr. URL : http://www.aqui.fr/ politiques/municipales-vincent-feltesse-fait-le-point-a-mi-chemin,9313.html
[552] Armelle Hervieu. Municipales : Vincent Feltesse fait le point à mi-chemin // Aqui.fr. URL : http://www.aqui.fr/ politiques/municipales-vincent-feltesse-fait-le-point-a-mi-chemin,9313.html
[553] Armelle Hervieu. Municipales : Vincent Feltesse fait le point à mi-chemin // Aqui.fr. URL : http://www.aqui.fr/ politiques/municipales-vincent-feltesse-fait-le-point-a-mi-chemin,9313.html
[554] Le compte officiel du Mouvement des Jeunes Socialistes de la Gironde// Twitter. URL : https://twitter.com/ mjs_gironde/following
[555] Le compte officiel du Mouvement des Jeunes Socialistes de la Gironde// Facebook. URL : https://www.facebook.com/mjs.gironde?fref=ts

élaborée»[556], selon Pierre Guillou, conseiller de la stratégie numérique et dirigeant de la société Ideose.

Tous les jeunes sont très sensibles à tout ce qui se passe et surtout ce qui gagne en popularité dans l'espace des réseaux sociaux c'est pourquoi Vincent Feltesse a eu l'intention de créer un véritable buzz autour de son nom sur Internet.

Les Jeunes Socialistes ont nommé la campagne «Décide pour Bordeaux» pour soutenir la candidature de Vincent Feltesse. Elle se déroulait sous ce nom sur leurs pages des réseaux sociaux et site officiel. En effet les Jeunes Socialistes de la Gironde ne partageaient que des posts depuis des comptes officiels de Vincent Feltesse sur leurs comptes des réseaux sociaux mais aussi mettaient beaucoup de leurs propres suggestions et informations, alors ils étaient plus autonomes que les Jeunes Populaires de la Gironde. Ainsi, d'abord leurs propres projets en faveur du candidat socialiste apparaissaient tout d'abord sur leur site et c'est seulement après qu'ils les faisaient circuler sur les réseaux sociaux.

Par exemple, les Jeunes Socialistes de la Gironde ont lancé sur leur site 22 propositions pour changer le quotidien de la jeunesse bordelaise. Ils ont accordé aux internautes une faculté à choisir en ligne les 5 meilleures parmi elles. Ensuite grâce à leurs comptes sur les réseaux sociaux ils ont organisé leur propre évènement sous le Chapiteau des Jeunes Socialistes à la Victoire pour présenter le Pacte pour les Jeunes constitué de ces 5 priorités à Vincent Feltesse. Pour réunir beaucoup de monde sur cet évènement, le mouvement a fait appel à tous les jeunes bordelais via leurs pages des réseaux et site officiel : **«** Nous avons besoins de tes idées, de ton énergie, dans les écoles, les entreprises, les associations, les universités, mais aussi en politique et à tous les niveaux où se prennent les décisions pour apporter le regard d'une génération diverse… Le Chapiteau des Jeunes Avec VF, place de la Victoire, sera le terrain de cette rencontre où nous pourrons parler des réalités, des expériences et des idées nouvelles».[557]D'ailleurs cela restait dans le cadre de la campagne municipale de Vincent Feltesse et visait à augmenter sa cote de popularité bien que parfois c'étaient les Jeunes Socialistes qui avaient pris activement l'initiative pour faire campagne.

En outre, après chaque réunion pour fixer une impression positive et créer une envie de revenir chez les jeunes, le mouvement des Jeunes Socialistes de la Gironde a essayé d'organiser des petits concerts musicaux avec des boissons offertes.

---

[556] Nicolas Richaud. Muncipales : les réseaux sociaux peuvent-ils aider les candidats à gagner //LesEchos.fr. URL : http://www.lesechos.fr/25/02/2014/lesechos.fr/0203338313026_municipales---les-reseaux-sociaux-peuvent-ils-aider-les-candidats-a-gagner--.htm

[557] Venez débattre avec Vincent Feltesse, sous le Chapiteau des Jeunes Bordelais à la Victoire // le site officiel du Mouvement des Jeunes Socialistes en Gironde. URL : http://www.jeunes-socialistes33.fr/category/nos-idees-generales/nos-idees-thematiques/idees-societe/

Souvent le mouvement des Jeunes Socialistes de la Gironde a été très critique dans leurs posts par rapport à Alain Juppé et à la politique qu'il mène dans la ville. Ils appuyaient leur attitude défavorable sur des chiffres qu'ils citaient sur leurs comptes Twitter et Facebook. C'étaient plutôt des affiches créées sur photoshop avec l'indication des pourcentages de bordelais qui vivent sous le seuil de pauvreté, qui n'ont pas d'accès au logement social ou aux crèches pour leurs enfants. Selon les Jeunes Socialistes de la Gironde, «le nombre de ménages sous le seuil de pauvreté a atteint 18%**,** la part consacrée au social **s**ur le budget global de la ville s'est élevé à 2,74%, quand Grenoble y a alloué 7,2%, Nantes 5,9% et Toulouse 5,6%.

En ce qui concerne les logements sociaux, la situation est plus alarmante encore. En effet, depuis 2001, leur proportion n'a augmenté que de 1 point, pour passer de 15% à 16%, alors même que la loi SRU impose aux municipalités un taux minimum de 25%. Et encore une fois, d'autres maires ont choisi une politique ambitieuse en la matière : à Nantes 25%, à Strasbourg 28%».[558]Le fait que «Bordeaux se trouve parmi les dix plus importantes villes du pays où la fiscalité locale est la plus importante»[559] suscitait le plus grand mécontentement chez les Jeunes Socialistes de la Gironde ce qu'ils ont beaucoup répété via leurs posts sur leur site, Twitter et Facebook. Les Jeunes Socialistes de la Gironde ont divulgué tous ces chiffres afin de réduire le degré de confiance de la population au maire sortant populaire et de créer des doutes sérieux chez les jeunes sur sa capacité à redresser la situation actuelle et à améliorer le niveau de vie des bordelais. Ils avaient à gagner à leur cause des jeunes hésitants en les détrompant sur «une vraie» politique de la ville menée par le maire sortant.

Pendant la campagne municipale à Bordeaux nous nous sommes abonnés à la newsletter de l'équipe de Vincent Feltesse qui s'effectuait 2 – 3 fois par semaine sur le numéro de téléphone que nous avons donné. Ainsi nous recevions toutes les invitations à participer aux phonings et rencontres réelles pour faire campagne en faveur de Vincent Feltesse. Sinon l'équipe du candidat envoyait plein de petits textes aussi sur les portables annonçant des réunions et porte-à-porte à venir. Ces annonces étaient déjà prêtes et on nous proposait de les «copier/coller» pour les faire circuler sur nos propres comptes des réseaux sociaux et éveiller l'attention des électeurs potentiels. Ce mécanisme d'interaction avec des jeunes militants souscrits sur le site de la campagne électorale via leurs portables a été aussi emprunté par l'équipe de Vincent Feltesse à celle de Barack Obama pendant sa campagne présidentielle de 2012.

---

[558] Les Jeunes Socialistes présentent le vrai bilan d'Alain Juppé// Le site official du Mouvement des Jeunes Socialistes de la Gironde. URL : http://www.jeunes-socialistes33.fr/category/nos-idees-generales/nos-idees-thematiques/idees-societe/

[559] Les Jeunes Socialistes présentent le vrai bilan d'Alain Juppé// Le site official du Mouvement des Jeunes Socialistes de la Gironde. URL : http://www.jeunes-socialistes33.fr/category/nos-idees-generales/nos-idees-thematiques/idees-societe/

Ainsi, nous pouvons constater que le mouvement des Jeunes Socialistes de la Gironde a été plus actif et autonome dans sa manière de faire campagne pour Vincent Feltesse via les technologies numériques que le mouvement des Jeunes Populaires de la Gironde. Ils collaboraient pleinement avec l'équipe électorale de Vincent Feltesse en prenant souvent l'initiative et proposant leurs propres évènements de propagande qui fonctionnaient bien grâce à leur ambiance conviviale. Le fait que les Jeunes Socialistes de la Gironde étaient plus motivés et persistants pendant la campagne et même parfois plus agressifs par rapport à leurs adversaires que les Jeunes Populaires de la Gironde est lié à la popularité élevée d'Alain Juppé en tant que maire selon les sondages. Par conséquent les Jeunes Populaires de la Gironde restaient plus calmes en faisant campagne et avaient la certitude du triomphe de leur favori.

En outre, nous avons vu que l'équipe de Vincent Feltesse utilisait les mêmes pratiques dans son travail avec des jeunes militants et sa manière de faire campagne sur le terrain ainsi qu'en ligne que celles élaborées par des technologues politiques travaillant dans l'équipe de Barack Obama pendant les présidentielles aux USA en 2012. En cela Vincent Feltesse qui a tiré profit de l'expérience américaine dans sa campagne ressemble beaucoup à son homologue russe Alekseï Navalny qui suivait aussi l'exemple de Barack Obama dans la manière d'être présent en tant que candidat sur le terrain et en ligne pendant sa campagne municipale à Moscou, ce que nous avons noté dans l'un des sous-chapitres précédents 4.1.2. Dans les trois sous-chapitres suivants nous examinerons de quelle façon le candidat d'opposition russe aux municipales suivait également l'exemple de l'actuel président américain dans son travail avec des bénévoles et dans la manière à les mobiliser pour la participation active dans sa campagne.

4.2.2 L'implication des bénévoles dans la campagne municipale d'Alekseï Navalny : l'utilisation de l'expérience américaine lors de la campagne de Barack Obama en 2012

Dans le sous-chapitre 4.1.2 nous avons considéré que dans sa campagne électorale sur les réseaux sociaux le candidat russe à la mairie de Moscou Alekseï Navalny a repris une grande partie de l'expérience de l'actuel président américain Barack Obama lors de son scrutin présidentiel. En ce qui concerne la participation à grande échelle des volontaires dans la campagne d'Alekseï Navalny, c'était également une sorte d'emprunt de l'expérience américaine accumulée car l'implication des bénévoles dans la participation à une campagne électorale est une longue tradition dans la pratique des relations publiques des politologues américains. D'une part, les bénévoles facilitaient le travail du siège électoral des candidats, qui ne réussissait à

gérer le «roulement» quotidien, d'autre part l'organisation d'un mouvement des bénévoles à l'appui du politicien permettait de mobiliser des partisans et de faire preuve du fait que le candidat est populaire. La psychologue politique russe E. Egorova-Gantman dans son œuvre «L'image du leader» note que le rapport «leader – partisans» est le facteur dominant dans la détermination du leadership.[560] Des partisans choisissent des leaders : l'évaluation des candidats potentiels dépend de la manière dont l'orientation politique des partisans est en corrélation avec le comportement d'un leader. En d'autres termes, établir des relations avec les bénévoles pour Barack Obama était nécessaire pour son approbation aux yeux du public comme leader politique. La campagne présidentielle de 2012 aux États-Unis n'est pas une exception. Cependant, l'attention des politologues vers des bénévoles a considérablement augmenté, un certain nombre de nouvelles méthodes de travail avec eux a été élaboré. Au total, plus d'1,5 millions de bénévoles ont participé à la campagne de l'actuel président des USA. Ils ont exécuté un grand travail : ils envoyaient des e-mails, faisaient des appels téléphoniques et même rendaient des visites aux électeurs pour expliquer le programme d'Obama. L'information sur les rendez-vous a été incluse dans une base de données électroniques dans laquelle un bénévole laissait son évaluation de l'intention de chaque électeur à voter pour Barack Obama. Cela permettait de déterminer s'il faut faire une visite réitérée à un électeur. Une attention particulière au travail avec des bénévoles a été donnée dans l'espace d'Internet. Sur le site Internet de la campagne d'Obama a été ouverte une section entière dédiée aux bénévoles – «Organizing for action» («On s'organise pour l'action»). Dans cette section, en particulier, il y avait un formulaire pour l'inscription en ligne des bénévoles - «Volunteer for Barack» («Bénévolat pour Barack»), au-dessus duquel il y avait une légende disant que «le succès de la campagne ne dépendra que des bénévoles» et un appel à créer des équipes de bénévoles dans chaque Etat.

Le travail avec des bénévoles a permis à Barack Obama d'établir un système horizontal de relations avec ses partisans, dans lequel chacun, après avoir rejoint l'affaire commune, se sentait égal aux autres. Obama lui-même, devenant ainsi le premier parmi les égaux – dans la psychologie des électeurs américains ce fait signifiait que cet homme politique était l'incarnation d'un vrai leader de pays démocratique. Les spécialistes des relations publiques de l'équipe d'Alekseï Navalny pendant sa campagne électorale à Moscou ont emprunté cette stratégie de travail avec des bénévoles. Il y avait plus de 20000 bénévoles qui ont été impliqués dans sa campagne, pour laquelle chacun faisait de la propagande et participait à l'organisation d'événements. A la suite de l'exemple d'Obama Alekseï Navalny a créé un siège des bénévoles. A la base de son travail a été prévu le même principe de liens horizontaux.

[560] E.V. Egorova-Gantman. L'image du leader. M. : Société «Connaissance», 1994. 265 p.

L'entrée au siège était libre, tout le monde pouvait venir et parler avec les dirigeants de l'équipe de l'opposant. Chaque bénévole pouvait intervenir avec une proposition, prendre part au lancement des projets électoraux. Par exemple, les bénévoles ont lancé le projet «Métro», impliquant la propagande dans le métro de Moscou et en contournant la loi existante (la législation russe prévoit que la campagne est interdite dans le métro, mais elle ne spécifie pas qu'il est interdit de faire campagne dans les voitures des trains et le hall des stations). Navalny était présent lui-même souvent au siège, ses propositions sur la campagne ont été discutées collectivement par le biais de «brainstorming». En plus chaque bénévole pouvait poser une question à l'opposant qui l'intéressait. Dans le cadre du travail des bénévoles des équipes particulières ont été créées : sur le site Internet il y avait un formulaire, après l'avoir rempli un bénévole pouvait devenir demandeur du «Cube de propagande» (les tentes de propagande, où il y avait une distribution des tracts du candidat). Le premier demandeur devenait chef du «Cube», et puis il rassemblait une équipe de 5 à 10 personnes, qui par la suite faisaient de la propagande. En outre, on pouvait voir le travail actif avec des bénévoles en ligne. L'équipe d'Alekseï Navalny copiait des élaborations des technologues de Barack Obama : le site d'Alekseï Navalny, candidat à la mairie, est devenu une plateforme principale pour la coordination des bénévoles. Là en bas près de la section «Dons» une section «Devenir bénévole» a été créée. Il était possible de rejoindre le mouvement des bénévoles de la même manière qu'aux États-Unis en ligne, après avoir rempli le questionnaire de bénévolat sur le site. Cependant, contrairement au site d'Obama, Alekseï Navalny mettait des nouvelles sur les bénévoles dans son fil d'actualité personnalisé sur Twitter.

Entre temps, en dépit de la création active de l'atmosphère libérale dans le siège, Alekseï Navalny n'a pas vraiment réussi à construire le travail à la base des relations horizontales. À la fin du mois d'août 2013 un scandale a éclaté : l'un des bénévoles, Paul Kurdyumov, a accusé la direction du siège de l'opposant de blanchiment d'argent.[561] Il a dit que dans le siège une structure hiérarchique rigide s'était développée et que tout était «dirigé par le cercle des familiers d'Alekseï Navalny».[562] Le bénévole a souligné qu'en étant l'organisateur du projet «Métro», il en a été éliminé à la demande de l'un des chefs du siège, car il aurait fait des difficultés à la mise en œuvre des schémas noirs financiers et à la redistribution de l'argent pour le projet. Au final l'équipe de Navalny a réussi à étouffer ce conflit.

Dans le sous-chapitre suivant 4.2.2.1 nous examinerons de quelle manière exactement des volontaires pouvaient devenir bénévoles de l'équipe de Navalny via le site Internet et

[561] Le bénévole vexé a dénoncé «l'enfer dans le siège de Navalny» // Segodnia.ru. URL : http://www.segodnia.ru/news/127344

[562] Le bénévole vexé a dénoncé «l'enfer dans le siège de Navalny» // Segodnia.ru. URL : http://www.segodnia.ru/news/127344

comment leurs activités en ligne étaient livrées à une large publicité tandis que dans le sous-shapitre 4.2.2.2nous verrons quelles activités hors ligne à l'appui du candidat d'opposition ont été mises en pratique par le siège des bénévoles.

4.2.2.1 La propagande en ligne en faveur d'Alekseï Navalny par les bénévoles de son équipe

Le site de l'équipe d'Alekseï Navalny[563] réunissant toutes les possibilités de promouvoir un candidat est incontestablement devenu le porte-parole de la propagande sur Internet. Le sens de «l'équipe de Navalny» consistait en ce qui suit : une personne qui voulait faire campagne pour Alekseï Navalny s'enregistrait sur le site team.navalny.ru et dès lors pouvait participer à la diffusion de la propagande. Il est intéressant de noter que tous les bénévoles qui travaillaient pour l'opposant candidat faisaient cela volontairement sans gagner d'argent pour leur travail comme à la présidentielle de Barack Obama en 2012. Ainsi, étant devenu bénévole, on vous proposait sur le site de :

- Faire campagne dans le métro
- Faire campagne aux «Cubes de propagande» dans les différents quartiers de Moscou
- Faire campagne en automobile de propagande
- Faire campagne dans les embouteillages
- Accrocher une bannière sur votre balcon
- Aider à la réalisation d'un sondage d'opinion publique
- Coller un autocollant sur la voiture
- Décorer votre vélo
- Alerter des Moscovites sur Vkontakte en envoyant des messages aux amis
- Mettre un signe «Pour Navalny» sur l'avatar sur les réseaux sociaux
- Changer le nom de votre réseau wi-fi pour «Pour Navalny»
- Faire de la propagande pour Navalny entre amis
- Distribuer des journaux, autocollants, tracts
- Aider des bénévoles d'autres villes en les logeant
- Aider à organiser des réunions avec les électeurs
- Participer au projet «Navalny dans chaque foyer»

[563] Le site de l'équipe d'Alekseï Navalny // URL : www.navalny.team.ru

Parfois, les idées et les projets des bénévoles dépassaient toutes les attentes. Ainsi, une vidéo «Bulletin», créé par Maxim Perepelkin, l'un des bénévoles du siège de Navalny, et mis sur Youtube, a récolté un très grand nombre de vues et de partages. «Cette vidéo a commencé à circuler en ligne avec un rythme fou, récolter beaucoup de vues elle-même, et même la bande sonore de cette vidéo résonait partout dans le bureau» - a raconté Ekaterina Patyulina. En effet, en seul jour cette vidéo a recueilli plus de 200 000 vues sur Youtube. Elle proposait de mettre sur le bulletin de vote n'importe quel signe à côté du nom Navalny. Que mettre – coche, croix et ainsi de suite – un électeur devait choisir lui-même. Contrairement à la propagande traditionnelle, les appels directs à voter pour le candidat «correct» manquaient. Alekseï Navalny lui-même a évalué cette vidéo : sur son blog il a remercié l'auteur et a appelé ses partisans à la distribuer. «Dans cette vidéo sa simplicité accroche tout le monde. Il y a seulement un carré qui est au centre de l'attention»[564] - a dit dans une de ses interviews pendant la course électorale l'opposant. «Je pense que c'est un art particulier quand tu définis les règles du jeu et puis tu agis dans ce cadre. Bien sûr, je suis chanceux. C'est ma première vidéo, qui a été vue par 200.000 personnes, c'est ma première création que j'ai fait moi-même du début à la fin»[565] - a déclaré dans une interview l'auteur de la vidéo Maxim Perepelkin.

Pendant la campagne, nous avons souscrit au site team.navalnyy.ru, afin de nous tenir au courant de la constante diffusion des nouvelles sur la campagne. La diffusion de mails de la part de l'équipe de Navalny a eu lieu environ 2 fois par semaine avec les chiffres précis de la cote de popularité du candidat à ce moment-là qui d'ailleurs augmentait constamment. Des lettres contenaient également des demandes pour aider à renforcer la participation à la campagne et encourager les autres à faire campagne. Même au jour de l'élection nous avons reçu trois lettres du site team.navalny.ru. La première lettre a été envoyée 7 heures avant la fin du scrutin avec une demande à tous les bénévoles d'essayer de ramener encore 20 000 personnes aux bureaux de vote avant 20h. Pour cela il fallait que chaque bénévole puisse convaincre 3 personnes de venir et voter pour Navalny pour qu'il y ait un second tour. La deuxième lettre courte est venue une heure avant la fin de l'élection avec une demande d'essayer d'influencer les résultats alors que ce n'étais pas encore tard. Enfin la troisième a été reçu une heure après la clôture des bureaux de vote appelant des bénévoles à venir sous les fenêtres des commissions électorales dans chacun de leurs quartiers puisque d'après cette lettre «la pratique montre qu'étant sous le contrôle des civils (même depuis la rue), les commissions, en règle générale, ont peur de faire des infractions graves (par exemple, une élimination des

[564] Michail Rostovsky. Sobianine comme Hamlet et Navalny comme Maure// MK.ru. URL : http://www.mk.ru/politics/2013/07/30/891806-sobyanin-kak-gamlet-navalnyiy-kak-mavr.html
[565] Daniil Traboun. Comment a été réalisé la vidéo électorale de Navalny «Bulletin»// Lookatme.ru. URL : http://www.lookatme.ru/mag/people/experience/195777-navalny

observateurs, l'enlèvement des bulletins des bureaux de vote etc). A la fin de la lettre il y avait un ajout : « Votre tâche est par le fait même de votre présence de montrer que les cas de violations flagrantes ne resteront pas sans écho, et au moins sans témoins. Restez si possible près de la commission électorale de quartier jusqu'à ce que les urnes scellées soient déposées dans une voiture à la direction de la commission électorale régionale (environ 00 heures)».

En outre, un mois après les élections tous les bénévoles qui ont participé à la campagne et ont souscrit à la newsletter de team.navalny.ru ont reçu des enquêtes de 13 pages dans le but d'apprendre de quelle manière exactement chaque bénévole a su aider la campagne en ligne et dans la vie réelle à la fois, comment il évalue le niveau de satisfaction pour son travail et le travail accompli par l'équipe pendant la campagne, quelles méthodes de propagande étaient les plus efficaces, à son avis, et enfin les défauts et les choses à améliorer dans la campagne.

Nous pouvons dire que l'équipe de Navalny a vraiment mené un travail très approfondi et minutieux avec les bénévoles en ligne. Tous les moyens possibles ont été mis en œuvre pour que Navalny grâce à une forte propagande et par la suite un grand pourcentage de votes puisse passer au deuxième tour, qui ne s'est pas tenu finalement. Après le dépouillement et la détermination du vainqueur l'équipe de Navalny envoyait à tous les bénévoles encore quelques lettres de gratitude en leur demandant de ne pas se démoraliser à cause des résultats car selon l'opinion du siège de Navalny «ils ont participé à a plus grande campagne politique indépendante russe depuis les 17 dernières années». En outre, il a été souligné qu'à ce stade ce n'est pas fini et la lutte continue : la préparation a immédiatement commencé pour les élections à la Douma de Moscou, qui ont eu lieu le 14 Septembre 2014.

Dans le sous-chapitre suivant nous verrons quels fruits a porté le travail réalisé par les bénévoles du siège de Navalny en ligne et quelles activités en réalité ont suivi la propagande sur les réseaux sociaux.

4.2.2.2 De la propagande en ligne vers la propagande hors ligne par les bénévoles de l'équipe de Navalny : la naissance d'une «nouvelle société civile» à Moscou grâce à la mobilisation de l'électorat de protestation

Le travail avec des bénévoles dans l'espace hors ligne a été également construit sur la base des méthodes développées par les technologues d'Obama. Comme Obama, Alekseï Navalny organisait des formations pour les bénévoles dédiées à des tactiques de propagande. Des événements informels ont eu lieu pour les bénévoles – des «week-ends de siège» et des pique-niques. Les week-ends se tenaient sous forme corporative : par exemple, pendant le

week-end du 11 Août 2013 la scène improvisée sur laquelle des musiciens ont joué a été mise en place et le «buffet» a été également organisé. Dans le cadre de cet évènement il y avait une rencontre avec l'opérateur et le réalisateur Pavel Kostomarov, Navalny lui-même a pris la parole devant tout le monde.

En somme les bénévoles ont fait un énorme travail dans la vie réelle : ils ont fait campagne dans 3000 «Cubes», où ils ont distribué plus de 23 millions de tracts et de journaux. Le siège de la campagne est passé de 8 à 300 personnes.

Le travail réussi de l'équipe d'Obama avec les bénévoles a permis de créer un mouvement social OFA (Organisation pour l'action) après les élections en janvier 2013, basé sur le réseau formé des bénévoles et conçu pour aider le président réélu dans l'accomplissement de ses promesses de campagne. Cette pratique a été utilisée plus tôt en Russie : un nouveau mouvement social FPR («Front populaire pour la Russie»), désormais «Front populaire panrusse» a été lancé comme un projet des partisans de Poutine, qui ne faisaient pas partie du parti au pouvoir «Russie Unie ». L'utilisation d'une telle expérience par des spécialistes des relations publiques de l'équipe de Navalny aurait permis de garder une communauté de volontaires créée lors de la campagne et d'établir une grande organisation susceptible d'aider à la mise en œuvre des projets de l'opposant.

À la fin de l'élection Alekseï Navalny avec son épouse Julia est immédiatement venu à la place Bolotnaya, un lieu de réunion pour l'opposition russe à Moscou. Il a remercié tous les participants et tous les électeurs qui l'ont soutenu : «Je suis au rassemblement des personnes fatiguées : vous n'avez pas dormi depuis quelques nuits. Mais je suis heureux. Merci d'être venus ici encore une fois. Quand je dis que je ne suis qu'une petite partie d'une grande campagne, c'est vrai».[566] L'ancien candidat à la mairie a déclaré que lors de ces élections «en Russie la véritable opposition est née, ainsi que la vraie politique».[567] Il a également rappelé le nombre de ses partisans et à quel point chacun d'eux a beaucoup travaillé.

Sur Internet la diffusion en direct de l'événement a été disponible. Sur Twitter, des utilisateurs ont partagé des photos panoramiques depuis la place avec des appels : «Venez».

«Je sais comment transformer une voiture en rouleau compresseur qui écrasera la «Russie Unie» et tous les escrocs et vole notre pays»[568] - a dit le chef de l'opposition lors de son discours, promettant qu'il va collaborer avec les autres partis et mouvements. Cependant Navalny a souligné qu'il n'a pas l'intention d'appeler ses partisans à des manifestations

[566] Navalny a pris la parole devant une foule de milliers de partisans à la place Bolotnaya// NEWSru.com. URL : http://www.newsru.com/russia/09sep2013/navmit.html
[567] Navalny a pris la parole devant une foule de milliers de partisans à la place Bolotnaya// NEWSru.com. URL : http://www.newsru.com/russia/09sep2013/navmit.html
[568] Navalny a pris la parole devant une foule de milliers de partisans à la place Bolotnaya// NEWSru.com. URL : http://www.newsru.com/russia/09sep2013/navmit.html

violentes, et s'il a par hasard besoin de retourner les voitures et de mettre le feu, il le dira ouvertement.

Satisfait des résultats de l'élection et du rassemblement, Navalny a annoncé la fin de l'événement. Les gens ont commencé à quitter la place. Le journaliste Aleksander Plushev ayant quitté la foule, a écrit sur son Twitter, qu'il y avait environ 20-25 milles personnes[569] lors du rassemblement, tandis que la police moscovite a annoncé neuf mille manifestants. Alekseï Navalny a donné des autographes et communiqué avec le public.

Pendant ce temps, la diffusion en ligne de son discours sur le web a été regardée par 600 000 personnes selon le journal «Moskovski Komsomolets».[570] Le journal a également écrit que depuis la scène une déclaration était faite disant que la Commission électorale moscovite était prête à examiner des plaintes de Navalny et à recompter des voix. «Le recompte ! Le recompte !» - a scandé la foule. Il faut noter que vers 22 heures aucune confirmation formelle du dépôt de la demande d'un recompte des votes n'a été signalée par la Commission électorale moscovite.

La campagne de Navalny a immédiatement commencé après la déclaration du maire sortant Sergueï Sobianine sur sa retraite anticipée (le 4 juin, 2013). La participation au processus électoral pour l'opposant est devenue non seulement la possibilité d'obtenir une partie de l'attention et de gagner un peu de poids politique, mais aussi une issue par le biais duquel il était possible de transformer un procès sur son affaire de la forêt de Kirov en procès politique. D'ailleurs, Alekseï Navalny n'avait pas les mêmes ressources que les candidats des autres partis. Son seul avantage aux premières étapes de la campagne par rapport aux autres opposants a été son image médiatisée au niveau fédéral, ainsi qu'un grand pool loyal de journalistes formé autour de lui. La campagne se déroulait en l'absence de nouvelles importantes politiques fédérales : La Douma d'Etat était en vacances, le gouvernement menait des réunions ordinaires d'été sans intention de discuter de grands projets. En conséquence les possibilités d'entrer dans un espace média avec des commentaires politiques forts étaient limitées. Pendant ce temps, l'intérêt pour la campagne de Moscou a grandi : les problèmes de la ville, les actions des candidats dans la campagne électorale et même le travail technique des sièges des candidats à la mairie de Moscou ont été un point de mire de la presse fédérale. Les technologues de PR ont pu créer leurs propres occasions informationnelles et ont accordé à Alekseï Navalny la faculté d'être promu pendant son travail avec des électeurs. Malgré les commentaires de certains

[569] Navalny a pris la parole devant une foule de milliers de partisans à la place Bolotnaya// NEWSru.com. URL : http://www.newsru.com/russia/09sep2013/navmit.html

[570] Dmitry Katorjnov. Natalya Rojkova. Kirill Stepounin. Le rassemblement des partisans de Navalny : reportage en ligne// MK.ru. URL : http://www.mk.ru/politics/article/2013/09/09/912600-miting-storonnikov-navalnogo-na-bolotnoy-onlaynreportazh.html

utilisateurs de Vkontakte sur l’absence de la vraie propagande pour des candidats, nous pouvions voir une véritable lutte politique pendant la campagne municipale de Moscou en 2013.

Cependant, le succès de la campagne de Navalny, qui a gagné 27% des voix, a montré que l'expérience des politologues occidentaux en Russie, au moins dans les grandes villes, est applicable. La campagne de relations publiques réussie sur Internet est ainsi en mesure de couvrir une partie importante des électeurs potentiels. De plus le travail avec l'électorat de protestation à Moscou qui est, selon certains analystes politiques, l'embryon d'une «nouvelle société civile» dans le pays, dans l'espace hors ligne – dans la rue – permet de mobiliser les partisans du candidat de telle façon qu’ils viennent non seulement aux bureaux de vote mais aussi participent à diverses actions de communication. Grâce à l'utilisation de ces ressources Alekseï Navalny a pu démontrer un bon résultat aux élections.

CONCLUSION

1. A la suite de notre recherche nous avons établi qu'il y a les approches suivantes envers la société de l'information: 1) l'approche post-industrielle portant sur la transition progressive de la société industrielle vers la société post-industrielle qui selon certains chercheurs occidentaux est également comparable à la transition vers la société de l'information 2) l'approche technologique qui est basée sur la nécessité de développer en premier lieu de nouvelles technologies de l'information 3) l'approche de Manuel Castells qui évite le terme «société de l'information», puisque selon lui toutes les sociétés d'une certaine manière ont utilisé l'information et par conséquent étaient informationnelles, de même que toutes les sociétés dans une certaine mesure ont été industrialisées.

Outre cela nous avons étudié les réflexions de Manuel Castells sur la société en réseaux insérée dans le contexte plus large de la révolution technologique et de la théorie de la société de l'information. Manuel Castells suit scrupuleusement les conséquences des changements technologiques dans la division du travail, la production, la circulation des capitaux, les institutions publiques et gouvernementales, les médias, etc. La mobilité et la flexibilité croissantes qui ont touché toutes les sphères de l'activité humaine, font une transition naturelle vers les formes réseautiques d'organisation de diverses sphères de l'activité humaine c'est à dire plus diversifiées et «lointaines» et technologiquement impossibles hier.

L'appareil philosophique des traditions du poststructuralisme et du postmodernisme donne un avantage à la philosophie française par rapport aux autres écoles nationales dans la compréhension des réalités de la société en réseaux. Deleuze et Guattari font regarder différemment l'ordre et la structure du monde. Le monde peut être polycentrique, il peut ne pas avoir de système et d'unité. Et s'il est tel, il ne peut pas être compris dans son unité, ne peut pas être couvert par des catégories de pensée habituelles – spécialisées logocentristes. Les auteurs parviennent à montrer l'altérité du monde en réseaux, un sentiment d'impuissance en face de lui et se rendre compte de la nécessité d'une reprise de conscience de la réalité. Et si cela n'implique pas encore des projections sociologiques pratiques, un sens de la profondeur métaphysique des transformations en cours est suffisant pour éveiller à la naissance une nouvelle société en réseaux.

En outre de l'école française avec sa compréhension de la société en réseaux nous avons examiné également dans la première partie de notre thèse la synergie, l'approche des savants Prigogine et Haken, qui formulent le concept de complexité, sans laquelle il est impossible de formuler d'autres concepts de base de la théorie moderne du réseau ainsi que l'approche

matricielle qui opérationnalise la notion de réseau dans le but de l'étude des relations de groupe et l'approche géométrique de R. Burt qui examine l'effet des communications sociales à travers le prisme des contacts spatiaux.

2. Ensuite nous avons mis au point la valeur fondamentale d'une notion «réseau social». Ainsi, selon notre recherche le réseau social est une plateforme en ligne, un site qui permet aux utilisateurs enregistrés de publier des informations sur eux-mêmes et de communiquer les uns avec les autres, en établissant des connexions sociales. Le contenu de ce site est créé directement par les utilisateurs (UGC - user-generated content[571]).

Le réseau social relie les gens de différentes nationalités, religions, professions, groupes sociaux, âges, sexes, et ainsi de suite. Tous les utilisateurs du réseau social ont la possibilité de communiquer directement entre eux, sans l'utilisation d'outils supplémentaires, comme le courrier électronique ou les messageries, de commenter des statuts exprimant leur opinion. Le réseau social a également des outils pour créer des communautés d'intérêt, où la communication se déroule dans un des cercles plus étroit. Diverses applications, jeux font la présence sur des réseaux sociaux encore plus intéressante et fascinante.

Les plus grands et les plus populaires des réseaux sociaux dans le monde sont «Facebook», qui occupe la première place, «MySpace», et «Twitter», qui ont la deuxième et la troisième place respectivement. Dans l'espace Internet russe c'est le réseau social «Vkontakte» qui est le premier, «Odnoklassniki.ru» se place dans une deuxième position, puis «Moï mir» («Mon monde»), et seulement à la fin de cinq les plus populaires sont «Facebook» et «Twitter».

Dans tous les cas, sur ces réseaux, le mécanisme de la création d'une page ou d'un profil commence par l'enregistrement du nouvel utilisateur, accompagné d'une indication des principales données personnelles, puis d'un téléchargement de photos, et fonctionne pleinement à partir du moment où l'utilisateur publie sur son «mur» des statuts, des vidéos, des photos, des nouvelles, des données statistiques. A partir de ce moment commence une interaction-clé, active et transparente, entre les membres du réseau, grâce aux partages de contenu et aux commentaires des «posts» avec des messages d'approbation/désapprobation. Les politiciens quant à eux utilisent souvent trois principales stratégies dans le cadre de ce processus sur les

[571] «Le contenu généré par les utilisateurs (en anglais User-generated content, ou UGC) fait référence à l'ensemble des médias dont le contenu est produit par les utilisateurs finaux. Il est opposé au contenu traditionnel produit, vendu ou diffusé par les entreprises de média traditionnelles.
Devenu l'un des éléments clés du web 2.0, l'intérêt pour l'UGC ne cesse de croître. Blogs, forums, réseaux sociaux, sites communautaires, plates-formes de partage de photos et de vidéos…Tout est favorable à l'explosion de l'UGC. Les utilisateurs se sont transformés en véritables acteurs du web.
La communication entre l'entité et l'utilisateur final est donc aujourd'hui multidirectionnelle : l'utilisateur s'implique, s'exprime, participe, devient le nouveau vecteur d'information et de communication de l'entité».// Ametys Territorial. URL : http://www.ametys.org/fr/blog/web-2-0/user-generated-content-ugc.html

différents réseaux sociaux: 1) *Push* - vise à obtenir des informations de l'extérieur, méthode où le réseau social ne sert que d'un moyen de communication supplémentaire 2) *Pull* – demande l'engagement actif du public dans les commentaires et la discussion des nouvelles, avec toute l'importance du reaffichage de ces nouvelles dans les fils d'actualité des utilisateurs qui en découle, ce qui rend informés un grand nombre des «amis en ligne» membres des réseaux sociaux 3) *«de réseau»* - il s'agit de l'échange stratégique d'une information et de connaissances entre les différents participants du réseau.

Lorsqu'ils créent leurs pages ou profils sur les réseaux sociaux, avec l'utilisation des stratégies indiquées ci-dessus les politiques ont les objectifs suivants : d'abord devenir plus accessible au citoyen lambda, mettant fin au stéréotype de l'appareil bureaucratique sans visage, et d'autre part transmettre leurs pensées et points de vue d'une manière compréhensible aux électeurs, en particulier aux jeunes gens. Ensuite, pendant les campagnes présidentielles ou lors d'élections à différents niveaux, faire de la communication publique et des promesses de campagne de manière «directe» via leurs pages et recevoir une réaction instantanée des autres utilisateurs, qui ont la possibilité de commenter le programme, y compris notamment en engageant un dialogue avec eux.

3. Alors, pour être plus précis dans nos recherches nous avons comparé les chiffres et données exactes issues des articles officielles sur le déroulement des campagnes présidentielles en France et en Russie en 2012. Ainsi, nous avons fait une comparaison entre les campagnes de François Hollande et de Nicolas Sarkozy, les deux principaux candidats français au poste de président. Nous avons compris que le premier était beaucoup plus populaire et suivi sur Twitter où il y a plus de jeunes, tandis que le deuxième, à la veille des élections, avait beaucoup plus d'abonnés sur Facebook où des utilisateurs de toutes les tranches d'âge sont plus présents.

Au moment des élections présidentielles le compte politique le plus populaire sur Twitter en France appartenait à Hollande, leader de la course préélectorale (279 000 followers contre 206 000 pour le candidat de l'UMP).

L'ancien président et candidat de la droite Nicolas Sarkozy s'est appuyé sur Facebook – le réseau social le plus populaire en France – pendant sa campagne présidentielle, où il a publié les grandes étapes du développement de sa carrière, afin de montrer qu'il était impliqué dans la vie politique depuis l'époque où il était encore étudiant, afin de rappeler qu'il n'était pas devenu chef de l'Etat par hasard. Son équipe de campagne a également créé une application pour les smartphones, ce qui permettait aux électeurs de suivre les activités de Sarkozy sur tous les départements de la France (sur chacun des 101 bureaux métropolitains et régionaux en France et dans les territoires d'outre-mer).

Ensuite nous avons comparé la mise en œuvre de la campagne en ligne du candidat français Nicolas Sarkozy et du candidat russe le plus actif sur les réseaux, Mikhaïl Prokhorov. Nous sommes arrivés à la conclusion que malgré les résultats impressionnants que les deux candidats ont atteints sur leurs profils des réseaux sociaux et leur maîtrise parfaite des outils numériques, ils n'ont pas pu gagner les élections. En effet aujourd'hui ce n'est pas le tout d'être présent sur les réseaux sociaux et de communiquer constamment avec des abonnés mais il faut aussi être très actif en tant que candidat sur les principales chaînes télévisées ainsi que sur le terrain avec un bon programme électorale et le porte-à-porte régulier pour attirer le plus possible d'indécis. En effet ceux qui soutiennent depuis des années un candidat et le parti auquel il appartient, n'ont pas besoin d'être gagnés, puisqu'ils savent déjà pour qui ils vont voter.

Selon ses caractéristiques d'utilisation d'Internet la Russie peut être incluse dans le modèle européen, mais l'utilisation active des réseaux sociaux dans la sphère politique n'a commencé qu'en 2010 lorsque l'ancien président russe Dmitry Medvedev a créé une page personnelle sur «Twitter», «Facebook» et «Vkontakte» ouvrant ainsi une nouvelle ère de participation des hommes politiques russes aux réseaux sociaux. Il est devenu vraiment populaire sur Internet (notamment sur Facebook où il a 700 000 abonnés) et continue de l'être en tant que premier-ministre de la Russie grâce à ses profils sur les réseaux sociaux, en y précisant en permanence ce qui figure sur son agenda et en récapitulant le soir ce qu'il a réussi à faire par rapport à l'ordre du jour qu'il s'était fixé.

Le cas du président sortant russe Vladimir Poutine qui s'est présenté aussi aux élections a été examiné dans un chapitre à part. C'est le seul candidat russe qui n'a jamais eu de page personnelle sur les réseaux sociaux mais y était quand-même extrêmement présent indirectement grâce à de nombreux groupes sur Vkontakte et Facebook qui ont été créés soit par ses partisans soit par des personnes qui marquent leur mécontentement vis-à-vis de sa politique. Le contenu publié est assez commun : en général, des articles sur les voyages d'affaires. Mais si le groupe «Poutine» sur Vkontakte compte 25000 abonnés, la communauté en ligne contre Poutine et «Russie Unie» a 165 000 abonnés.

Comme Vladimir Poutine n'avait pas de profil officiel sur les réseaux sociaux pendant la campagne présidentielle de 2012, il mettait plutôt l'accent sur l'audiovisuel et la diffusion des matériaux imprimés dans sa campagne. Ainsi, l'actuel président russe n'a pas eu envie d'opter pour le compromis avec des jeunes qui ne sont pas habitués à aller sur des sites gouvernementaux, ou des sites de partis en passant la plupart du temps sur les réseaux sociaux, et a essayé de couvrir en premier lieu son électorat général potentiel : les personnes de 45 ans et plus. Aujourd'hui cette tranche d'âge utilise encore rarement les réseaux sociaux et est

habituée à regarder la télévision ou écouter des stations de radio en rentrant du travail tard le soir.

Les candidats et les chefs de leurs équipes de campagne se sont battus sur Internet pour 1) maintenir la popularité, 2) mobiliser leurs partisans et 3) tourner les médias traditionnels. Dans l'ère du numérique n'importe quel homme politique peut faire passer son message au moyen des réseaux sociaux évitant les rédactions des nouvelles. «L'année 2012 verront les réseaux sociaux s'emparer de la sphère médiatique, c'est une modification profonde des relations entre les médias, la politique et le citoyen»[572], - a déclaré Nicolas Sarkozy.

S'il s'agit d'un changement de paradigme, ce n'est pas encore fini. La majorité des Français (environ 60 %) apprennent encore les nouvelles principalement par le biais de la télévision ainsi que les russes (40 % par la radio et 43 % par la télévision). Même si Internet reste deuxième dans le classement des sources d'information (40%) en France et troisième en Russie (33 %).

Ainsi, en répondant à l'hypothèse que nous avons fait au tout début de notre recherche nous pouvons dire qu'à l'heure actuelle dans les deux pays contrairement aux USA il est encore difficile de gagner les élections en se reposant uniquement sur l'aide apportée par les réseaux sociaux. Malgré la grande partie de jeunes qui sont y présents et qui se manifestent auprès des candidats qu'ils soutiennent assez vigoureusement, il reste beaucoup de citoyens d'autres tranches d'âge qui peuvent même y avoir aussi des profils mais qui se rendent assez passifs et indifférents à tout ce qui s'y passe. Néanmoins grâce aux réseaux sociaux, il était possible de prédire les noms des principaux leaders de la course présidentielle en France et en Russie via la cote de popularité des candidats parmi les internautes même si un candidat a été présent indirectement par le biais des groupes et des communautés en sa faveur.

4. Lors des élections municipales à Bordeaux en mars 2014 nous avons bien suivi en temps réel le travail des deux mouvements opposants – des Jeunes Socialistes en Gironde et des Jeunes Populaires en Gironde – qui ont fourni beaucoup d'efforts en ligne ainsi qu'en vraie vie pour soutenir leurs candidats Vincent Feltesse et Alain Juppé respectivement. Nous voyions les Jeunes Populaires être très actifs sur Facebook et Twitter au cours des réunions publiques d'Alain Juppé avec des citoyens de Bordeaux faisant partie de sa campagne municipale. Nous avons été connectés à nos profils sur Facebook et Twitter pendant ces rencontres-là et nous avons remarqué que presque chaque deux minutes il y avait de nouveaux statuts des «Jeunes avec Juppé» et «Avec Juppé» qui citaient de petits morceaux et des phrases-clés des discours

[572] Alice Antheaume. Campagne présidentielle en cours de numérisation// Slate.fr. URL : http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2012/04/19/campagne-presidentielle-en-cours-de-numerisation/

de Juppé. A la suite d'un tel discours nous avons compté environ 40 - 45 statuts sur Twitter comprenant le hashtag officiel #juppe2014. En outre après chaque rencontre toutes les questions qui lui étaient posées et les phrases clés de ses réponses ont été diffusées sur ses pages officielles Facebook et Twitter.

Presque la même chose s'est passée pendant les réunions organisées par une équipe de Vincent Feltesse, le principal adversaire d'Alain Juppé à la veille des municipales, mais avec des statuts des «Jeunes avec Feltesse» marqués par le hashtag #VBDX2014 sur Facebook et Twitter. De même nous nous sommes abonnées à la distribution hebdomadaire d'une équipe de Feltesse sur le portable avec les dernières nouvelles concernant la campagne de Vincent Feltesse, et des phrases-clés complètement prêtes juste pour les copier et coller sur ses propres profils des réseaux sociaux, se transformant ainsi en relais d'opinion pour des «amis » sur Facebook et des «suiveurs» sur Twitter. Avec cela les heures et les endroits des phonings suivants ont été communiqués aussi dans ces distributions.

Il était donc assez facile de suivre les campagnes électorales des deux principaux candidats bordelais grâce à leurs profils sur nombreux réseaux sociaux et leurs mise à jour quotidienne pour annoncer les évènements à venir bien que les campagnes ne soient pas limitées à la présence sur Internet et notamment sur des réseaux sociaux.

Au cours de quelques porte-à-porte organisés par les deux équipes dans la ville de Bordeaux nous avons également été présents pour voir quel rôle joue cette partie de la campagne. En ayant eu pour objectif d'atteindre 50 milles habitants les deux équipes ont réussi à faire le porte à porte avec 35 milles habitants ce qui a bien marqué le travail sur le terrain des militants.

5. Dans la deuxième partie nous avons parlé du caractère des mouvements des jeunes en France et en Russie. Grâce aux interviews réalisées avec des responsables des mouvements français des jeunes tels que les Jeunes Socialistes en Gironde, les Jeune Populaires en Gironde et les jeunes du FN en Gironde, nous avons noté qu'en France ces mouvements ont un caractère pacifique. Ils servent à attirer et à mobiliser les jeunes jusqu'à 30 ans dans leurs camps pour un support en ligne ainsi que dans la vie réelle des candidats qu'ils soutiennent dans les principaux partis politiques à savoir l'UMP, le Parti Socialiste et le Front National.

Par contre, en Russie le niveau élevé de présence et d'influence des mouvements des jeunes sur Internet fournit un support pour les nouvelles institutions se formant dans la société civile. Le succès de la mobilisation des jeunes appartenant à la classe moyenne urbaine réside dans la combinaison de «citoyenneté» et de «massification» d'une protestation de réseau, ce qui s'est reflété dans la participation en 2012 dans les marches et les rassemblemblements de

plus en plus fréquents à la veille des élections à la Douma et des élections présidentielles. Le pouvoir a immédiatement donné une réponse à ces déclarations notamment via «Facebook». Le message de Medvedev a abordé la sortie de l'opposition sur la place Bolotnaya à Moscou avec ce qu'il n'était pas du tout d'accord.

Les russes ont eu besoin d'un moteur puissant qui les pousse à aller à l'extérieur de chez eux, unis par des objectifs communs, avec le sentiment qu'ils ne sont pas seuls face à leurs problèmes. Et dans une certaine mesure, les réseaux sociaux, et notamment des groupes dédiés aux rassemblements aux fins politiques de 2011 – 2012, qui ont d'abord alerté beaucoup de jeunes gens russes, la partie de la population la plus sensible aux changements, puis les ont poussés à l'action, sont devenus un porte-parole.

6. Après avoir comparé la réalisation de la campagne municipale à Bordeaux des deux candidats français nous avons aussi fait la comparaison entre la mise en œuvre de la campagne en ligne sur les réseaux sociaux à Bordeaux en 2014 et de celle à Moscou en 2013. Nous sommes arrivés à la conclusion que les candidats français ont été plus actifs sur les réseaux pendant la campagne municipale que les candidats russes en tenant en compte que Sergueï Sobianine, maire sortant de Moscou n'a jamais eu, comme le président russe actuel, de page personnelle sur aucun réseau social et n'a été présent que sur son site électoral officiel. D'ailleurs il faut noter que tous les deux appartiennent au parti du pouvoir «Russie Unie». Sergueï Sobianine, de même que Vladimir Poutine, a surtout compté sur son électorat principal : les adultes plus de 45 ans avec un travail stable. Par contre, son principal adversaire Alekseï Navalny, qui a réussi à obtenir 27% des suffrages selon les résultats issus des urnes, a réalisé presque toute sa campagne sur les réseaux sociaux ce qui n'est pas du tout habituel pour les politiciens russes. Alekseï Navalny a été capable de faire cette campagne «révolutionnaire» grâce à un énorme support de jeunes moscovites qu'il a mobilisé sur le réseau russe VKontakte. Ils allaient distribuer des tracts dans les rues et dans le métro, faire le porte-à-porte dans les cités-dortoirs de Moscou et ont organisé la collecte des dons pour la campagne à travers les réseaux.

L'un des principaux problèmes des élections municipales à Moscou a été le faible taux de participation de 33%. Selon les experts, la raison principale de la faible participation a été la date des élections (de nombreux Moscovites ne sont pas encore rentrés des vacances d'été à ce moment-là). Une autre raison a probablement été l'apathie de l'électorat, qui aurait pu soutenir la candidature de Sobianine plus fortement, par rapport à la mobilisation de l'électorat de Navalny.

Le faible taux de participation a sans doute contribué au résultat final d'Alekseï Navalny. Ce fut une erreur de Sergueï Sobianine parce que les autorités de Moscou ont traditionnellement remportée par le faible taux de participation. Mais la situation est fondamentalement différente : l'électorat du candidat d'opposition a été très motivé pour la participation, par conséquent il a reçu environ six cent mille voix. Et si Sergueï Sobianine avait reçu 2% moins de votes lors de l'élection, il aurait pu tomber dans un piège : si on parlait du deuxième tour, il est probable qu'il y aurait une démobilisation de son électorat et la mobilisation intense de l'électorat de son adversaire.

Ces élections étaient en effet les élections des générations. Les jeunes ont créé un grand militantisme autour d'un nom du plus jeune candidat parmi tous via Internet, SMS, des réseaux sociaux. Selon l'opinion de certains d'entre eux il y a eu Navalny qui avait 40 ans et pouvait comprendre mieux leurs nécessités, et tous les autres politiques y compris fédéraux, qui appartiennent à une autre génération. Le fossé des générations a eu lieu. Donc le vote était très générationnel. L'électorat a changé, les préférences électorales ont également changé. Certes, si la personnalité de Navalny était légèrement moins odieuse et capable d'avoir plus de fiabilité de la part de la génération des 40 – 65 ans et si son histoire était plus crédible, le résultat aurait pu être bien tragique pour le pouvoir (le score final).

7. Après avoir examiné les technologies utilisées par Navaly lors de sa campagne électorale, nous nous sommes rendu compte que c'étaient des stratégies politiques américaines. Dans sa campagne, il a pleinement profité de l'expérience sur la mobilisation de volontaires via Internet et sur la stratégie ultérieure du travail avec eux au cours de la campagne présidentielle de Barack Obama en 2012, pour établir un système de relations horizontales avec ses partisans.

Comme Alekseï Navalny est un des chefs de l'opposition russe, il n'a pas eu d'accès direct aux chaînes fédérales pendant la campagne municipale car il a été soumis à l'enquête judiciaire avant son début, mais les réseaux sociaux sont devenus pour lui une plate-forme pour se faire entendre et gagner l'attention des jeunes, son électorat principal, ce qui a été justifié au final par la deuxième place aux élections. C'est vrai qu'au fil du temps la personnalité du principal opposant russe a évolué et est devenue très médiatisée mais cela n'a joué aucun rôle pour sa reconnaissance politique parmi les adultes. Son soutien dans leur génération n'a pas augmenté.

Donc, Alekseï Navalny a réussi à organiser sa campagne électorale en ligne de telle manière qu'elle a fait le buzz, comme la campagne des deux candidats français à Bordeaux. Même si on ne voulait pas se donner la peine d'être au courant de ce qui se passe pendant la campagne municipale à Moscou, on pouvait quand-même en naviguant sur Internet voir plein

de publicités invitant à aller sur le site électoral de Navalny pour se renseigner à propos de sa candidature et des futures élections. Cette bonne maîtrise de nouvelles technologies par Navalny a joué un rôle primordial pour sa campagne et son score final de 27 % en tenant en compte qu'il n'a jamais été avant un homme politique professionnel.

Par contre, le maire sortant a beaucoup manqué du travail de propagande et de la motivation de son électorat pour la participation aux élections. Il s'est concentré plutôt sur son principal travail – l'aménagement de la ville et l'amélioration des conditions de vie des Moscovites.

Cependant, il est à noter pour la première fois en histoire de la Russie le caractère si ouvert et démocratique de ces élections à Moscou. De nombreux observateurs y compris internationaux ont été présents, tout le processus électoral a été montré en ligne et la commission électorale de la ville de Moscou suivait très attentivement la situation aux bureaux de vote. Ainsi, les dernières élections municipales à Moscou peuvent être appelés justes et transparentes, en dépit de la réaction négative d'Alekseï Navalny suite l'annonce officielle des résultats.

Tout comme dans le cas d'Alain Juppé, qui était déterminé à coopérer avec Vincent Feltesse quel que soit le résultat de l'élection, le maire nouvellement élu Sergueï Sobianine a déclaré qu'il était prêt au dialogue en réponse aux questions des journalistes sur une éventuelle coopération avec l'opposant Alekseï Navalny. «Au début, je l'ai dit qu'il est important que nous ne divisons pas la ville en parts, qu'on n'oppose pas les gens les uns contre les autres. Cela dépend de moi et des autres concurrents, c'est-à-dire des candidats à la mairie, - a déclaré Sobianine. - Nous devons comprendre qu'il y a des gens derrière nous et ne pas les pousser les uns contre les autres. Ceci est la pire des choses que nous pouvons imaginer de faire».[573]

«Nous devons travailler ensemble pour élever et construire notre ville. Seulement en consolidant les différentes forces politiques, nous pouvons continuer à développer Moscou. Toute autre confrontation ou la méfiance envers l'autre sont un défaut de tous, de tous les Moscovites. Nous ne devons pas permettre que cela se produise, c'est mon objectif, et je crois que cela doit être l'objectif des candidats à la mairie qui ont combattu aux élections»[574], - Sergueï Sobianine a promis.

Conclusion générale : Internet comme un moyen des campagnes électorales, bien qu'il soit apparu relativement récemment, a déjà pris sa place parmi les plus efficaces. La campagne

[573] Matveeva Polina. Par-dessus la barrière // Gazeta.ru. URL : http://www.gazeta.ru/politics/2013/09/09_a_5644305.shtml

[574] Matveeva Polina. Par-dessus la barrière // Gazeta.ru. URL : http://www.gazeta.ru/politics/2013/09/09_a_5644305.shtml

présidentielle de 2012 en Russie et en France a démontré qu'avec l'aide des hautes technologies, en particulier d'Internet et des réseaux sociaux, et qu'avec la participation des militants de base on peut accorder un soutien maximum à un candidat aux élections. En plus elle a clairement montré que la procédure d'élection a cessé d'être une forme traditionnelle de la participation politique depuis que les jeunes et les cercles de gens qui étaient autrefois loin de la politique se sont rendus aux urnes. En son entier, un intérêt commun envers Internet a augmenté après les élections de 2012, ainsi que la participation politique des jeunes. En 2011 – 2012, les citoyens russes ont profité de l'influence d'internet sur les gens et de son pouvoir de cohésion afin de changer la politique de l'Etat et de l'orienter en fonction de leurs propres intérêts civils et politiques. En ce qui concerne les candidats à la présidence et à la mairie, ils ont pu également créer une image plus positive et attrayante pour les citoyens par le biais d'outils de communication de masse tels que les réseaux sociaux et Internet.

BIBLIOGRAPHIE

LES RESSOURCES D'INTERNET

About VK//Vkontakte.ru. URL : https://vk.com/about

Aide de l'application de bureau// la page officielle de Facebook. URL : https://www.facebook.com/help/?ref=facebar_dropdown_help

Alekseï Navalny, qui a recueilli 27.24% des voix à l'élection du maire de Moscou, n'est pas dangereux pour les autorités. Sergueï Sobianine le comprend // Le site du Centre Panrusse d'Etude de l'Opinion Publique. URL : http://wciom.ru/index.php?id=241&uid=114481

Andrieu Pierre. Elections municipales 2014 à Bordeaux // L'expresse.fr. URL : http://www.lexpress.fr/actualite/politique/elections/elections-municipales-2014-a-bordeaux1291889.html

Antheaume Alice. Campagne présidentielle en cours de numérisation// Slate.fr. URL : http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2012/04/19/campagne-presidentielle-en-cours-de-numerisation/

A propos // le site officiel du Gorafi.fr. URL : http://www.legorafi.fr/about/#A1

Aucun jour sans une ligne // Expert.online.URL : http://expert.ru/2013/05/22/ni-dnya/

Au moins un millier de personnes de toute la Russie n'ont pas pu venir à Moscou pour «La marche des millions» // La radio Echo de Moscou. URL : http://echo.msk.ru/news/885717-echo.html

Babst S. La stratégie de la sécurisation 2.0 // Gazeta.ru. URL : http://www.gazeta.ru/comments/2011/10/19_x_3805886.shtml

Blagoveshensky Anton. Plus de 60 millions d'utilisateurs ont visité VKontakte pendant 24 heures // RG.RU. URL : http://www.rg.ru/2014/01/21/vk-60million-site.html

Bolesse Cécile. Seulement 38% des internautes français lisent des journaux en ligne//01net. URL: http://www.01net.com/editorial/582777/seulement-38-pour-cent-des-internautes-francais-lisent-des-journaux-en-ligne/

Bolesse Cécile. 2013, année de l'explosion de la social TV en France //01net. URL: http://www.01net.com/editorial/613168/2013-annee-de-lexplosion-de-la-social-tv-en-france/

Bordeaux : Juppé et Feltesse présentent leurs équipes pour la campagne municipale // L'Express.fr. URL : http://www.lexpress.fr/actualites/1/politique/bordeaux-juppe-et-feltesse-presentent-leurs-equipes-pour-la-campagne-municipale_1259447.html

Bosredon Mickaël. Les propositions des candidats pour relancer le logement social à Bordeaux // 20minutes.fr. URL : http://www.20minutes.fr/elections/1293894-20140209-20140209-propositions-candidats-relancer-logement-social-a-bordeaux

Bowman. S. and Willis. C. «We media: how audiences are shaping the future of news and information // SlideShare.net. URL: http://www.slideshare.net/victori98pt/how-audiences-are-shaping-the-future-of-news-and-information

Bychkov D.V. Les partis politiques dans le processus de la socialisation politique de la jeunesse dans le cadre de la Russie moderne // ZPU-journal.ru. URL : http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/1/Bychkov/

Ce que fut la campagne présidentielle sur le web // Presse-Citron.URL : http://www.presse-citron.net/ce-que-fut-la-campagne-presidentielle-sur-le-web

Cela fait le deuxième jour que la police dans les régions fait obstacles aux militants qui veulent venir à Moscou pour «La marche des millions»// La radio Echo de Moscou. URL : http://echo.msk.ru/news/885673-echo.html

César Nicolas. Bordeaux : face à Juppé, la mission impossible de Vincent Feltesse ? // Metronews.fr. URL : http://www.metronews.fr/municipales-2014/bordeaux-face-a-juppe-la-mission-impossible-de-vincent-feltesse/mnbm!OQm5xPvraPSU/

Chaput Anne. Elections municipales : «liker» n'est pas voter // Rue89Bordeaux. URL : http://rue89bordeaux.com/2014/02/juppe-feltesse-municipales-reseaux-sociaux/

Chiffres des utilisateurs des réseaux sociaux en France et dans le monde en 2016 // AgenceDigitale. URL: http://www.tiz.fr/utilisateurs-reseaux-sociaux-france-monde/

Chiffres Facebook – 2015 // Blog du modérateur. URL: http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-facebook/

Coex Thomas. Présidentielle : sur #RadioLondres, Twitter contourne la loi et/ou s'en amuse// L'expansion. L'express. URL: http://www.lexpress.fr/actualites/1/economie/presidentielle-sur-radiolondres-twitter-contourne-la-loi-et-ou-s-en-amuse_1107209.html

Colin K. La qualité de vie dans la société de l'information // L'homme et le travail. Numéro 1. 2010. URL : http://www.e-joe.ru/i-joe/i-joe_01/files/kolin.pdf

Colinet Christophe. Sfadj Rubin. Le double jeu de la télévision avec les réseaux sociaux//Mediapart. URL: http://blogs.mediapart.fr/edition/les-invites-de-mediapart/article/080611/le-double-jeu-de-la-television-avec-les-reseaux

Constant Florine. Le Twitter des politiques // journalismesinfo.fr. URL : http://www.journalismesinfo.fr/Le-Twitter-des-politiques_a3630.html

Contribution : «Les réseaux sociaux, l'avenir de la télévision» par Virginie Spies // Forum d'Avignon. URL: http://www.forum-avignon.org/fr/contribution-les-reseaux-sociaux-l-avenir-de-la-television-par-virginie-spies?utm_source=feedly

Demianov D. Les plus grands réseaux sociaux sur Internet// Samogo.Net. URL : http://samogo.net/ articles. php?id=152

Demulsant Anne-Cécile. Oulkhouir Latifa. Bordeaux : la bataille fait faussement rage// Bondy Blog en partenariat avec Libération. URL : http://bondyblog.liberation.fr/201402241307/bordeaux-la-bataille-fait-faussement-rage/#.VWRNatLtmko

Dmitry Medvedev a créé le compte sur Twitter // RIA.ru. URL : http://ria.ru/society/20100623/249583529.html

Dumons Olivier. Dailymotion, le Youtube à la française // LeMonde.fr. URL : http://www.lemonde.fr/technologies/article/2006/10/10/dailymotion-le-youtube-a-la-francaise_822036_651865.html

Du fantasme d'une campagne électorale numérique // Journalismesinfo.fr. URL : http://www.journalismesinfo.fr/Du-fantasme-d-une-campagne-electorale-numerique_a3667.html

Dzialoshinsky Iosif. Les médias et les activités sociales de la jeunesse russe // Le journal international électronique «Médias. Information. Communication». URL : http://mic.org.ru/3-nomer-2012/134-media-i-sotsialnaya-aktivnost-molodezhi

Election municipal de 2014 à Bordeaux // Wikipédia. URL: http://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89lection_municipale_de_2014_%C3%A0_Bordeaux

eMarketer, octobre 2009. URL : http://rh.sia-partners.com/20111018/les-outils-web-2-0-facilitent-ils-lintegration-des-nouveaux-collaborateurs/

Emelin B. Rhizome et Internet // URL : http://emeline.narod.ru/rhizome.htm

En Chine on interdit les réseaux sociaux, aux Etats-Unis on les contrôle et en Arabie Saoudite on veut les acheter// Smallbiz.ru. URL : http://smollbiz.ru/v-kitae-socialnye-seti-zapreshhayut-v-ssha-proveryayut-a-v-saudovskoj-aravii-xotyat-kupit.html

Entretien avec Jacques Colombiers (FN) : «Nous représenterons à la mairie de Bordeaux tous les oubliés et laissés pour compte» // InfosBordeaux.fr. URL : http://www.infos-bordeaux.fr/2013/actualites/entretien-avec-jacques-colombier-fn-nous-representerons-a-la-mairie-de-bordeaux-tous-les-oublies-et-laisses-pour-compte-5276

Environ 80% des russes utilisent les réseaux sociaux// m24.ru. URL : http://www.m24.ru/articles/12553

Etat des lieux des médias sociaux en France et dans le monde, en 2012 // Club Innovation&Culture France. URL: http://www.club-innovation-culture.fr/etat-des-lieux-des-medias-sociaux-en-france-et-dans-le-monde-en-2012/

Etudes des médias sociaux en Russie//Cossa.ru. URL : http://www.cossa.ru/articles/149/2467/

Facebook : combien y-a-t-il d'utilisateurs en France // Meltybuzz. URL: http://www.meltybuzz.fr/facebook-combien-y-a-t-il-d-utilisateurs-en-france-a208731.html

Facebook en France : 26 millions d'utilisateurs actifs, plus de 5 heures par mois // Zdnet.fr. URL : http://www.zdnet.fr/actualites/facebook-en-france-26-millions-d-utilisateurs-actifs-plus-de-5-heures-par-mois-39774160.htm

Facebook et les jeunes en France // L'observatoire de la jeunesse et des politiques de jeunesse. URL: http://www.injep.fr/Facebook-et-les-jeunes-en-France

Fedorov Pavel. VKontakte devance Instagram en nombre d'utilisateurs enregistrés// Zukerberg appellera. URL: http://www.siliconrus.com/2014/01/vkontakte-operezhaet-instagram-po-chislu-zaregistrirovannyih-polzovateley/

Feltan-Palass Michel. Jean-Jacques Allevi. Municipales à Bordeaux : le jeu dangereux de Feltesse // L'Express.fr. URL : http://www.lexpress.fr/region/bordeaux-le-jeu-dangereux-de-feltesse_1323193.html

Fleurot Grégoire. Pour qui ont voté les jeunes et les ouvriers// Slate.fr. URL : http://www.slate.fr/france/ 53797/jeunes-ouvriers-vote

Flickr// Yahoo! Advertising solutions. URL: http://www.webcitation.org/684kCHsNA

France, ton atout «jeunes» : un avenir à tout jeune // www.senat.fr. URL : http://www.senat.fr/rap/r08-436-1/r08-436-12.html

Fredouelle Aude. Les utilisateurs de Facebook en France // Journaldunet. URL: http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/utilisateurs-francais-facebook.shtml

Fredouelle Aude. Nombre et profil des utilisateurs de Twitter en France // Journaldunet. URL: http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/utilisateurs-twitter-france.shtml

Frommer Dan. Here is how to use Instagram (de l'ang. « Ici comment on utilize Instagram ») // Business Insider. URL: http://www.businessinsider.com/instagram-2010-11

Gauron Roland. Joseph Marion. Constance Jamet. Julien Licourt. Edouard de Mareschal. En direct : Manuel Valls nommé le premier-ministre par François Hollande // elections.lefigaro.fr. URL : http://elections.lefigaro.fr/municipales-2014/2014/03/30/01052-20140330LIVWWW00005-en-direct-suivez-les-resultats-du-second-tour-des-elections-municipales-2014.php

Gorbachev Alekseï. Les jeunes sont attirés par Mikhaïl Prokhorov // Le journal indépendant. URL: http://www.ng.ru/politics/2012-04-04/3_prohor.html

Gorcet Bernard. Les jeunes s'intéressent encore à la politique // la-croix.com. URL : http://www.la-croix.com/Actualite/France/Les-jeunes-s-interessent-encore-a-la-politique-_NG_-2011-01-20-605897

Grigoriev Pavel. Le gouvernement électronique 2.0// EOS.ru. URL : http://www.eos.ru/eos_delopr/eos_delopr_intesting/detail.php?ID=79723&SECTION_ID=595

Halperne Catherine. Rencontre avec Anne Muxel : «Les jeunes ont un nouveau rapport au politique» // scienceshumaines.com. URL : http://www.scienceshumaines.com/rencontre-avec-anne-muxel-les-jeunes-ont-un-nouveau-rapport-au-politique_fr_28305.html

Harmant Olivier. Instagram : meilleur réseau social pour générer des ventes selon une étude // Frenchwb.fr. URL : http://frenchweb.fr/instagram-meilleur-reseau-social-pour-generer-des-ventes-selon-une-etude/135102

Hervieu Armelle. Municipales : Vincent Feltesse fait le point à mi-chemin // Aqui.fr. URL : http://www.aqui.fr/politiques/municipales-vincent-feltesse-fait-le-point-a-mi-chemin,9313.html

Hervieu Armelle. Municipales à Bordeaux : Juppé, Feltesse et Poutou font leur marché//Aqui.fr. URL : http://www.aqui.fr/politiques/municipales-a-bordeaux-ou-les-candidats-vont-ils-faire-leur-marche,9458.html

How popular is VK.com?//Alexa. URL: http://www.alexa.com/siteinfo/vk.com

Howard Caroline. Putin Vs Obama : The world's most powerful people 2014 // La version électronique du journal Forbes. URL: http://www.forbes.com/sites/carolinehoward/2014/11/05/putin-vs-obama-the-worlds-most-powerful-people-2014/#aeb13fd562de

Ils viendront encore. L'opposition va exécuter une marche un jour avant l'inauguration de Vladimir Poutine // Lenta.ru. URL : http://lenta.ru/articles/2012/05/04/march/

Infographie numéro 14. Mieux connaître les utilisateurs des réseaux sociaux pour mieux orienter ses campagnes e-commerce // E-commercenation.fr. URL : http://www.ecommerce-nation.fr/mieux-connaitre-les-utilisateurs-des-reseaux-sociaux-pour-mieux-orienter-ses-campagnes-e-commerce/

Instagram en France : 58% des utilisateurs ont déjà eu envie d'acheter un produit // Kriisiis.fr. URL : http://www.kriisiis.fr/58-utilisateurs-francais-produit-grace-instagram/

Internet : combien d'utilisateurs Facebook, Twitter, Youtube et LinkedIn...?// Cnet France. URL: http://forums.cnetfrance.fr/topic/1204392-internet--combien-d-utilisateurs-facebook-twitter-youtube-linkedin/

Katorjnov Dmitry. Rojkova Natalya. Stepounin Kirill. Le rassemblement des partisans de Navalny : reportage en ligne// MK.ru. URL : http://www.mk.ru/politics/article/2013/09/09/912600-miting-storonnikov-navalnogo-na-bolotnoy-onlaynreportazh.html

Kirsanova Angelina. Les russes préfèrent apprendre des nouvelles à la radio ou à la télé. Enquête // RG.ru. URL : http://www.rg.ru/2013/03/27/novosti-site-anons.html

Kovrijenko Artiom. Le phénomène des réseaux sociaux // Artek. URL: http://www.artek.cz/article/448/fenomen-sotsialnyh-setej/

Krasnikov Evgeny. Alexeï Navalny a transféré l'élection du maire de Moscou sur les réseaux sociaux // Rbcdaily.ru. URL : http://www.rbcdaily.ru/media/562949988431512

Kruchkov Igor. La campagne électorale aux USA s'est finalement déplacée sur Internet // MN.ru. URL : http://www.mn.ru/newspaper_world/20120307/312986583.html

L'activité sociale de la jeunesse russe // L'examen analytique des résultats de la recherche sociologique menée par une équipe d'étude ZIRKON. URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/3a3/081117.pdf?sphrase_id=1998

L'article sur «Google AdWords» // Wikipédia.fr. URL : http://fr.wikipedia.org/wiki/AdWords

L'auditoire russe des réseaux sociaux passes sur leurs téléphones mobiles// Cossa. URL : http://www.cossa.ru/news/244/108653/

L'avis des internautes est primordial pour une entreprise // Blogkaralys. URL : http://www.blogkaralys.com/2013/02/avis-internautes-primordial-entreprise.html

La biographie de Grigory Yavlinsky sur son site officiel // URL : http://www.yavlinsky.ru/

La campagne électorale et Internet// Vie-publique.fr. URL : http://www.vie-publique.fr/actualite/dossier/election-presidentielle-2012/campagne-electorale-internet.html

La constitution de la Fédération de Russie /*version électronique* // URL : http://www.constitution.ru/fr/part1.htm

La cote de Poutine bat un nouveau record // Sputnik France. URL: https://fr.sputniknews.com/russie/201510221018999556-russie-poutine-popularite/

La définition de «campagne électorale» // Toupictionnaire : le dictionnaire de politique. URL : http://www.toupie.org/Dictionnaire/Campagne_electorale.htm

La définition de «Flickr» //Wikipédia. URL: http://fr.wikipedia.org/wiki/Flickr

La définition de «la guerre de l'information» // Wikipédia. URL : http://fr.wikipedia.org/wiki/Guerre_de_l%27information

La définition de «méta-médias» // Wikipédia. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Understanding_ Media:_The_Extensions_of_Man#cite_ref-9

La définition de «mobilisation» // Larousse. URL : http://www.larousse.fr/ dictionnaires/ francais/ mobilisation/51883

La définition de «porte-à-porte // Wikipédia. URL: http://fr.wiktionary.org/wiki/porte-%C3%A0-porte

La définition de «trolling»// Academia.edu. URL : http://www.academia.edu/8069238/Le_trolling_comme_exercice_de_style

La définition des «Jeunes Européens – France» // Wikipédia. URL: https://fr.wikipedia.org/wiki/Les_Jeunes_Europ%C3%A9ens-France

La démission de Y. Loujkov est décidée définitivement// URL : http://www.newsmsk.com/article/21sep2010/otstavka_reshena.html

La dépendance à Internet en Russie bat tous les records // Finmarket. URL : http://www.finmarket.ru/main/article/3413944

La dynamique d'une pénétration d'Internet en Russie. Automne 2011//Fom Runet. URL : http://runet.fom.ru/Proniknovenie-interneta/10283

La jeunesse de la nouvelle Russie : des priorités axiologiques // Le site officiel de l'Institut de la Sociologie de l'Académie Russe des Sciences. URL : http://www.isras.ru/analytical_report_Youth_5_1.html

La jeunesse vote pour plus de démocratie. Un sondage de l'agence AFEV commenté par une dizaine d'experts. Observatoire de la jeunesse solidaire. URL : http://www.injep.fr/sites/default/files/documents/AFEV_CP_Observatoire_Jeunesse_Solidaire_2014_v040214.pdf

«La marche des millions». L'édition informatique, la partie finale //Tvrain.ru. URL : http://tvrain.ru/articles/marshmillionov_informatsionnyy_vypusk_finalnaya_chast-246014/

La moitié des dépenses du financement public de la campagne de Vladimir Poutine ont été consacrées à la propagande sur les médias // RIA.ru. URL : http://ria.ru/vybor2012_putin/20120319/600190703.html

La page officielle de Mikhaïl Prokhorov sur Facebook. URL: https://www.facebook.com/prokhorovmd/?fref=nf

La police a compté plus de 8 mille participants de «La marche des millions» //Lenta.ru. URL:http://lenta.ru/news/2012/05/06/marsh1/

La Russie s'est trouvée à la 20-ème place dans le monde sur le nombre d'utilisateurs de Twitter // RIA.ru. URL : http://ria.ru/technology/20120131/553452308.html

La social TV ou la «voix» de retour de la télévision // Inaglobal. URL: http://www.inaglobal.fr/television/article/la-social-tv-ou-la-voix-de-retour-de-la-television

Lacaze Stéphanie. Feltesse prêt à en découdre avec Juppé // Libération.fr. URL : http://www.liberation.fr/politiques/2013/05/28/feltesse-pret-a-en-decoudre-avec-juppe_906431

Lachenaud Pascal. Municipales : Revivez la soirée du second tour // Francetvinfo.fr. URL : http://www.francetvinfo.fr/elections/municipales/en-direct-live-elections-municipales-2e-tour-actualites-resultats-30-mars-2014_561765.html

Lasserre Benoît. Municipales à Bordeaux : une femme dirigera la campagne de Vincent Feltesse // SudOuest.fr. URL : http://www.sudouest.fr/2013/09/02/municipales-a-bordeaux-une-femme-dirigera-la-campagne-de-vincent-feltesse-1156703-660.php

La télévision perd la popularité parmi les russes // Informing.ru. URL : http://informing.ru/2013/11/02/televizor-teryaet-populyarnost-sredi-rossiyan.html

Le blog de Flickr. URL : http://blog.flickr.net/en/2011/08/04/6000000000/

Le blog de Leondid Volkov sur LiveJournal// LiveJournal.com. URL : http://leonwolf.livejournal.com/511590.html

Le centre panrusse d'étude de l'opinion publique : Navalny prend la deuxième place selon la popularité mais Sobianine a un grand décrochage // NEWSru.com. URL : http://msk.newsru.com/article/23jul2013/2nd_elected.html

Le chiffre de la semaine : 34% des citoyens russes utilisent Internet mobile // theRunet. URL: http://www.therunet.com/news/2112-tsifra-nedeli-34-rossiyan-polzuyutsya-mobilnym-internetom

Le classement en ligne «Top 20 Internet countries versus World – November 30, 2015» // Internet World Stats. URL: http://www.internetworldstats.com/top20.htm

Le compte officiel de Vincent Feltesse sur Twitter. URL : https://twitter.com/VincentFeltesse

Le compte officiel de Vincent Feltesse sur Facebook // URL : https://www.facebook.com/vincent.feltesse?fref=ts

Le dixième «direct» a commencé avec Vladimir Poutine // Lenta.ru. URL : http://lenta.ru/news/2011/12/15/putin/

Le double jeu de la télévision avec les réseaux sociaux//Mediapart. URL: http://blogs.mediapart.fr/edition/les-invites-de-mediapart/article/080611/le-double-jeu-de-la-television-avec-les-reseaux

L'élection du maire de Moscou // Kommersant.ru. URL : http://www.kommersant.ru/doc/1512620

L'équipe d'Alekseï Navalny sur Instagram// URL : Instagram.com/teamnavalny

L'équipe d'Alekseï Navalny sur Facebook // URL : facebook.com/teamnavalny

L'équipe d'Alekseï Navalny sur Odnoklassniki // URL : odnoklassniki.ru/teamnavalny

L'équipe d'Alekseï Navalny sur Twitter // URL : twitter.com/teamnavalny

L'équipe d'Alekseï Navalny sur Vkontakte // URL : vk.com/teamnavalny

L'étude de «Médialogia» des médias les plus cités en octobre 2013 // Mlg.ru. URL : http://www.mlg.ru/ratings/federal_media/2727/2013/10/

L'étude du système de recherche des médias Public.ru à la veille de l'élection du maire de Moscou en 2013 // Public.ru. URL : http://www.public.ru/vybory_moscow/

Le bénévole vexé a dénoncé «l'enfer dans le siège de Navalny» // Segodnia.ru. URL : http://www.segodnia.ru/news/127344

Le compte officiel du Comité de soutien de jeunes à Alain Juppé// Twitter. URL : https://twitter.com/JeunesAvecJuppe

Le compte officiel du Mouvement des Jeunes Populaires de la Gironde// Twitter. URL : https://twitter.com/jeunespop33

Le compte officiel du Mouvement des Jeunes Socialistes de la Gironde// Facebook. URL : https://www.facebook.com/mjs.gironde?fref=ts

Le compte officiel du Mouvement des Jeunes Socialistes de la Gironde// Twitter. URL : https://twitter.com/mjs_gironde/following

Le message du président de la Fédération de Russie à l'Assemblée Fédérale de la Fédération de Russie. Le 26 mai 2004 // Kremlin.ru. URL : http://kremlin.ru/events/president/transcripts/22494/audios

Le message du président de la Fédération de Russie à l'Assemblée Fédérale de la Fédération de Russie. Le 25 avril 2005 // Kremlin.ru. URL : http://kremlin.ru/events/president/transcripts/22931/videos

Le nombre d'utilisateurs a atteint 56 millions de personnes // l'agence de l'information de Pskov. URL : http://informpskov.ru/news/132064.html

Le nombre d'utilisateurs d'Internet en Russie en 2011// Point de vue. Un journal d'affaires. URL : http://www.vz.ru/news/2011/12/27/550090.html?utm_campaign=vz&utm_medium=referral&utm_source=newsanons

Le premier ministre russe n'est pas contre la critique sur les réseaux sociaux// Newsland. URL : http://newsland.com/news/detail/id/1074245/

Le programme d'Alekseï Navalny, candidat à la mairie de Moscou, 2013 // URL : http://navalny.ru/platform/Navalny_Program.pdf

Le projet d'Internet «Mon ami est d'accord» va changer l'attitude négative envers les élections //Regnum.ru. URL : http://regnum.ru/news/1693387.html

Le Programme d'Etat de la Fédération de Russie «Société de l'Information (2011 - 2020 ans)» : approuvé par arrêté gouvernemental de la Fédération de Russie du 20 octobre 2010. Numéro 1815-P. URL : http://www.eos.ru/upload/pril_norm_akt/1815.doc

Le programme de Sergueï Mitrokhin pour les élections municipales de Moscou // le site officiel du parti «Pomme». URL : http://www.yabloko.ru/programm2013

Le programme électoral d'Ivan Melnikov, candidat à la maire de Moscou du parti communiste // Le site officiel du parti communiste de la Fédération de Russie. URL : http://kprf.ru/activity/elections/120961.html

Le public des médias russes en ligne s'est augmenté à 40 millions de personnes//RG.RU. URL : http://www.rg.ru/2011/09/26/smi-site-anons.html

Le projet d'Internet // URL : http://mashina.org/

Le projet d'Internet // URL : http://rosyama.ru/

Le projet d'Internet anticorruption// URL : http://rospil.info/

Le rapport du chef du service Internet du siège d'Alekseï Navalny sur le travail exécuté // Youtube.com. URL : http://www.youtube.com/watch?v=JjsMg0mpvWY#t=246

Le rapport sur les dépenses électorales d'Alekseï Navalny // Report.navalny.ru. URL : http://report.navalny.ru/

Le rassemblement de l'opposition sous forme des «Bals populaires» est déclaré illimité // La radio Echo de Moscou. URL : http://echo.msk.ru/news/887272-echo.html

Le rassemblement de protestation en Russie et l'opinion publique russe : décembre 2011 – mai 2012 // Le fonds de la perspective historique. URL : http://www.perspektivy.info/print.php?ID=142884

Le régime politique de la Russie moderne // Nicbar.ru. URL : http://nicbar.ru/lekziya9.htm

Les régimes politiques de l'Union Soviétique // Nicbar.ru. URL : http://nicbar.ru/lekziya8.htm

Le site de D.A. Medvedev. URL : http://archive.kremlin.ru/appears/2008/11/05/1349 _type63372 type63374 type63381 type82634_208749.shtml

Le site de l'équipe d'Alekseï Navalny// URL : http://team.navalny.ru/

Le site officiel des jeunes du FN en Gironde// URL : http://fninfos.fr/

Le site officiel du FN en Gironde// URL : http://www.fn33.fr/

Le tribunal Basmanny de Moscou a fait abolir le camp d'opposition «OccupyAbay» // Newsru.com. URL : http://www.newsru.com/russia/15may2012/sud_abai.html

Leigninge M. How Should Citizens and Public Managers Use Online Tools to Improve Democracy? – [wileyonlinelibrary.com] – p.20 -29. URL : http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/ncr.20056/abstract

Lenkevitch. Le cavalier de l'apocalypse psychotronique // Pravda.ru. URL : http://www.pravda.ru/science/planet/humanbeing/25-07-2003/30038-psigans-0/

Les actualités du site Vkontakte.ru//Vkontakte.ru. URL : https://vk.com/blog?nid=54

Les candidats à la présidentielle et leurs réseaux (sociaux) // agencedesmediassociaux.com. URL : http://www.agencedesmediassociaux.com/les-candidats-a-la-presidentielle-et-es-reseaux-sociaux/

Les chiffres clés de tous les grands réseaux sociaux en France // canal-web.fr.URL : http://blog.canal-web.fr/geoffray/presse/facebook-twitter-chiffres-cles-reseaux-sociaux-france/

Les jeunes et la politique. Je t'aime, moi non plus // Animafac.net. URL : http://www.animafac.net/blog/les-jeunes-et-la-politique-je-t-aime-moi-non-plus/

Les jeunes russes vont sur Internet pour une nouvelle vie // Nouvelles quotidiennes de Vladivostok. URL : http://novostivl.ru/msg/12094.htm

Les Jeunes Socialistes présentent le vrai bilan d'Alain Juppé// Le site official du Mouvement des Jeunes Socialistes en Gironde. URL: http://www.jeunes-socialistes33.fr/category/nos-idees-generales/nos-idees-thematiques/idees-societe/

Les médias sociaux dans la course électorale : comparer l'expérience de la Russie et de l'Amérique // Blogun. URL: http://forum.blogun.ru/topic/2674-socialnie-media-v-izbiratelnoi-gonke-sravni/

Les membres de VKontakte ont comblé M. Medvedev de cadeaux moqueurs : un nouveau cerveau, le crabe, le poison // Herald.URL : http://www.gazeta.ru/news/blogs/2011/11/10/n_2090213.shtml

Les membres de Facebook «ont mis tant de choses» à Medvedev dans les commentaires// BFM.RU. URL : http://www.bfm.ru/news/163981

Les moscovites parlent des rassemblements de protestation // Levada centre. URL : http://www.levada.ru/22-12-2011/moskvichi-o-protestnykh-mitingakh

Les moscovites préfèrent les réseaux sociaux à la radio // RBK. URL: http://www.rbc.ru/society/15/07/2013/866131.shtml

Les organisations membres du Forum Français de la Jeunesse // forumfrançaisjeunesse.fr. URL : http://forumfrancaisjeunesse.fr/membres/

Les partis font le plein de jeunes militants // leparisien.fr. URL : http://www.leparisien.fr/espace-premium/hauts-de-seine-92/les-partis-font-le-plein-de-jeunes-militants-25-07-2014-4025631.php

Les réseaux sociaux//Vortex solution Inc. URL : http://www.vortexsolution.com/reseaux-sociaux.html

Les réseaux sociaux dans la campagne présidentielle // Journ@lismes.info. URL: http://www.journalismes.info/Les-reseaux-sociaux-dans-la-campagne-presidentielle_a3771.html

Les réseaux sociaux en Russie aujourd'hui// Avantage Français : URL : http://www.avantage-francais.com/news/les-reseaux-sociaux-en-russie-aujourdhui/

Les réseaux sociaux en 2011 : l'étude de ComScore // Cossa.ru. URL : http://www.cossa.ru/articles/149/11382/

Les réseaux sociaux russes ont causé des pertes économiques de 10 milliards de dollars//RBK. URL : http://top.rbc.ru/economics/24/06/2013/863123.shtml

Les jeunes sont premiers sur Facebook et Twitter//JDN l'économie demain. URL : http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/usages-internet-des-jeunes/focus-reseaux-sociaux.shtml

Les rapports des jeunes à la culture à l'ère des technologies numériques//Eduscol. URL : http://eduscol.education.fr/numerique/tout-le-numerique/veille-education-numerique/archives/2012/rapports-des-jeunes-culture-numerique?feuilleCSS=chrome

Les réseaux sociaux peuvent devenir une plate-forme importante pour la promotion des programmes d'Etat : expert // Regnum.ru. URL : http://www.regnum.ru/news/polit/1829198.html

Les russes naviguent deux fois de plus sur les réseaux sociaux que le reste du monde//dp.ru. URL : http://www.dp.ru/a/2011/04/19/Rossijane_v_socialnih_set/

Les principales notions, les termes et les procédures dans le suffrage // Démocratie.ru. URL : http://www.democracy.ru/library/practice/commissions/PostnikovGuide_2003/page4.html

Les technologies numériques dans la propagande politique : la campagne de Navalny // Cossa.ru. URL : http://www.cossa.ru/articles/152/51393/

Les utilisateurs russes sont classés septièmes au monde en termes d'activité sur Facebook // ToWave. URL: http://www.towave.ru/news/rossiiskie-polzovateli-zanimayut-sedmoe-mesto-v-mire-po-aktivnosti-v-facebook.html

L'union d'étudiant : la clôture de nombreuses branches des universités conduirait à des conséquences désastreuses // Rosbalt.ru. URL : http://www.rosbalt.ru/main/2013/12/03/1206622.html

Makarova Evelina. Top 7 Russian Social Media Networks // Rival IQ. URL: https://www.rivaliq.com/blog/russian-social-media-networks/

Marie H. Election présidentielle 2012 : où en sommes-nous sur les réseaux sociaux ? // Digicom. URL: http://ecs-paris.com/blogs/digicom-2012/reseaux-sociaux/election-presidentielle-2012-ou-en-sommes-nous-sur-les-reseaux-sociaux

Mathurin Hervé. Municipales à Bordeaux : Alain Juppé offensif contre Vincent Feltesse // Sudouest.fr. URL : http://www.sudouest.fr/2014/01/13/municipales-a-bordeaux-alain-juppe-offensif-contre-vincent-feltesse-1427942-2780.php

Matuchet Pierre. Les internautes ont mené la campagne présidentielle sur les réseaux sociaux// JDN. URL: http://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/51529/les-internautes-ont-mene-la-campagne-presidentielle-sur-les-reseaux-sociaux.shtml

Matveeva Polina. Par-dessus la barrière // Gazeta.ru. URL : http://www.gazeta.ru/politics/2013/09/09_a_5644305.shtml

Medina Miguel. Le nombre d'adhérents FN multiplié par 12 depuis 2007, selon le parti // URL : http://www.liberation.fr/politiques/2014/10/31/le-nombre-d-adherents-fn-multiplie-par-12-depuis-2007-selon-le-parti_1133438

Medvedev D.A : le manque du développement des services électroniques conduit à la bureaucratie // BFM.ru. URL : http://www.bfm.ru/news/2011/07/07/medvedev-uvjazal-bjurokratizm-s-razvitostju-elektronnyh-uslug.html

Ménager Adélie. Présidentielle, télévision au rendez-vous//Audience le Mag. URL: http://www.audiencelemag.com/index.php?article=43

Mihnevitch Dmitry. Plus de 50 millions d'utilisateurs russes regardent Youtube mensuellement // Yablyk.com. URL : http://yablyk.com/rossijskaya-auditoriya-youtube-sostavila-51-mln-polzovatelej/

Monsieur Medvedev a décidé d'«écrire encore sur Facebook» // Lenta.ru. URL : http://lenta.ru/news/2011/10/20/medface/

Monsieur Medvedev a demandé aux fonctionnaires de communiquer dans les réseaux sociaux // La nouvelle politique. URL: http://www.novopol.ru/-medvedev-prizval-chinovnikov-obschatsya-v-sotsialnyih-text98678.html

Muller Jean-Pierre. Municipales 2014 – Bordeaux. Juppé dans un fauteuil //LePoint.fr. URL : http://www.lepoint.fr/municipales-2014/municipales-2014-bordeaux-juppe-dans-un-fauteuil-13-02-2014-1791509_1966.php

Municipales à Bordeaux : l'adversaire d'Alain Juppé, Vincent Feltesse se donne perdant // RTL.fr. URL : http://www.rtl.fr/actu/politique/municipales-a-bordeaux-l-adversaire-d-alain-juppe-vincent-feltesse-se-donne-perdant-7770081579

Municipales : Juppé, confiant, lance sa campagne à Bordeaux // Libération.fr. URL : http://www.liberation.fr/politiques/2013/12/13/municipales-juppe-confiant-lance-sa-campagne-a-bordeaux_966441

Municipales : Vincent Feltesse veut «un grand Bordeaux pour changer d'ère // francebleu.fr. URL : https://www.francebleu.fr/infos/politique/municipales-vincent-feltesse-veut-un-grand-bordeaux-pour-changer-d-ere-1390227121

Navalny a pris la parole devant une foule de milliers de partisans à la place Bolotnaya// NEWSru.com. URL : http://www.newsru.com/russia/09sep2013/navmit.html

Nicolay Levichev a présente son programme électoral «La ville de la justice» // le site officiel du parti «La Russie juste». URL : http://www.spravedlivo.ru/5_49854.html

«OccupyAbay» continue // RFI.fr (en russe). URL: http://ru.rfi.fr/rossiya/20120510-okkupaiabai-prodolzhaetsya

Oshkalo Anna. Twitter has five million Russian users, Google+ has 1.4 // Russian Search Tips. URL: http://www.russiansearchtips.com/2012/02/twitter-has-5-million-russian-users-google-has-14/

Pishcheva T.N. Les images politiques : les problèmes d'étude et d'interprétation// URL : http://www.politstudies.ru/files/File/2011/2/5.pdf

Plus de 40 millions d'utilisateurs lisent les médias russes en ligne mensuellement // RIA.ru. URL : http://ria.ru/media/20110926/443934018.html\

Podosokorsky Nikolaï. Les élections du maire de Moscou 2013. L'image de Sergueï Sobianine dans les médias sociaux// Green Social Media Marketing Agency. URL : http://blog.greensmm.ru/?p=1021

Pogorsky E.K La formation de la société de l'information dans la Fédération de Russie : les possibilités de communications entre les citoyens et les autorités locales // Slideshare. URL : http://www.slideshare.net/pogorsky/ss-6809893

Pratique des médias sociaux chez les collégiens et lycéens : l'exemple de Facebook//Eduscol. URL: http://eduscol.education.fr/numerique/actualites/veille-education-numerique/decembre-2012/pratiques-des-medias-sociaux-chez-les-collegiens

Présidentielle 2012. Site, Twitter, Facebook…Le candidat Sarkozy se met à niveau sur le Web // lemonde.fr. URL : http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/02/17/site-twitter-facebook-le-candidat-sarkozy-se-met-a-niveau-sur-le-web_1644493_1471069.html

Provenzano Elsa. Le candidat socialiste à la mairie de Bordeaux dévoile ses idées // 20minutes.fr. URL : http://www.20minutes.fr/elections/1276443-20140120-20140120-vincent-feltesse-livre-idees-bordeaux

Qu'est-ce que c'est Internet ? // Tous les secrets.ru. URL : http://vse-sekrety.ru/149-chto-takoe-internet.html

Qu'est-ce que l'UNEF // Le site officiel de l'UNEF. URL: http://unef.fr/category/unef/quest-ce-que-lunef/

Quéré Noémie. Baromètre. Les maires les plus influents sur Internet // AUGURE. URL: http://www.augure.com/fr/blog/maires-plus-influents-internet-20130930

Renvoie sur les pages des réseaux sociaux : le CSA publie la lettre envoyée aux chaînes // le site officiel de CSA. URL: http://www.csa.fr/Espace-Presse/Communiques-de-presse/Renvoi-sur-les-pages-des-reseaux-sociaux-le-CSA-publie-la-lettre-envoyee-aux-chaines

Réseaux sociaux : 20 millions d'internautes français se connectent tous les jours // ZDNet. URL: http://www.zdnet.fr/actualites/reseaux-sociaux-20-millions-d-internautes-francais-se-connectent-tous-les-jours-39791743.htm

Réseaux sociaux et campagne présidentielle : «je t'aime moi non plus» // NordNet. URL: http://blog.nordnet.com/loeil-sur-le-web/decryptages-loeil-sur-le-web/reseaux-sociaux-et-campagne-presidentielle-l-je-taime-moi-non-plus-r.html

Résultats du premier tour : le récit d'un dimanche de fuites // l'Expansion. URL : http://lexpansion.lexpress.fr/ election-presidentielle-2012/resultats-du-premier-tour-le-recit-d-un-dimanche-de-fuites_292047.html?p=2

Richaud Nicolas. Municipales : les réseaux sociaux peuvent-ils aider les candidats à gagner //LesEchos.fr. URL : http://www.lesechos.fr/25/02/2014/lesechos.fr/0203338313026_municipales---les-reseaux-sociaux-peuvent-ils-aider-les-candidats-a-gagner--.htm

Rostovsky Michail. Sobianine comme Hamlet et Navalny comme Maure// MK.ru. URL : http://www.mk.ru/politics/2013/07/30/891806-sobyanin-kak-gamlet-navalnyiy-kak-mavr.html

Rousset Julien. Municipales à Bordeaux : combien a coûté la campagne des candidats // SudOuest.fr. URL : http://www.sudouest.fr/2014/03/27/le-prix-de-la-conqueteils-ne-seront-pas-rembourses-1505636-2780.php

Russia has most world's engaged social networking audience// comScore. URL: http://www.comscore.com/Insights/Press_Releases/2009/7/Russia_has_World_s_Most_Engaged_Social_Networking_Audience

Sanyas Nil. La presse en ligne attire 55% des internautes et 40% des français//PCinpact. URL: http://www.pcinpact.com/news/74259-la-presse-en-ligne-attire-55-internautes-et-40-francais.htm

Sedouramane Hugo. Qui sont les utilisateurs de Twitter // Journaldunet. URL: http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/profil-utilisateurs-twitter/

Senckeisen Eliah. Politique et médias sociaux : vers des stratégies de marques // JDN. URL: http://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/56884/politique-et-medias-sociaux---vers-des-strategies-de-marques.shtml

Sergueï Sobianine a publié son programme électoral // Le site officiel de l'organisation publique de Russie «La Jeune Garde de la Russie Unie». URL : http://mger2020.ru/nextday/2013/06/25/53402

Severin Avgousitn. Sergueï Sobianine a supporté l'idée de créer le siège électoral de jeunesse// VM.ru. URL : http://vm.ru/news/2013/07/08/sergej-sobyanin-podderzhal-ideyu-sozdaniya-molodezhnogo-predvibornogo-shtaba-204140.html

Shoulman Ekaterina. Le royaume de l'imitation politique // Vedomosti.ru. URL: https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2014/08/15/carstvo-imitacii

Shoulman Ekaterina. Quel est le régime politique en Russie ? // Meduza. URL: https://meduza.io/cards/kakoy-v-rossii-politicheskiy-rezhim

Simonov Aleksander. Les étudiants russes s'opposent à la réduction des places payés par l'Etat dans les universités // Le journal d'instituteur. URL : http://www.ug.ru/news/3587

Skorodumova O.B. Les approches russes à l'interprétation de la société de l'information : les paradigmes postindustrielle, synergétique et post-moderne / / Connaissance. Compréhension. Capacité. URL : http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Skorodumova/

Sobianine a remporté la victoire aux élections au premier tour // Vesti-ukr.com. URL : http://vesti-ukr.com/mir/16187-podschitany-100-procentov-golosov-na-vyborah-mjera-moskvy

Sokolova Elena. «Les experts : Alekseï Navalny, qui a recueilli 27.24% des voix à l'élection du maire de Moscou, n'est pas dangereux pour le pouvoir. Sergueï Sobianine le comprend» // MK.ru. URL : http://www.mk.ru/politics/article/2013/09/09/912613-ekspertyi-quotalekseynavalnyiy-nabravshiy-na-vyiborah-mera-moskvyi-2724-golosov-ne-opasen-dlya-vlasti-i-sergey-sobyanin-eto-ponimaetquot.html

Souleymanov Soultan. Dans tous les coins du pays. Comment les candidats au poste de maire conquièrent Internet // Lenta.ru. URL:http://lenta.ru/articles/2013/08/28/webelections/

Statistiques sur Facebook, Twitter et Google+ // Web Alliance.URL : http://www.web-alliance.fr/reseaux-sociaux/statistiques-facebook-twitter-google-plus/

Suply Laurent. Les étonnant chiffres de Flickr // Le Figaro. URL: http://blog.lefigaro.fr/hightech/2008/02/les-etonnants-chiffres-de-flic.html

Télévision, ordinateur, smartphone indispensables pour plus de 3 internautes sur 4// Wearemobians.com. URL : http://wearemobians.com/2013/07/televiseur-smartphone-ordinateur-indispensables-pour-plus-de-3-internautes-sur-4/

Temnova Khalimat. 8 comptes Twitter les plus lus des politiques russes // Forbes. URL: http://www.forbes.ru/ekonomika-slideshow/lyudi/60004-7-samyh-chitaemyh-tvitterov-rossiiskoi-politiki/slide/1

Top Social Networks in Russia: latest numbers and trends // Russian Search Tips. URL: http://www.russiansearchtips.com/2015/01/top-social-networks-russia-latest-numbers-trends/

Tous les chiffres et statistiques que vous devez savoir sur les 10 plus grands réseaux sociaux du monde//Daily geek show. URL: http://dailygeekshow.com/2013/09/03/tous-les-chiffres-et-statistiques-que-vous-devez-savoir-sur-les-10-plus-grands-reseaux-sociaux-du-monde/

Traboun Daniil. Comment a été réalisé la vidéo électorale de Navalny «Bulletin»// Lookatme.ru. URL : http://www.lookatme.ru/mag/people/experience/195777-navalny

Trifonov Evgeny. Alekseï Navalny sur l'avatar de MDK// URL : http://siliconrus.com/2013/08/mdk-navalny/

Triollet Pierre-Anthony. Etude : Qui sont les utilisateurs Instagram en France ? // focuSur. URL: http://www.focusur.fr/societe/tech/2014/03/06/etude-kindai-utilisateurs-influenceurs-instagram

Tsukayama Hayley. Apple names Instagram top app of the year (de l'ang. « Apple nomme Instagram la meilleure application de l'année ») // The Washington Post. URL: http://www.washingtonpost.com/business/technology/apple-names-instagram-top-app-of-the-year/2011/12/09/gIQAg1VuhO_story.html

Twitter a cartonné lors de la campagne présidentielle, et les autres réseaux sociaux ? // pressmyweb.com. URL : http://www.pressmyweb.com/webmarketing-e-marketing-communication/reseaux-sociaux-smo/tweeter-cartonne-lors-campagne-presidentielle/

UGC, les contenus générés par les utilisateurs prennent le pouvoir//Ametys territorial. URL: http://www.ametys.org/fr/blog/web-2-0/user-generated-content-ugc.html

Un essai de plume du premier-ministre - Dmitry Medvedev passera un test pour la gestion du parti au pouvoir// dailynewslight.ru. URL : http://dailynewslight.ru/ru/?r=ZGFYckVSNXF6TWhnRkZNMnNhSDhEa0RlaVVla00=

Une vidéo «Sobianine. L'homme qui a tout changé»// Youtube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=rM8851NVjDA

Valério Ivan. Michèle Delaunay dans l'équipe de campagne de Vincent Feltesse à Bordeaux pour les municipales // le Lab politique. Europe 1. URL : http://lelab.europe1.fr/michele-delaunay-dans-l-equipe-de-campagne-de-vincent-feltesse-9537

Venez débattre avec Vincent Feltesse, sous le Chapiteau des Jeunes Bordelais à la Victoire // le site officiel du Mouvement des Jeunes Socialistes de la Gironde. URL: http://www.jeunes-socialistes33.fr/category/nos-idees-generales/nos-idees-thematiques/idees-societe/

Vers toujours plus de partage : les réseaux sociaux // Bulle communication. URL : http://bulle-communication.com/web/reseaux-sociaux.html

Vladimir Poutine. La Russie et l'évolution du monde // www.mn.ru. URL : http://www.mn.ru/politics/20120227/ 312306749.html

Vuétaz Audrey. Twitter influence-t-il la campagne de 2012 ? // URL : http://www.journalismesinfo.fr/Twitter-influence-t-il-la-campagne-de-2012_a3773.html

Zdanovskaya Marta. L'étude de l'auditoire russe des réseaux sociaux // CMS magazine. URL: http://research.cmsmagazine.ru/audience-research-russian-social-networks/

83% des jeunes de 18-24 ans utilisent Internet / / Marketing Service. URL: http://www.marketing-services.ru/directory_marketing/analytics/reviews_market/6878.html

5 ans pour Alekseï Navalny. L'opposant est mis en prévention dans la salle d'audience // Vesti.ru. URL : URL : http://www.vesti.ru/doc.html?id=1107203&tid=98894

LES SITES INTERNET

URL: https://www.vkontakte.ru

URL: https://my.mail.ru

URL: https://www.facebook.com

URL: https://twitter.com/

URL: https://plus.google.com/

URL: https://instagram.com/

URL: https://www.flickr.com/

URL: https://www.linkedin.com/

URL: https://moikrug.ru/

URL: http://www.yandex.ru/

URL: https://www.google.com

URL: http://www.rambler.ru/

URL: https://mail.ru/

URL: http://www.comscore.com/

URL: http://www.tnsglobal.com/

URL: http://royal.pingdom.com/

URL: http://www.itu.int/fr/Pages/default.aspx

URL: http://www.zircon.ru/

URL: https://www.bimeanalytics.com/

URL: http://www.speedmatters.org/

URL: https://fr.rsf.org/

URL: http://www.wciom.ru/

URL: http://www.cikrf.ru/

URL: http://fom.ru/

URL: http://www.morganstanley.com/

URL: http://www.alexa.com/topsites

URL: http://runet.fom.ru/tag/FOM-RUNET

URL : http://www.legorafi.fr

LES OEUVRES

Abdulov A.N, Kulkin A.M. Les contours de la société de l'information. M : INION, 2005. 162 p.

Akopov G.L. Les problèmes globaux et les dangers de la politique de réseau. Rostov-sur-le-Don : Rostizdat, 2004, 115 p.

Anokhin M.G. Komarovsky V.S. Matveenko U.I. Les technologies dans la politique et la gestion politique. M.: Editions RAGS, 2000. 200 p.

Bell D., The Coming of Post-industrial Society, Aventure en Social Forecasting. NY. : 1973. trad. fr. Vers une société post-industrielle : essai de prospective sociologique. Paris : R. Laffont, 1976. 578 p.

Bougorsky V.N. L'économie de réseau. M., 2007. 256 p.

Bourdieu P. *Raisons pratiques : sur la théorie de l'action*. Paris, Seuil, 1994, 251 p.

Castells Manuel. La galaxie Internet. Paris : Fayard, 2002, 368 p.

Castells Manuel. La société en réseaux – Vol. 1 : L'ère de l'information. Traduit de l'anglais par Philippe Delamare. Paris : Fayard, 2001. 674 p.

Castells Manuel. Pekka Himanen. Reconceptualizing Development in the Global Information Age. Oxford : Oxford University Press, 2014. 384 p.

Cgougounov A.V. Le développement de la société de l'information : les théories, les conceptions, les programmes/ Le matériel didactique. Saint-Pétersbourg : La faculté de la philologie et des arts de l'Université d'Etat de Saint-Pétersbourg, 2007. 98 p.

Chabrov O.F. Anokhin M.G. Dzliev M.I. La modélisation informatique des processus sociaux et politiques/ Sous la direction de Chabrov O.F., M. : Interpraks. 1994. 112 p.

Charles E. Osgood. La méthode et la théorie en psychologie expérimentale. Oxford, 1956

Chernets V., Bazlova V. L'impact à travers les réseaux sociaux//édité par Krygin N.V. Moscou : Focus-Media, 2010, 200 p.

Chernov AA. La formation d'une société mondiale de l'information : enjeux et perspectives. M : Société éditoriale commerciale «Dashkov et K», 2003. 251 p.

Deleuze G. Guattari F. Rhizome. Paris : édition de Minuit, 1976. 65 p.

Descombes V. Philosophie moderne française. Moscou, 2000.131 p.

Dmitriev A.V., Latinov V.V., Khlopiev A.T. La communication informelle politique. M. : ROSSPEN, 1996. 197p.

Dmitriev A.V., Latinov V.V., Yakovlev I.G. La politique, la politologie, Internet. M. : L'Université humanitaire d'Etat de Moscou, 2002. 103 p.

Durkheim E. De la division du travail social. coll. Les grands textes, éd. PUF, 2004, 416 p.

Egorova-Gantman E.V. L'image du leader. M. : Société «Connaissance», 1994. 265 p.

Fomin O.N. Les mécanismes politiques dans les zones de la convergence sociale. Saratov : SGU, 2002. 192 p.

Galbraith John Kenneth. Le nouvel Etat indusctiel : Essai sur le système économique américain. Paris : Gallimard, 1989. 458 p.

Giddens A. La constitution de la société. Moscou, 2003. 528 p

Greenberg T.E. Les technologies politiques : relations publiques et publicité. M. : Aspect Presse, 2005. 317p.

Habermas J. Droit et démocratie : entre faits et normes. Gallimard, 1997, 557 p.

Habermas J. *Théorie de l'agir communicationnel. Tome 1 : Rationnalité de l'agir et rationalisation de la société ; Tome 2 : Pour une critique de la raison fonctionnaliste, Paris : Fayard.* 1987.

Huntington S. Le choc des civilisations. Paris : Odile Jacob, 1997. 402 p.

Huntington S. L'ordre politique dans les sociétés en transition. M. : Progrès – Tradition, 2004. 480 p.

Ilyinsky I.M. La jeunesse et la politique de la jeunesse. M. : Golos, 2001.696 p.

Ivnitsky V.A. La théorie des réseaux du service de masse. Moscou, 2004. 772 p.

Kotelkin A.L., Musin M.M. Les matrices de l'influence. Théorie et pratique de la gestion économique. Moscou, 2003. 296 p.

Lisowski V.T. La vie intellectuelle et les orientations de valeur de la jeunesse russe. SP. : L'Université des sciences humaines et sociales de Saint-Pétersbourg, 2000. 508 p.

Moles A. La sociodynamique de la culture. Moscou : L'édition LKI, 2008. 416 p.

Nikonov V. Poutinisme // La politique moderne russe : Le cours magistral / Sous la direction de V.Nikonov, M. : OLMA-PRESS, 2003. 223p.

Pougachev V.P. Soloviev A.I. L'introduction dans la politologie. M. : ASPECT-Presse, 2000. 477 p.

Safronov V.V. Libéralisme et la démocratie : des bases sociales et culturelles ? // Les dominants culturelles de la conscience russe : l'influence sur les transformations sociales sous la direction de V.V. Safronov et B.M. Firsov. Saint-Pétersbourg : FIS de l'Académie des Sciences de Russie, 1998. 230 p.

SazanovV.M. Les réseaux sociaux – une sphère publique. M. : Laboratoire SVM, 2012. 225 p

Smolin O.N. Le processus politiques en Russie moderne : manuel pratique. M. : Prospect, 2006. 336 p.

Sogrin V.V. L'histoire politique de la Russie moderne. 1982 – 2001 : de Gorbachev jusqu'à Poutine. M. : L'édition «Le monde entier», 2001. 272p.

Taratuta E.E. La philosophie de la réalité virtuelle. Saint-Pétersbourg, 2007. 147 p.

Toffler A. La troisième vague. Paris : Denoël, 1984. 623 p.

Toffler A. Le choc du futur. Paris : Gallimard, collection Folio, 1987. 637 p

Toffler Alvin et Heidi. La richesse révolutionnaire. Paris : Plon, 2007. 578 p.

Urnov M. Kasamara V. La Russie moderne : les défis et les réponses. Recueil. M.: Expertise, 2005. 237 p.

Wasserman S. Faust K. Social Network Analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 1994. p. 825.

Webster. F Theories of the Information Society. L.: Routledge, 2006. 312 p.

Whillock R.K. Cyber-Politics: The On-Line Strategies of «96» // American Behavioral Scientist. 1997. p. 1208 -1225.

LES REVUES

Almond G. Verba S. Culture civile et la stabilité de la démocratie //Polis : études politiques. 1992.№ 4. P. 122 – 135.

Archinov V.I., Danilov Y.A, TarasenkoV.V. La méthodologie de la pensée de réseau : le phénomène d'auto- organisation // L'ontologie et l'épistémologie de la synérgie. Moscou : IFRAN. 2000, P. 101 – 119.

Bell D. Le cadre social de la société de l'information // Nouvelle vague technocratique à l'Ouest. Moscou, 1986. P. 330 – 342.

Burt R. The Social Capital of Social Holes // Guillen M., Collins R., England P. New Directions in economic Sociology. N.-Y., 2001. P. 201-246.

Caroline Dufy. Céline Thiriot. Les apories de la transitologie : quelques pistes de recherche à la lumière d'exemples africains et post-soviétiques // Revue internationale de politique comparée. De boeck, Vol. 20, №3. P.19 – 40.

Chereshkin D.S. Smolyan G.L. La révolution informatique de réseau // Les ressources d'information de la Russie, 1997. №4

Chougounov A.V. Le concept russe de «l'Etat électronique» : la formation de la politique d'Etat et des problèmes juridiques // Vestnik de l'Université de Moscou. 2010. № 3. P. 78 – 89.

Fomin O.N. Les pratiques sociales et la compétence politique d'un fonctionnaire // Le processus politique moderne et la préparation des fonctionnaires. M. : RAGS, 2008. P. 76 – 85.

Irkhin Y.V. Le gouvernement électronique : théorie et pratique // Le service publique. La revue scientifique et politique RAGS. M., 2008. №4. P. 160 – 172.

Ivanov D. La société comme une réalité virtuelle // Le recueil «La société de l'information». Moscou : AST, 2004. P 355 – 428.

Komarovsky V.S. La démocratie et des élections en Russie : la théorie et l'histoire de la question // Etudes sociologiques. 1996. №6. P. 18 – 35.

Koulik A.N. L'Etat électronique dans la «démocratie souveraine». M. : Institut d'information scientifique en sciences sociales, l'Académie des Sciences de Russie. P. 212 – 217.

Le Ministère du Commerce américain a rapporté... // Le Monde d'Internet 1998, № 6.

Milbrath L.W. Political Participation: How and Why Do Peo-ple Get Involved in Politics? Chicago, 1965. P. 79 – 88.

Morozova E.G. La communication droite du pouvoir exécutif avec la société : les contours de «la démocratie du service» ? // La gestion publique au XXI-ème siècle. M. : L'Université d'Etat de Moscou, 2006. P. 135 – 186.

Pastukhov V.B. Le troisième mandat de Poutine comme une alternative à la bigoterie politique. La réplique du cynique politique // Polis. 2006, №2. P. 162 – 172.

Pavlyutenkova M.U. La guerre de l'information – la menace réelle ou le mythe moderne ? //Pouvoir. M., 2001, № 12. P. 44 -56.

Pavlyutenkova M.U. Les nouvelles technologies de l'information dans le processus politique modern // Pouvoir, 2000, №8. P. 69 – 83.

Pescov D.N. Internet dans la politique russe : l'utopie et la réalité // Polis. Saint-Pétersbourg, 2002, №1. P. 25 – 34.

Shannon S.E., Weaver W. La théorie mathématique de la communication // Bell System Technical Journal. N.Y, 1949, №27. P. 379 – 423, 623 – 656.

Shestopal E.B. La demande autoritaire de la démocratie ou pourquoi en Russie les oranges ne poussent pas // Polis, 2004. №1. P.25 – 28.

Shevtsova L.F. Le changement du régime ou du système ? // Polis. 2004. №1. P. 45 – 51.

Stoliarov A.A. Les stratégies étrangères de relations publiques dans la pratique électorale de l'opposition russe//La linguistique politiques, 2014, №1. p. 191 – 200.

Velikaya N.M. Les principales tendances de la participation politique à la municipalité // Etudes sociologiques : SOCIS. №8. P. 45 – 53.

Vershinin M.S. La communication politique dans la société de l'information // Polis. Saint-Pétersbourg. 2001. №21. P. 34 – 40.

Wellman B. Physical place and cyberplace: the rise of networked individualism // International Journal of Urban and Regional Research. 2000/1. P. 227 – 252.

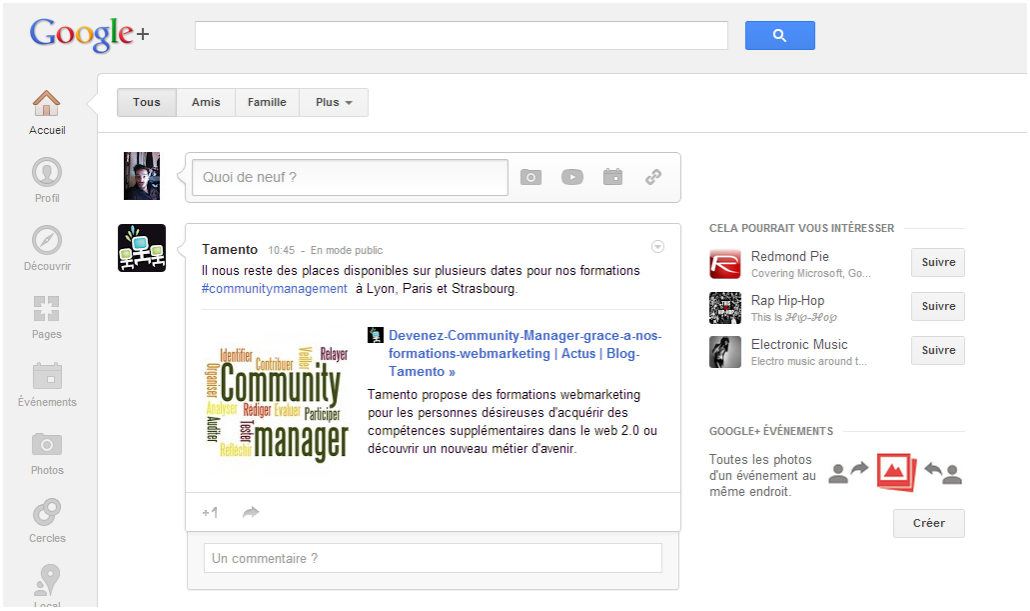
Yakovlev A.N. La réforme en Russie // Les sciences sociales et l'actualité. M. : Science, 2005. №2. P. 5 – 15.

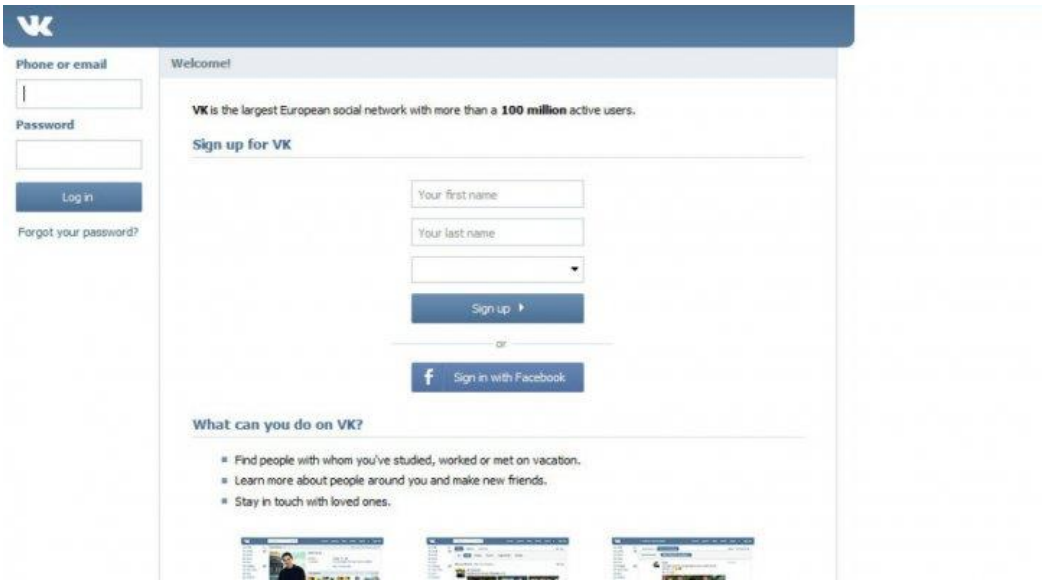
ANNEXES

Annexe 1 Les icônes des plus grands réseaux sociaux (les print-screens sont faits le 15.04.2016)

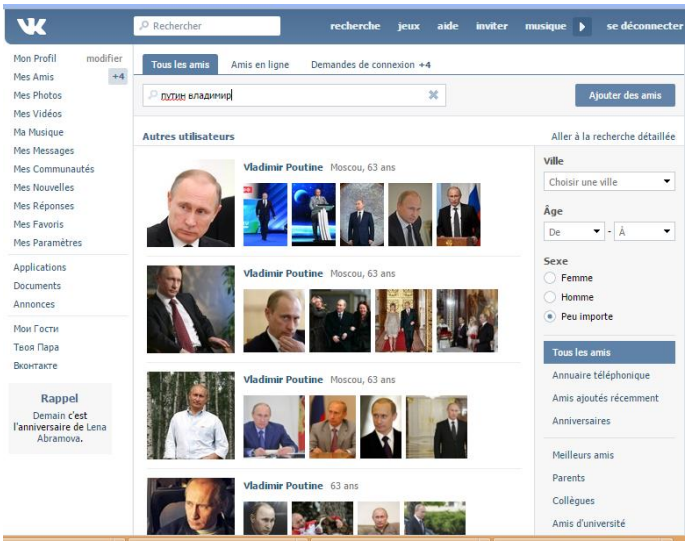
Annexe 1.2 Les pages d'accueil des grands réseaux sociaux (les print-screens sont faits le 15.04.2016)

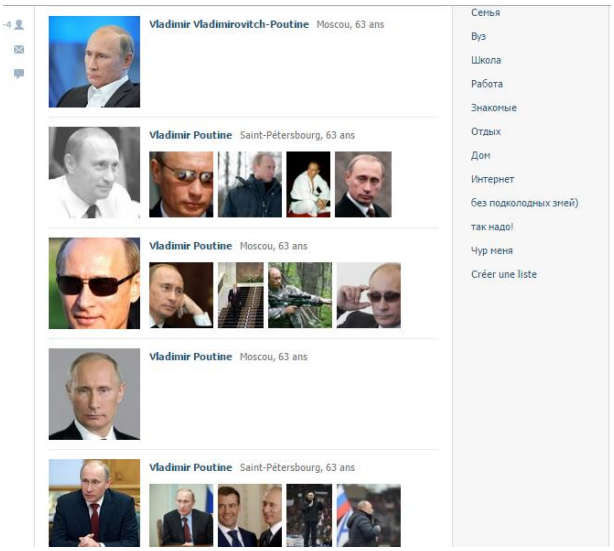
Instagram
Fast beautiful photo sharing
Voici Instagram.
C'est un moyen rapide, esthétique et amusant de partager votre vie avec vos amis au travers de vos photos.
Prenez une photo avec votre iPhone, choisissez un filtre pour en changer l'apparence et partagez la sur Facebook, Twitter ou Tumblr – c'est simple comme bonjour. C'est le partage de photo, réinventé.
Au fait, on vous a dit que c'était gratuit ?
Available on the App Store
GET IT ON Google play

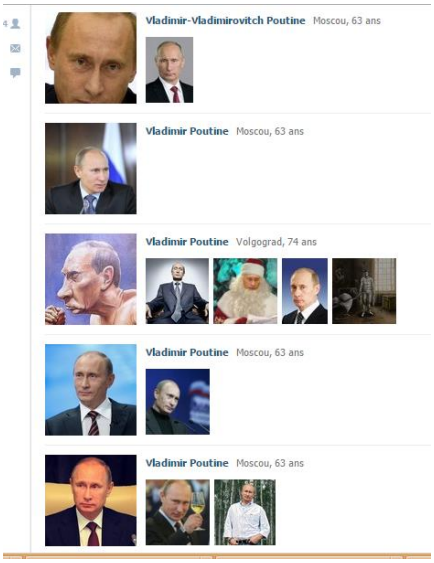

Google+
Tous
Amis
Famille
Plus
Accueil
Profil
Découvrir
Pages
Événements
Photos
Cercles
Quoi de neuf ?
Tamento 10:45 - En mode public
Il nous reste des places disponibles sur plusieurs dates pour nos formations #communitymanagement à Lyon, Paris et Strasbourg.
Devenez-Community-Manager-grace-a-nos-formations-webmarketing | Actus | Blog-Tamento »
Tamento propose des formations webmarketing pour les personnes désireuses d'acquérir des compétences supplémentaires dans le web 2.0 ou découvrir un nouveau métier d'avenir.
+1
Un commentaire ?
CELA POURRAIT VOUS INTÉRESSER
Redmond Pie
Covering Microsoft, Go...
Suivre
Rap Hip-Hop
Suivre
Electronic Music
Electro music around t...
Suivre
GOOGLE+ ÉVÉNEMENTS
Toutes les photos d'un événement au même endroit.
Créer

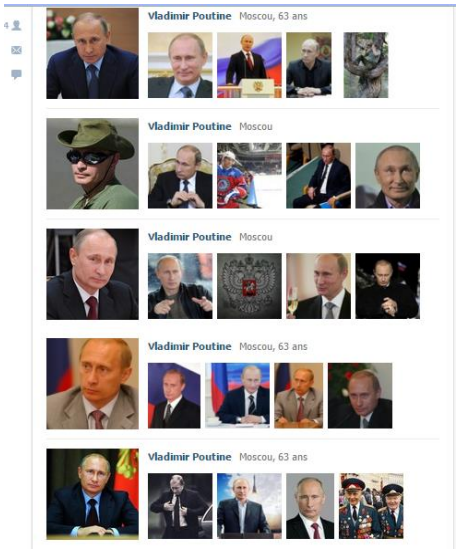

Phone or email
Password
Log in
Forgot your password?
Welcome!
VK is the largest European social network with more than a 100 million active users.
Sign up for VK
Your first name
Your last name
Sign up
or
Sign in with Facebook
What can you do on VK?
Find people with whom you've studied, worked or met on vacation.
Learn more about people around you and make new friends.
Stay in touch with loved ones.

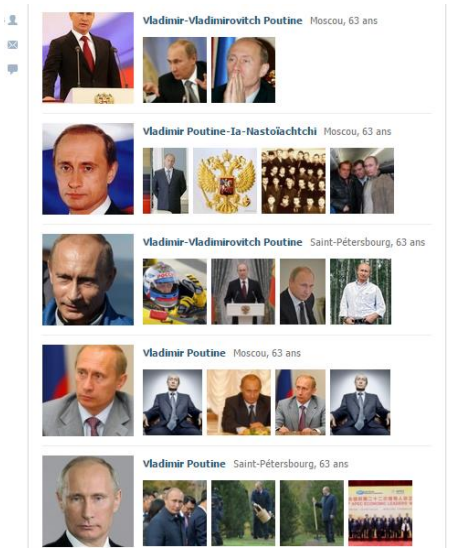
Annexe 2 Les prints-screens des faux comptes de Vladimir Poutine sur VKontakte.ru (sont faits le 15.04.2016)

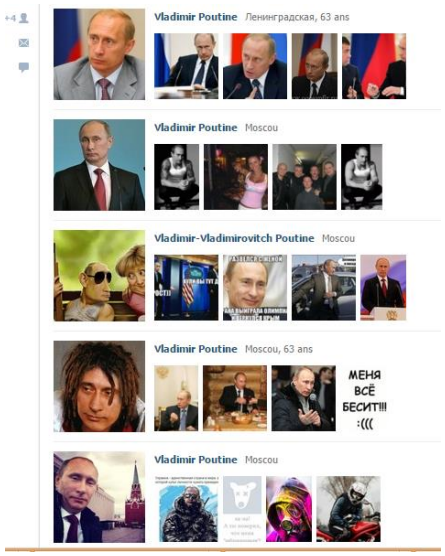


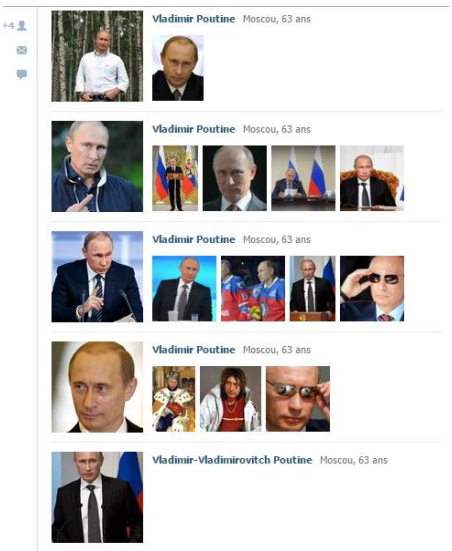


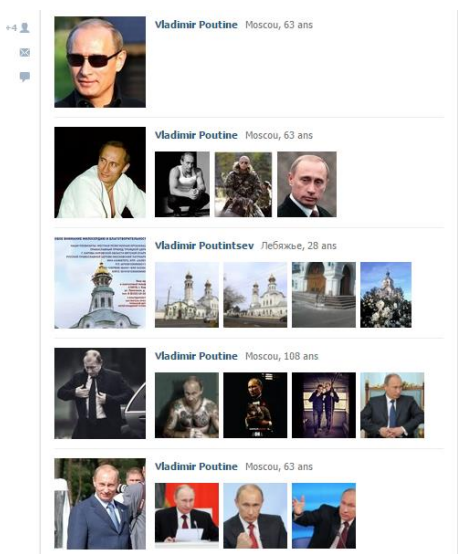


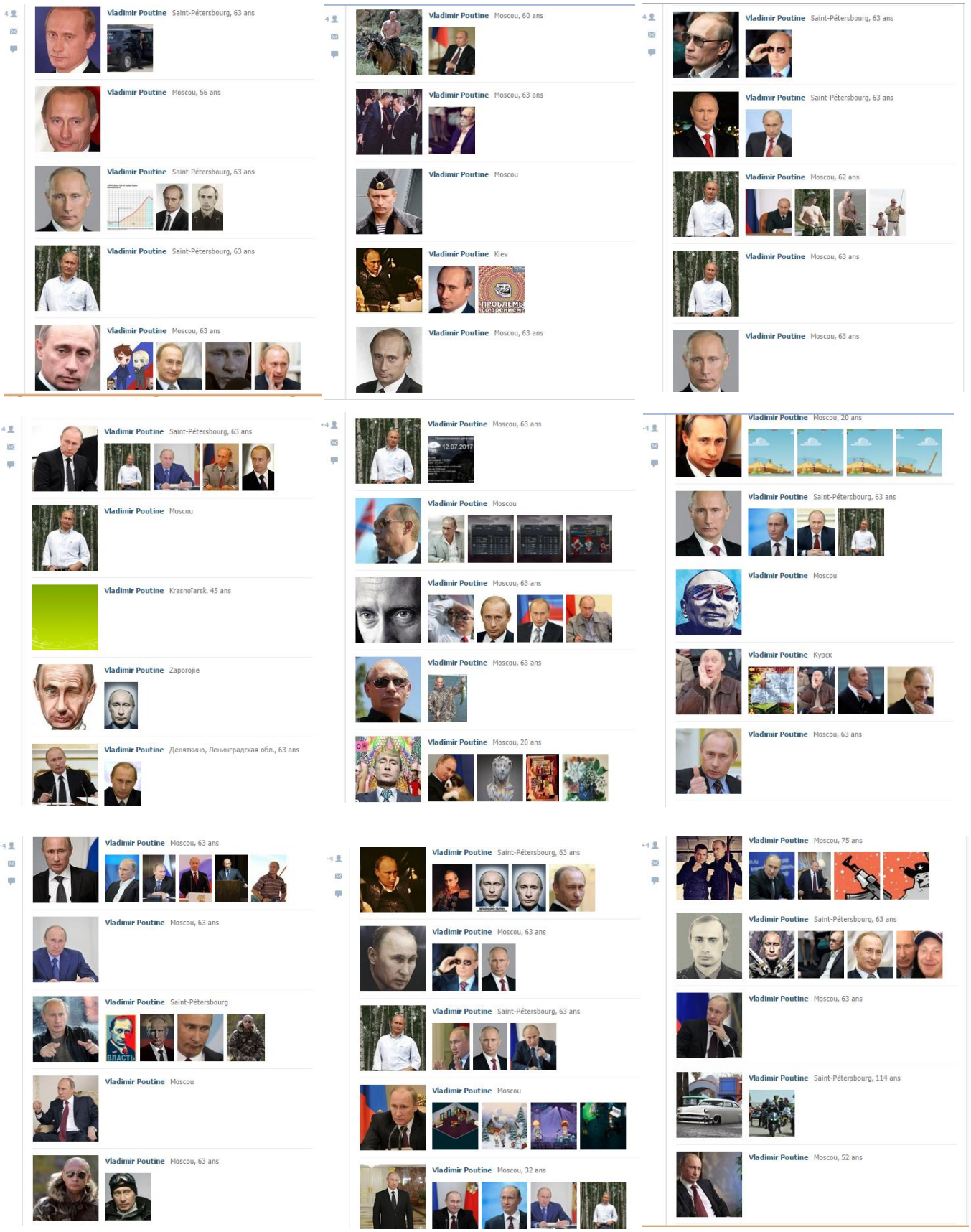











Vladimir Poutine Saint-Pétersbourg, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou, 56 ans
Vladimir Poutine Saint-Pétersbourg, 63 ans
Vladimir Poutine Saint-Pétersbourg, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou, 60 ans
Vladimir Poutine Moscou, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou
Vladimir Poutine Kiev
Vladimir Poutine Moscou, 63 ans
Vladimir Poutine Saint-Pétersbourg, 63 ans
Vladimir Poutine Saint-Pétersbourg, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou, 62 ans
Vladimir Poutine Moscou, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou, 63 ans
Vladimir Poutine Saint-Pétersbourg, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou
Vladimir Poutine Krasnoïarsk, 45 ans
Vladimir Poutine Zaporojie
Vladimir Poutine Девяткино, Ленинградская обл., 63 ans
Vladimir Poutine Moscou, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou
Vladimir Poutine Moscou, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou, 20 ans
Vladimir Poutine Moscou, 20 ans
Vladimir Poutine Saint-Pétersbourg, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou
Vladimir Poutine Курск
Vladimir Poutine Moscou, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou, 63 ans
Vladimir Poutine Saint-Pétersbourg
Vladimir Poutine Moscou
Vladimir Poutine Moscou, 63 ans
Vladimir Poutine Saint-Pétersbourg, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou, 63 ans
Vladimir Poutine Saint-Pétersbourg, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou
Vladimir Poutine Moscou, 32 ans
Vladimir Poutine Moscou, 75 ans
Vladimir Poutine Saint-Pétersbourg, 63 ans
Vladimir Poutine Moscou, 63 ans
Vladimir Poutine Saint-Pétersbourg, 114 ans
Vladimir Poutine Moscou, 52 ans

Annexe 2.1 Les print-screens des comptes officiels de François Hollande, Nicolas Sarkozy et Marine Le Pen sur Facebook (sont faits le 15.04.2016)

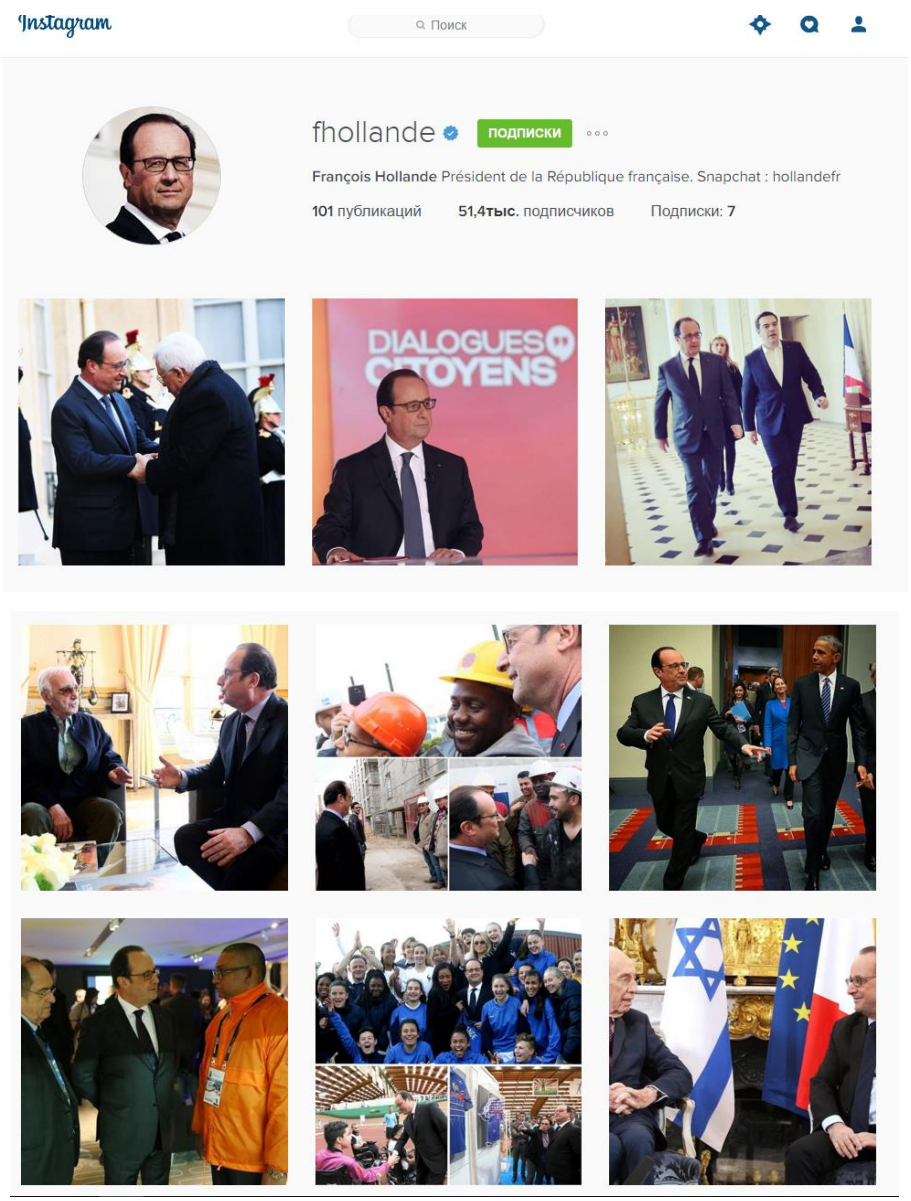
Cherchez des personnes, des lieux ou d'autres choses
Catherine
Accueil
PHOTOS
+15
VIDÉOS
L'ÉCOLE DE LA RÉPUBLIQUE
ET RIEN D'AUTRE
SERVICE MILITAIRE
J'aime
Commenter
Partager
1,8 K
Chronologique
533 partages
Voir les commentaires précédents
1/365
Denis Marcadet Coucou Gigi ! c'est vrai que la différence de traitement entre Morano Juppé et autres républicains est étrange

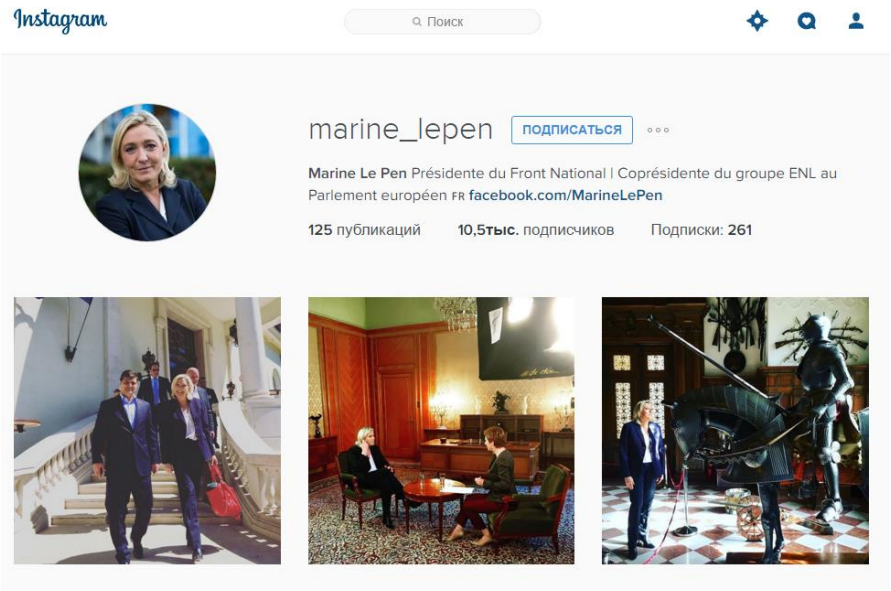
Marine Le Pen
Catherine
Accueil
1ER MAI 2016
FÊTE DE JEANNE D'ARC
BANQUET POPULAIRE ET PATRIOTE
PARIS - PORTE DE LA VILLETTE
DISCOURS DE MARINE LE PEN
Inscrivez vous !
15€
Marine Le Pen
Personnalité politique
Inscription
J'aime déjà
Contacter
Journal
À propos
Vidéos
Ecrivez à Marine Le Pen
Plus
Créer une Page
Récent
Rechercher publications sur la Page
992 886 personnes aiment ça
Damien Obrador et 3 autres amis
Inviter des amis à aimer cette Page
Marine Le Pen
2 h
Retrouvez la réaction de Marine Le Pen à l'émission de François Hollande ce soir sur France 2 :
« Nous voilà ce soir face à un nouveau grand ratage présidentiel qui en aucun cas ne redonnera espoir aux Français.
Ratage sur le fond bien entendu, puisqu'aucune réponse concrète n'a été

Marine Le Pen
Catherine
Accueil
PHOTOS
VIDÉOS
Cend Rine LA FRANCE BLEU MARINE !!!!
J'aime · Répondre · 6 min
Votre commentaire...
Marine Le Pen
12 h
Marine Le Pen sera l'invitée de Radio Classique pour une matinale exceptionnelle mardi 19 avril de 8h à 9h.
Réagissez : #InvitéPol
Marine LE PEN
Sera l'invitée de
RADIO CLASSIQUE
Pour une MATINALE EXCEPTIONNELLE
#InvitéPol
MARDI 19 AVRIL de 8h à 9h
J'aime
Commenter
Partager
2,4 K
Chronologique
Créer une Page
Récent

Annexe 2.2 Les print-screens des comptes officiels de François Hollande, Nicolas Sarkozy et Marine Le Pen sur Twitter (sont faits le 15.04.2016)

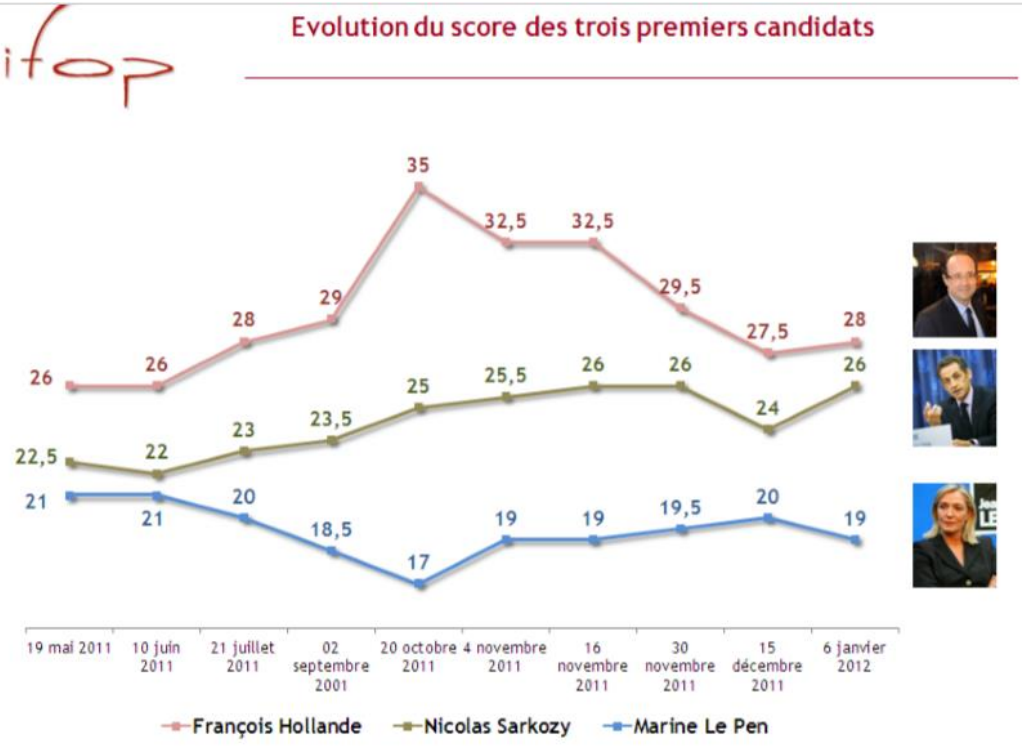
Annexe 2.3 Les print-screens des comptes officiels de François Hollande, Nicolas Sarkozy et Marine Le Pen sur Instagram (sont faits le 15.04.2016)

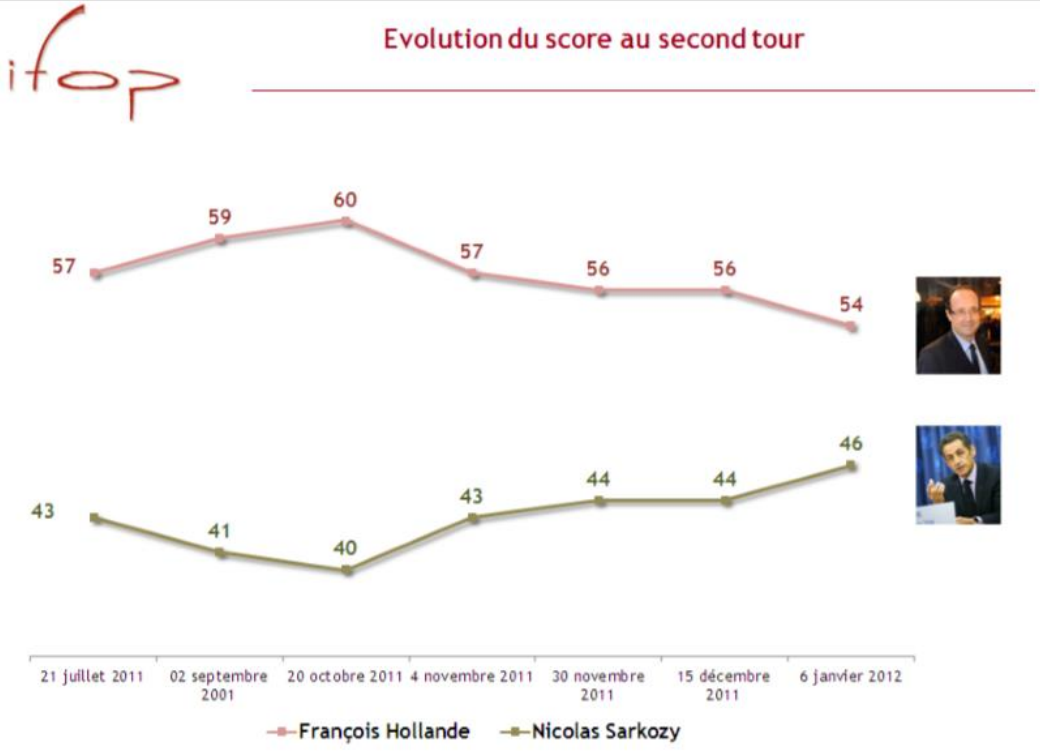



Instagram
Поиск
marine_lepen
ПОДПИСАТЬСЯ
Marine Le Pen Présidente du Front National | Coprésidente du groupe ENL au Parlement européen FR facebook.com/MarineLePen
125 публикаций
10,5тыс. подписчиков
Подписки: 261

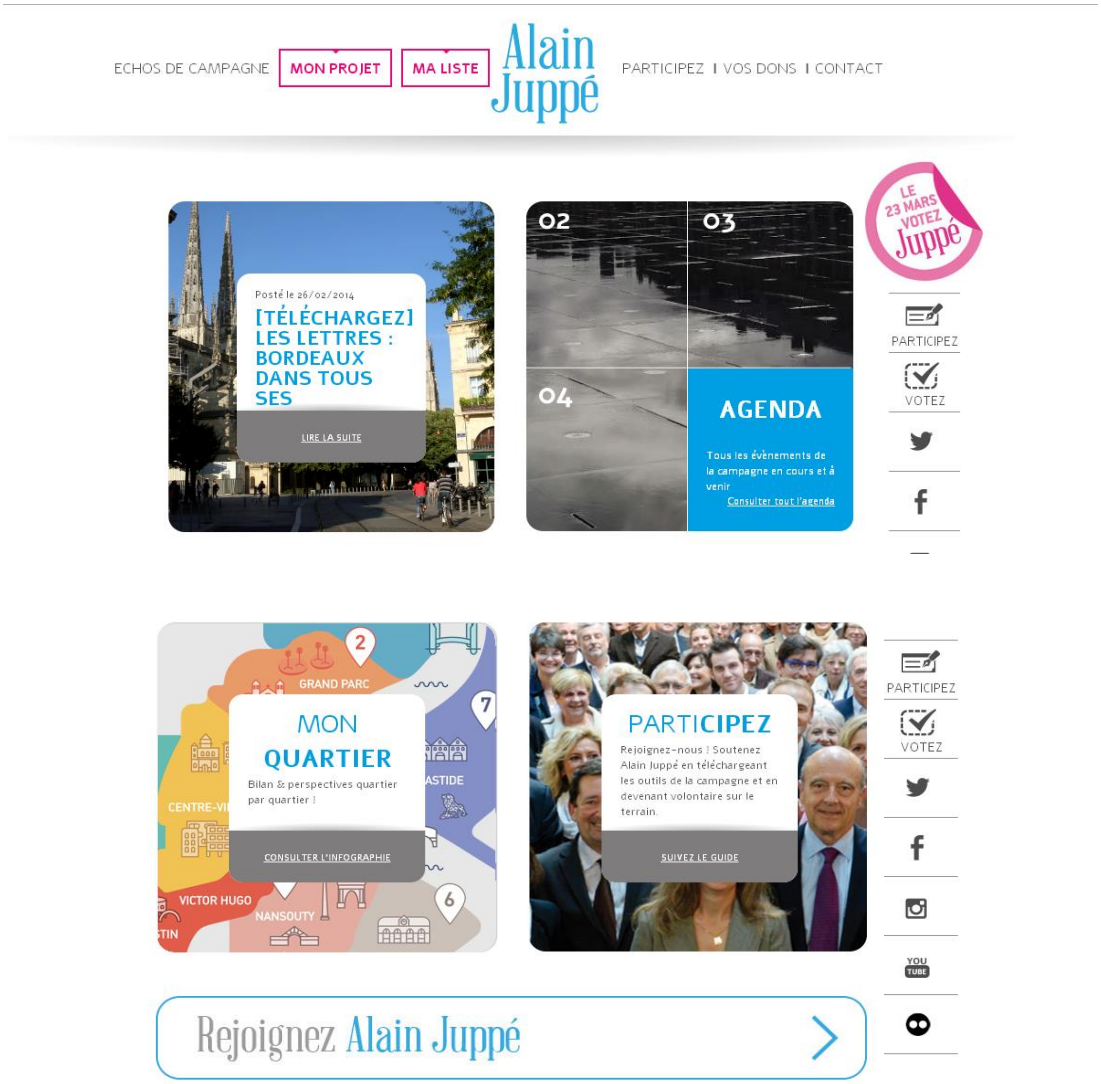
LE PEN
Insta
RAM.COM/ENLFR.OFFICIEL
MERCREDI 30 MARS
MARINE LE

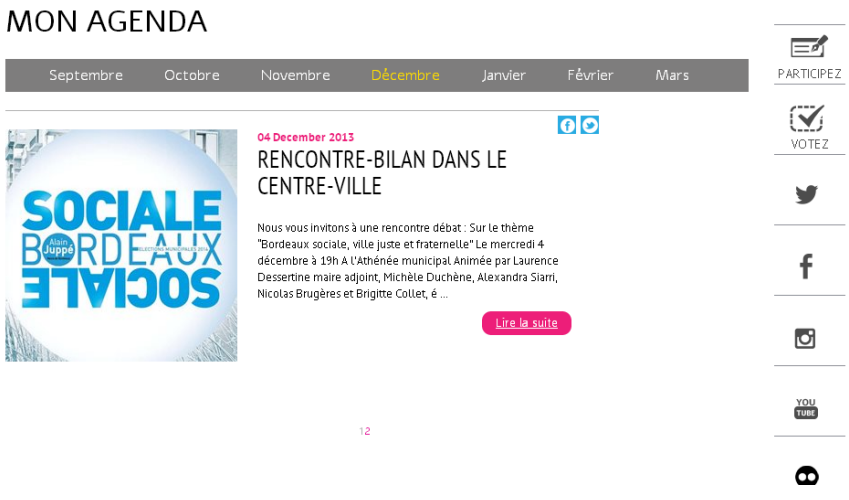
Annexe 3 Les intentions de vote pour l'élection présidentielle de 2012. L'étude réalisée par Ifop pour le Journal du Dimanche en janvier 2012





Annexe 4 Les print-screens du site électoral d'Alain Juppé pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014





09 December 2013

RENCONTRE-BILAN "PARLONS SOCIAL" À LA BASTIDE

Nous vous invitons à une rencontre débat : Sur le thème "Bordeaux sociale, ville juste et fraternelle" Le lundi 9 décembre à 19h A L'Alcazar (11 place Stalingrad) Animée par Muriel Parcelier maire adjoint, Alexandra Siarri, adjointe au maire en charge des nouvelles précarités et d ...

Lire la suite

07 December 2013

TROISIÈME "TÊTE-À-TÊTE" AUX ALLÉES DE TOURNY

Alain Juppé donne rendez-vous aux Bordelaises et aux Bordelais pour le troisième "tête-à-tête", ce samedi 7 décembre à partir de 16h aux allées de Tourny (côté place de la Comédie). Posez vos questions, Alain Juppé y répond. Proposez en direct vos idées au maire de Bordeaux à ...

Lire la suite

PARTICIPEZ

VOTEZ

13 December 2013

INAUGURATION DE LA PERMANENCE DE CAMPAGNE D'ALAIN JUPPÉ

Alain Juppé inaugure le vendredi 13 décembre à partir de 19h sa permanence de campagne : la "Maison des projets". Rendez-vous 46 cours du Chapeau Rouge à Bordeaux (parking Bourse/Jean Jaurès, arrêt de tramway Grand Théâtre) dès 19h. La soirée se poursuivra ensuite à L'Espace Saint Ré ...

Lire la suite

12 December 2013

RÉUNION PUBLIQUE À CAUDÉRAN

PARLONS DE CAUDERAN RENCONTRE-DEBAT Jeudi 12 décembre 2013 à partir de 19h Bar Le Bocage 13, avenue Charles de Gaulle Bordeaux (Barrière St Médard) Avec Pierre Lothaire, Maire-adjoint du quartier et Conseiller Général, Michel Duchène, adjoint au Maire en charge de la stratégie ...

Lire la suite

PARTICIPEZ

VOTEZ

17 January 2014

PRÉSENTATION DU PROJET BORDEAUX 2014/2020

Alain Juppé maire de Bordeaux vous invite vendredi 17 janvier à 19h au Théâtre Fémina (10 rue de Grassi) à la présentation de son projet Bordeaux 2014/2020 (Accès : en tramway ligne B, arrêts Gambetta ou Grand Théâtre) Depuis plus de trois mois, ce sont quelques 1000 personnes (bordela ...

Lire la suite

11 January 2014

TÊTE-À-TÊTE AVEC ALAIN JUPPÉ À CAUDÉRAN

Alain Juppé donne rendez-vous aux Bordelaises et aux Bordelais pour le 4ème "tête-à-tête", ce samedi 11 janvier à partir de 16h à la Buvette du Parc Bordelais à Caudéran (à côté du départ du petit train). Posez vos questions, Alain Juppé y répond. Proposez en direct vos idées ...

Lire la suite

PARTICIPEZ

VOTEZ

MON AGENDA

Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Janvier | Février | Mars

PARTICIPEZ
VOTEZ

22 January 2014

CAFÉ POLITIQUE À CAUDÉRAN

CAFE POLITIQUE A CAUDERAN L'équipe d'Alain Juppé à Caudéran a le plaisir de vous convier à un café politique pour parter du projet du maire de Bordeaux pour Bordeaux : Mercredi 22 janvier à 19h Bar Le Landais 303 avenue d'Arès (proche du Fourmil Mondésir) h3. Commentez et p ...

Lire la suite

PARTICIPEZ
VOTEZ

24 January 2014

PORTE À PORTE AU GRAND-PARC

L'équipe d'Alain Juppé au Grand Parc sera mobilisée dans le quartier pour un porte à porte ce vendredi 24 janvier.

Lire la suite

23 January 2014

DÉBAT SCIENCES PO

L'un des deux grands débats opposant Alain Juppé, maire de Bordeaux, ancien premier ministre à Vincent Feltesse, député de la Gironde, président de la Communauté urbaine de Bordeaux, est organisé à Sciences Po Bordeaux dans le cadre des « Rencontres Sciences Po / Sud Ouest », en partena ...

Lire la suite

PARTICIPEZ
VOTEZ

26 January 2014

TRACTAGE DU PROJET D'ALAIN JUPPÉ AU MARCHÉ DES CHARTRONS

Un grand tractage du projet d'Alain Juppé "Un temps d'avance" est organisé au Marché des Chartrons : Dimanche 25 janvier à partir de 10H30, (rendez-vous côté Ibai). N'oubliez pas votre coupe-vent, votre bonne humeur et votre plus beau sourire. A dimanche avec « un temps d'ava ...

Lire la suite

25 January 2014

TRACTAGE SUR LE MARCHÉ PLACE DE L'EUROPE

L'équipe de campagne d'Alain Juppé sur le terrain, Samedi 25 janvier à 10h30 Place de l'Europe Venez nombreux L'équipe de campagne

Lire la suite

MON AGENDA

PARTICIPEZ
VOTEZ

Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Janvier | Février | Mars

04 February 2014

CAFÉ POLITIQUE BARRIÈRE DE TOULOUSE

L'équipe de campagne vous donne rendez-vous mardi 4 février à 18h30 au Bar Le Maureilhan (9, route de Toulouse) pour un café politique de campagne en présence des colistiers d'Alain Juppé. L'occasion d'un temps d'échanges sur le projet d'Alain Juppé et de son équipe pour Bordeaux et pou ...

Lire la suite

1234

PARTICIPEZ
VOTEZ

06 February 2014

RÉUNION PUBLIQUE À CAUDÉRAN AVEC ALAIN JUPPÉ

Alain Juppé a le plaisir de vous convier à la présentation de son projet pour Bordeaux le : Jeudi 6 février à 19h30 Salle de la Pergola à Caudéran "Rue Fernand Cazères":https://maps.google.fr/maps?q=Rue+Fernand+Caz%C3%A8res&ie=UTF-8&ei=FebcUpzzPMnN0QWF4YD4Ag&ved=0CAgQ_AUoAg Comm ...

Lire la suite

05 February 2014

CAFÉ POLITIQUE À LA BASTIDE

Rencontre - Débat avec les colistiers d'Alain Juppé Parlons du projet d'Alain Juppé Mercredi 5 février à 19h Au Panier Fleuri 139 bis avenue Thiers Venez rencontrer les colistiers d'Alain Juppé : Jérôme Siri, commerçant Yacine Louimi, animateur socio-culturel Marc Lafosse, ...

Lire la suite

PARTICIPEZ
VOTEZ

09 February 2014

TÊTE À TÊTE AVEC ALAIN JUPPÉ PLACE NANSOUTY

4ème tête à tête avec Alain Juppé. Echanges, questions, réponses en direct avec le maire de Bordeaux. Dimanche 9 février à 11h Bar Nansouty Chez Luis, Place Nansouty Commentez et partagez les temps forts sur "#juppé2014":https://twitter.com/juppe2014 h3. "Venez rencontrer l'équi ...

Lire la suite

PARTICIPEZ
VOTEZ

08 February 2014

DÉBAT FRANCE 3 / SUD OUEST

La Voix est libre hors-série propose une émission spéciale de 52 minutes consacrée aux élections municipales à Bordeaux et reçoit en plateau notre candidat Alain Juppé, maire de Bordeaux et le candidat du Parti socialiste. Cette émission présentée par Pascal Cagnato, sera co-animée p ...

Lire la suite

MON AGENDA

Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Janvier | Février | Mars

PARTICIPEZ
VOTEZ

10 February 2014

FORUM JEUNES AVEC ALAIN JUPPÉ

Lancement des Forums de campagne avec Alain Juppé. 1er RDV parlons jeunesse à Bordeaux dans un lieu bien connu des plus jeunes : la Rock School Barbey. Lundi 10 février à 19h A la Rock School Barbey Echanges, débats, apéro concert, démonstrations...RDV pour un temps festif mais ...

Lire la suite

22 February 2014

FORUM DIVERSITÉ AVEC ALAIN JUPPÉ

Nous vous invitons à un FORUM DIVERSITE avec Alain Juppé, Samedi 22 février à 16h Salle Pierre Tachou à Bacalan (Terminus Tramway ligne B dir. Claveau) Bordeaux est une ville modérée, ouverte sur le monde mais surtout à l'écoute de sa diversité. Déterminée à lutter contre toute ...

Lire la suite

20 February 2014

RÉUNION PUBLIQUE À BORDEAUX SUD AVEC ALAIN JUPPÉ

Alain Juppé a le plaisir de vous convier à la présentation de son projet pour Bordeaux le : Jeudi 20 février à 19h Salle Son Tay Rue Son Tay (accès Tramway Ligne C, arrêt Belcier) Commentez et partagez les temps forts sur "#juppé2014":https://twitter.com/juppe2014 h3. "Venez ...

Lire la suite

26 February 2014

CAFÉ POLITIQUE PLACE CAMILLE JULLIAN

Nous vous donnons rendez-vous le 26 février à 19h au Siménone Café pour un café politique de campagne en présence des colistiers d'Alain Juppé sur le quartier. L'occasion d'un temps d'échanges sur le projet d'Alain Juppé et de son équipe pour Bordeaux et pour le quartier. Commentez ...

Lire la suite

24 February 2014

RÉUNION PUBLIQUE À BORDEAUX MARITIME AVEC ALAIN JUPPÉ

Alain Juppé a le plaisir de vous convier à la présentation de son projet pour Bordeaux le : Lundi 24 février à 19h Cap Sciences 20 Quai de Bacalan, 33300 Bordeaux > Le Hangar 20 est desservi par les lignes de bus 7, 32 et 45. > Par la ligne B du Tramway arrêt "Bassins à flot". ...

Lire la suite

07 March 2014

FORUM FEMMES AVEC ALAIN JUPPÉ

Alain Juppé a le plaisir de vous inviter à un grand Forum Femmes, le : Vendredi 7 mars à 19h30 Salle Capitulaire, cour Mably (3 rue Mably) h1. S'engager, innover, transmettre... ...des Bordelaises témoignent. Commentez et partagez les temps forts sur "#juppé2014":https://twitt ...

Lire la suite

04 March 2014

CAFÉ POLITIQUE SUR L'EMPLOI DES JEUNES À BORDEAUX MARITIME

Café politique avec les colistiers d'Alain Juppé Parlons d'économie et d'emploi des jeunes Mardi 4 mars à 19h à L'Iboat Bassin à flot N°1 Quai armand lalande TRAMWAY : ligne B – Arrêt Bassin à flots BUS : Ligne 76, Ligne 32 Venez rencontrer les colistiers d'Alain Juppé : ...

Lire la suite

PARTICIPEZ

VOTEZ

MON AGENDA

Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Janvier | Février | Mars

23 March 2014

DIMANCHE 23 MARS 2014 : 1ER TOUR DES ÉLECTIONS MUNICIPALES

Les élections municipales se dérouleront les dimanches 23 et 30 mars 2014. Les élections municipales et communautaires ont lieu au suffrage universel direct. Si vous avez plus de 18 ans et que vous êtes Français, vous pourrez voter, à condition d'être inscrit sur la liste électorale ...

Lire la suite

PARTICIPEZ

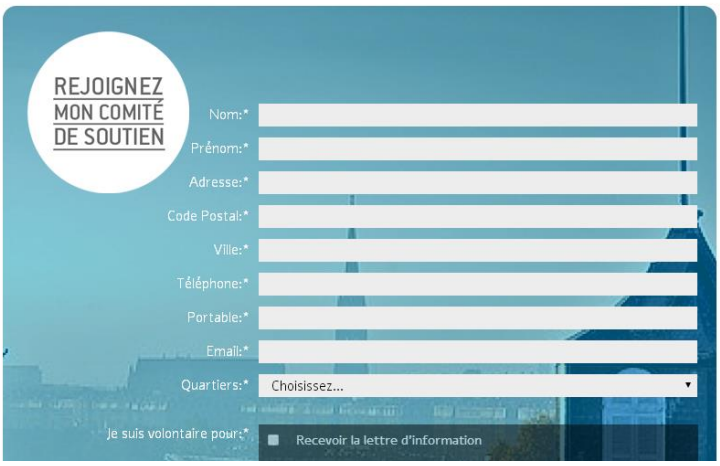
VOTEZ

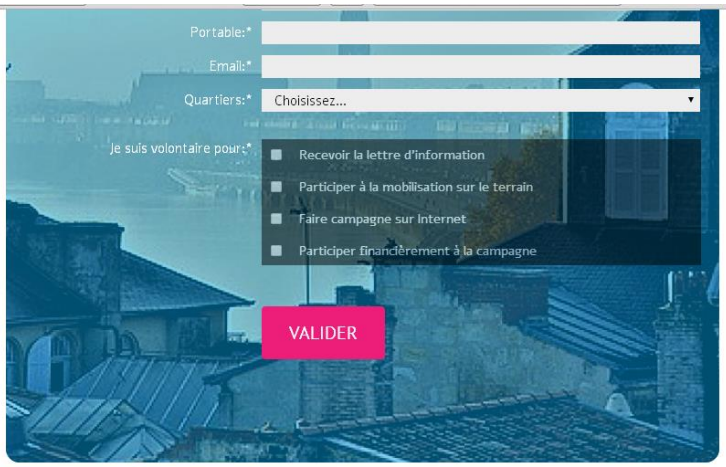
PARTICIPEZ

PARTICIPEZ

VOTEZ

PARTICIPEZ PHYSIQUEMENT





PARTICIPEZ
VOTEZ

Conformément à l'article 34 de la Loi "Informatique et Libertés" n°78-17 du 6 janvier 1978, vous disposez du droit d'accès, de rectification et de suppression des données qui vous concernent.

2014-2020 UN TEMPS D'AVANCE! DÉCOUVREZ LE PROJET

PARTICIPEZ
VOTEZ

Chère Madame, cher Monsieur,

En décembre dernier, je vous ai fait part des raisons de ma candidature aux élections municipales des 23 et 30 mars prochains.

Aujourd'hui, je vous présente le projet de la mandature 2014-2020 que j'ai préparé avec celles et ceux d'entre vous, très nombreux, qui ont participé à nos groupes de travail, ou à nos échanges sur les réseaux sociaux.

Comme vous le savez, toutes les communes sont confrontées à la baisse sévère des concours que nous doit l'Etat.
C'est pourquoi il va nous falloir faire des choix.

Mon projet n'est donc pas un catalogue de promesses. C'est un cadre cohérent et réaliste d'objectifs que nous nous efforcerons d'atteindre, avec la détermination de ne pas augmenter la pression fiscale.

Avec vous toutes et tous, nous pourrons ainsi continuer à construire une ville dynamique, fraternelle et durable, qui gardera un temps d'avance.

Nous en parlerons, si vous le voulez bien, tout au long de la campagne qui commence.

Au fil des ans, un lien très fort s'est tissé entre nous : le lien de la confiance mutuelle. Nous nous connaissons bien. Nous éprouvons le même amour pour notre belle ville qui vient de vivre une si magnifique métamorphose.

Nous partageons le même rêve de la voir demain toujours plus fraternelle et plus juste, plus dynamique et créative, mais aussi plus durable et douce à vivre.

En réalisant le projet que je vous propose aujourd'hui, Bordeaux avec vous, avec nous, Bordeaux en France, en Europe et dans ce monde nouveau si plein de promesses, Bordeaux et sa métropole garderons un temps d'avance.

04 March 2014

[LIVE TWEET] #CAFÉJUPPÉ, ÉCHANGEZ EN DIRECT AVEC @ALAINJUPPE

Le journal L'Opinion, France Info, ou bien encore l'Observatoire du Web placent régulièrement Alain Juppé et sa campagne numérique en tête des classements. Plus de 95 000 personnes suivent déjà Alain Juppé sur Twitter.

Parallèlement aux réunions publiques et cafés politiques organisés dans le cadre de sa campagne, Alain Juppé a souhaité donner rendez-vous à ses suiveurs sur Twitter pour un temps d'échanges et de questions/réponses en direct : un #caféjuppé

Alain Juppé donne rendez-vous à la twittosphère pour ce 1er #caféjuppé, le :

Mardi 4 mars à 14h30

SUIVEZ ET PARTAGEZ L'ÉVÉNEMENT AVEC LES MOTS DIÈSE #JUPPÉ2014 ET #CAFÉJUPPÉ

Lieu :
Sur Twitter @alainjuppe

Comment s'y rendre :

VOTEZ

Le 23 mars, je vote !

Les élections municipales se dérouleront les dimanches 23 et 30 mars 2014.

Je ne suis pas à Bordeaux le jour du vote

Vous n'êtes pas à Bordeaux les dimanches 23 et 30 mars ou vous ne pouvez pas vous déplacer, il suffit de voter par procuration :

Comment voter par procuration ?

La personne qui donne procuration (le mandant) désigne la personne qui votera à sa place (le mandataire), ce dernier doit :

- être inscrit sur les listes de la même commune (mais pas forcément dans le même bureau de vote) ;

- n'être porteur que d'une seule procuration.

Quelle est la démarche ?

Le mandant doit se présenter en personne (sauf invalidité) au commissariat de police pour faire établir la procuration munie de sa pièce d'identité et des informations suivants concernant le mandataire : nom de famille, nom d'usage, prénoms, adresse et date de naissance (ou de la copie de sa carte d'identité).

ASTUCE : pour gagner du temps, le mandant peut remplir en ligne et imprimer le formulaire cerfa n°14952*01 qu'il présentera au guichet.

ASTUCE : pour gagner du temps, le mandant peut remplir en ligne et imprimer le formulaire cerfa n°14952*01 qu'il présentera au guichet.

Quel document fournir ?

Le mandant doit fournir un justificatif d'identité.

Quand faire sa procuration ?

En principe, jusqu'à la veille du scrutin mais ATTENTION le mandataire risque alors de ne pas pouvoir voter si la commune ne l'a pas reçue à temps. Il faut le faire au plus tôt !

Quelle est la durée de validité de la procuration ?

Pour une seule élection (1er et/ou 2ème tour) ou sur 1 an.

Comment vote le mandataire ?

Le jour du scrutin il se présente muni de sa propre pièce d'identité, au bureau de vote du mandant et vote au nom de ce dernier (ATTENTION : le mandataire ne reçoit aucun document officiel).

Vous cherchez un mandataire ?

Nous pouvons vous aider, contactez la permanence de campagne d'Alain Juppé : 05.50.2014.00 / contact@juppe2014.fr

Toutes les démarches ici

PARTICIPEZ
VOTEZ

VOS DONS

Pour que la campagne d'Alain Juppé soit possible, nous avons besoin de votre soutien. La plupart de nos ressources viennent en effet de vos dons : imprimer des affiches pour faire connaître nos idées, diffuser des documents sur lesquels nous expliquons notre programme, organiser les meetings de campagne, communiquer sur Internet…

Nous avons besoin de vous quel que soit le montant de votre don (10, 20, 30, 60, 100, 200 euros jusqu'à un montant maximum de 4 600 euros par personne physique). De votre côté, vos dons sont déductibles des impôts à hauteur de 66% (dans la limite de 20 % du revenu imposable).

Votre don vous donne droit à une réduction annuelle d'impôt sur le revenu à hauteur de 66% de son montant.

COMMENT FAIRE UN DON ?

Adressez votre don à :

Alain Juppé 2014

Mandataire financier d'Alain Juppé

BP 2014

33 007 Bordeaux Cedex

COMMENT FAIRE UN DON ?

Adressez votre don à :

Alain Juppé 2014

Mandataire financier d'Alain Juppé

BP 2014

33 007 Bordeaux Cedex

(Chèque à l'ordre de Jean-Charles Palau, mandataire financier d'Alain Juppé)

Jean-Charles Palau a été désigné mandataire financier le 29 mars 2013 (enregistré à la Préfecture le 8 avril 2013) à Bordeaux.

Conformément à la Loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978, vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification aux données vous concernant. Vous pouvez nous demander, par simple lettre ou courriel à contact@juppe2014.fr, que vos coordonnées soient radiées de cette liste et (ou) qu'elles ne soient plus communiquées à des tiers.

MONTANT DU PLAFOND

Les dons consentis par une personne physique sont limités à 4 600 euros pour une même élection.

MODALITÉS DE VERSEMENT

Tout don supérieur à 150 euros doit être versé par chèque, virement, prélèvement automatique ou carte bancaire.
Le candidat ne peut recueillir des dons de personnes physiques que par l'intermédiaire du mandataire financier ou de l'association de financement.

Conformément à l'article L. 52-9 du Code électoral, ce mandataire financier (cette association de financement électorale), désigné le le 29 mars 2013 (enregistré à la Préfecture le 8 avril 2013) à Bordeaux est seul habilité à recueillir des dons en faveur de M. Alain JUPPE dans les limites précisées à l'article L. 52-8 du Code électoral, modifié par la loi de finances pour 2006, article 5 II n° 2005-1719 du 30 décembre 2005, reproduit ci-dessous :

Dans le cadre de la campagne des Elections Municipales, Alain Juppé répondait mardi 4 mars aux "Twittos" durant une heure. Un échange libre, où la parole l'était tout autant. Répondant aux questions des internautes, Alain Juppé s'est prêté au jeu avec sérieux mais surtout avec le sourire.

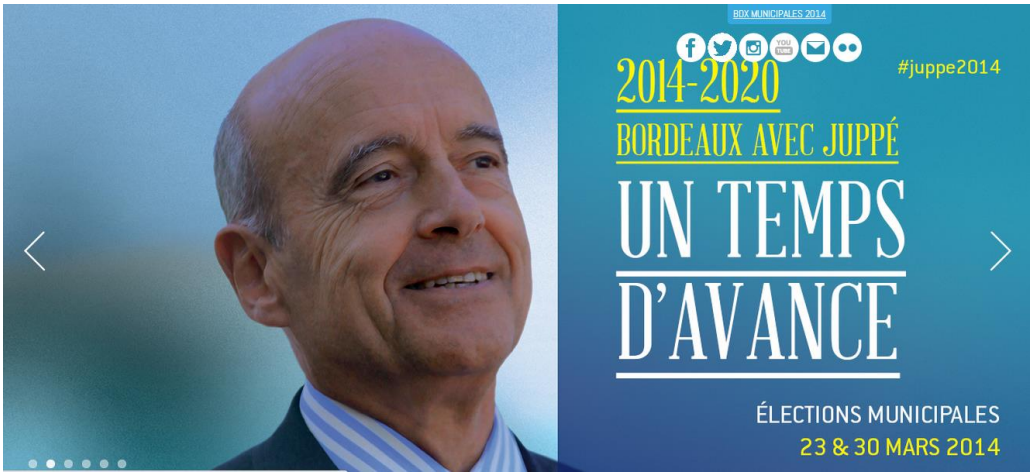
- 19 réponses d'Alain Juppé (en une heure)
- #caféjuppé : 565 mentions du mot dièse, 889 561 impressions potentielles (sources : Topsy)
- @alainjuppe : 1 152 occurrences (contre 501 la veille)
- des reprises dans les médias dont Le Lab Europe 1

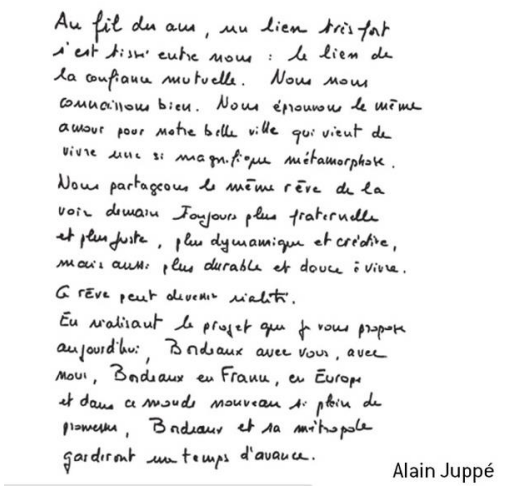
- Plus de 50 000 visites sur www.juppe2014.fr soit près de 200 000 pages vues depuis son lancement le 19 septembre
- 95 000 suiveurs sur @alainjuppe sur Twitter et plus de 30 000 sur la page Facebook.
- le compte Twitter de campagne @juppe2014 (plus de 3 200 tweets)
- 2 000 utilisateurs de l'application mobile gratuite Juppé 2014

#juppé2014

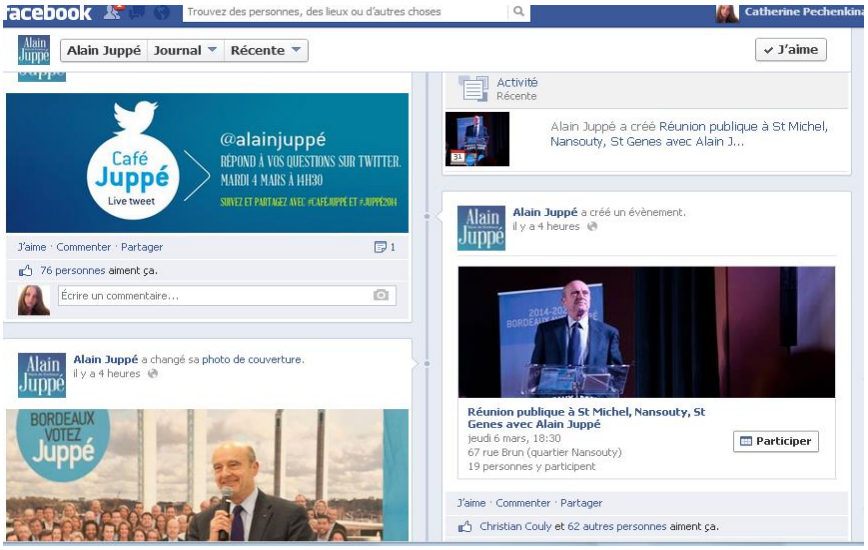
Retour

Annexe 4.1 Les print-screens du compte Facebook d'Aain Juppé pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014




Au fil des ans, un lien très fort s'est tissé entre nous : le lien de la confiance mutuelle. Nous nous connaissons bien. Nous éprouvons le même amour pour notre belle ville qui vient de vivre une si magnifique métamorphose. Nous partageons le même rêve de la voir demain toujours plus fraternelle et plus juste, plus dynamique et créative, mais aussi plus durable et douce à vivre. Ce rêve peut devenir réalité. En réalisant le projet que je vous propose aujourd'hui, Bordeaux avec vous, avec nous, Bordeaux en France, en Europe et dans ce monde nouveau si plein de promesses, Bordeaux et sa métropole garderont un temps d'avance.

Alain Juppé



Chère Madame, Cher Monsieur,

Le jour du scrutin municipal est maintenant proche.

Depuis des mois, j'ai rencontré et écouté des milliers d'entre vous.

Le 17 janvier dernier, après une intense concertation, je vous ai proposé de construire ensemble le grand Bordeaux de la prochaine décennie, au cœur de sa métropole : de nouveaux quartiers avec des logements pour tous, des transports améliorés, des équipements de proximité, l'accueil des entreprises pour créer des emplois.

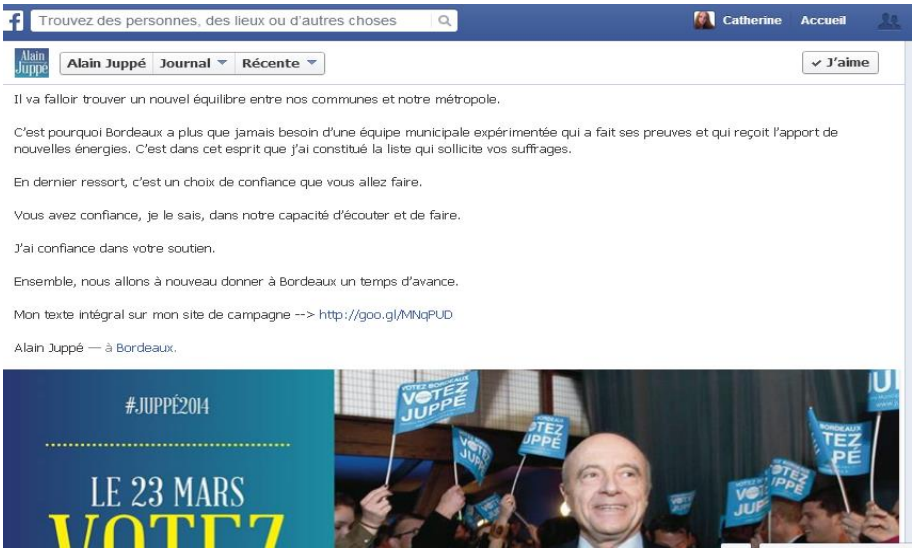
Je vous ai aussi proposé de renforcer la qualité de vie qui fait l'attrait de notre cité, autour de quatre objectifs-clefs : l'écologie, la culture, le sport, la proximité.

Enfin, je veux, comme vous, que Bordeaux progresse encore sur le chemin de la justice et de la fraternité ; j'ai fait pour cela des propositions détaillées en faveur des familles, des seniors, des personnes handicapées. Je vous ai dit ma détermination à lutter contre la précarité et pour l'égalité.

Tous les quartiers de Bordeaux seront parties prenantes de cette nouvelle histoire. C'est pourquoi j'ai décliné mon projet quartier par quartier, au cours de huit réunions qui ont attiré un très nombreux public.

Maintenant, nous sommes prêts.

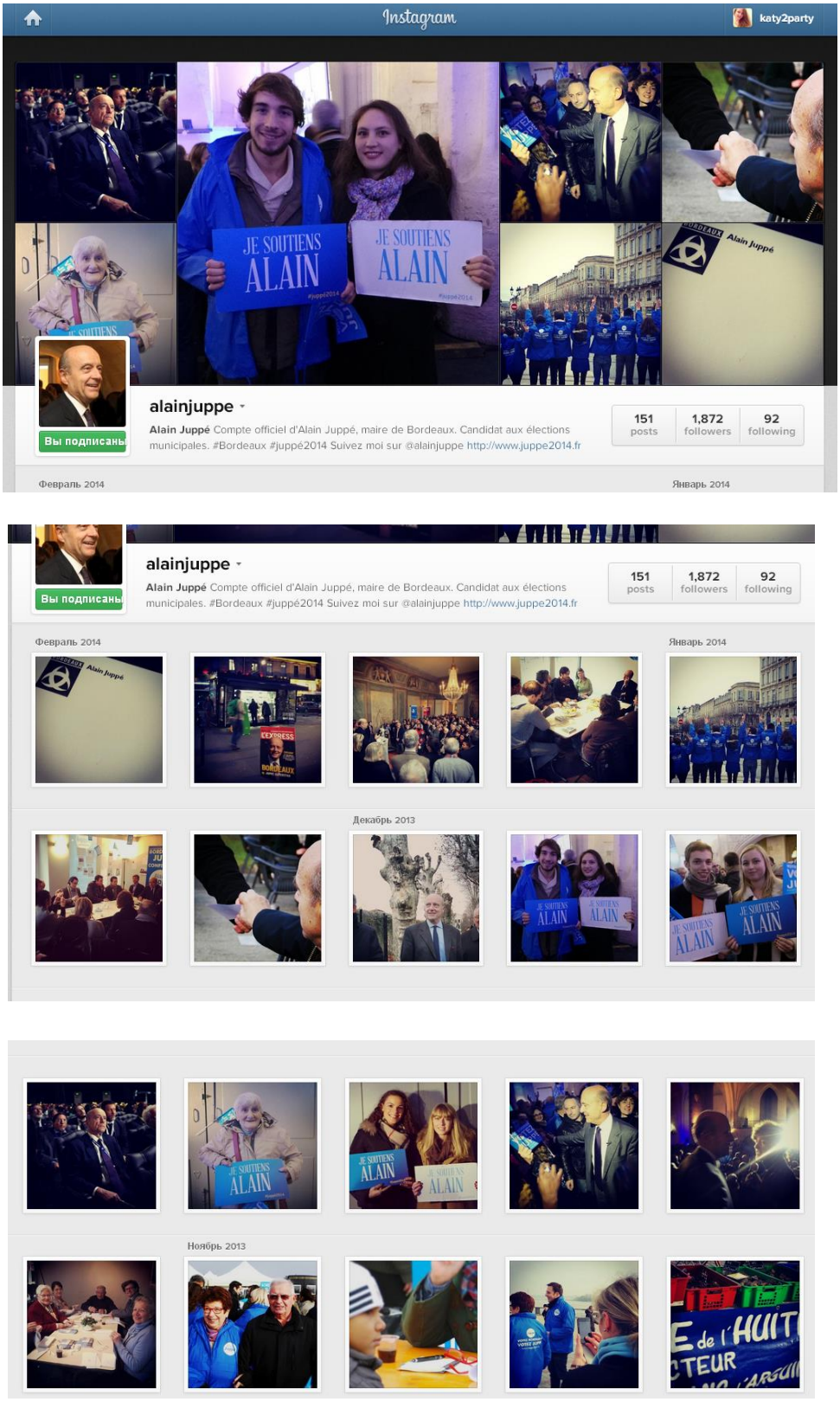
Je ne vous fais pas de promesses démagogiques.
Nos communes vont connaître des temps difficiles.
L'Etat annonce qu'il va continuer à tailler dans les dotations qu'il nous doit.


Trouvez des personnes, des lieux ou d'autres choses
Catherine
Accueil
Alain Juppé
Journal
Récente
J'aime
Il va falloir trouver un nouvel équilibre entre nos communes et notre métropole.
C'est pourquoi Bordeaux a plus que jamais besoin d'une équipe municipale expérimentée qui a fait ses preuves et qui reçoit l'apport de nouvelles énergies. C'est dans cet esprit que j'ai constitué la liste qui sollicite vos suffrages.
En dernier ressort, c'est un choix de confiance que vous allez faire.
Vous avez confiance, je le sais, dans notre capacité d'écouter et de faire.
J'ai confiance dans votre soutien.
Ensemble, nous allons à nouveau donner à Bordeaux un temps d'avance.
Mon texte intégral sur mon site de campagne --> http://goo.gl/MNqPUD
Alain Juppé — à Bordeaux.
#JUPPÉ2014
LE 23 MARS
VOTEZ

Trouvez des personnes, des lieux ou d'autres choses
Catherine
Accueil
Alain Juppé
Journal
Récente
J'aime
#JUPPÉ2014
LE 23 MARS
VOTEZ
Bureaux de vote ouverts
de 8h à 20h
DIMANCHE 23 MARS
VOTEZ JUPPÉ
MUNICIPALES 2014
J'aime · Commenter · Partager
24
402 personnes aiment ça.
Voir les commentaires précédents
1/85
Nathalie Veyssiere
https://www.facebook.com/439673482743274/photos/a.439675306076425.96184.439673482743274/704447469599206/?type=1&theater

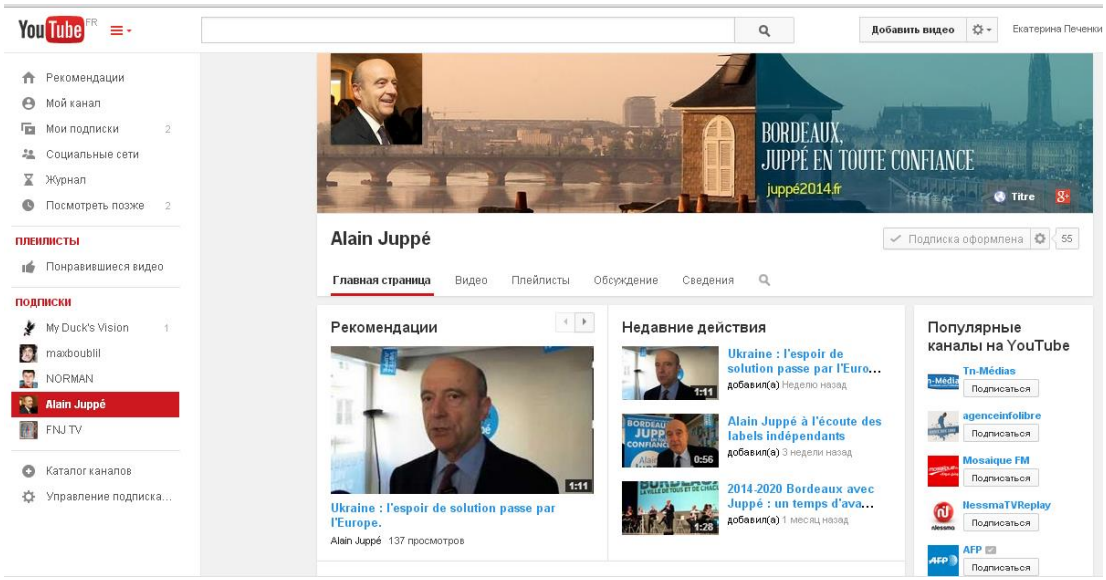
Annexe 4.2 Les print-screens du compte Twitter d'Aain Juppé pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014

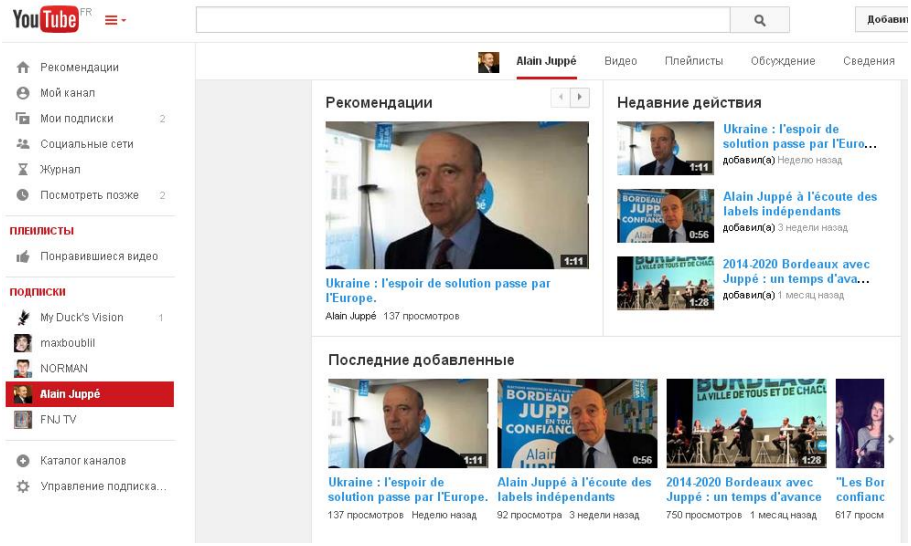
Annexe 4.3 Les print-screens du compte Instagram d'Aain Juppé pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014



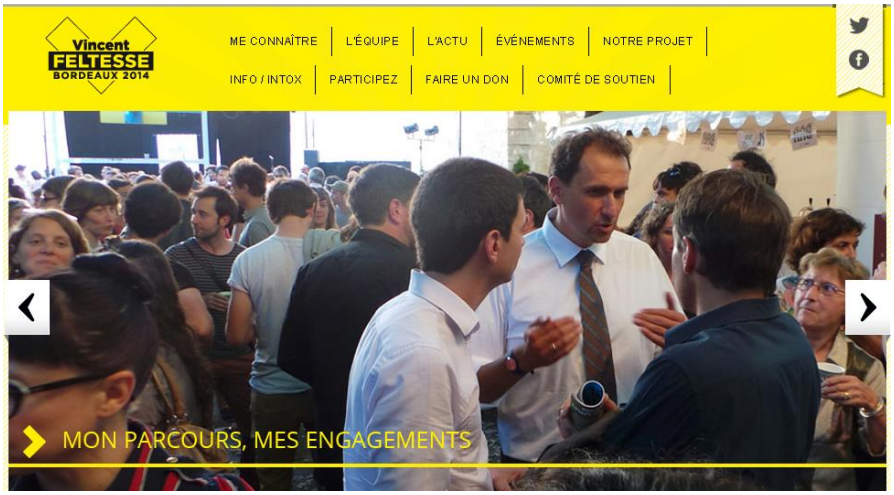
Annexe 4.4 Les print-screens du compte Flickr d'Aain Juppé pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014

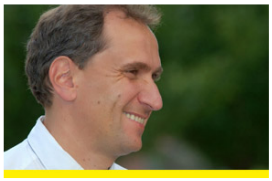
Annexe 4.5 Les print-screens du compte Youtube d'Aain Juppé pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014





Annexe 5 Les print-screens du site électoral de Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014





Les 23 et 30 mars prochains, vous élirez le prochain maire de Bordeaux. Cette date, c'est la possibilité d'ouvrir ensemble une nouvelle page de l'histoire de notre ville. *Bordeaux s'est réveillée et je mesure tout son potentiel pour les années à venir. Mais j'en vois aussi les fragilités et les faiblesses : une ville où le logement est de plus en plus cher, où la pression fiscale est parmi les plus élevées des grandes villes de France pour des services publics insatisfaisants. Il faut donc aider au retour des artisans, des commerces de proximité, créer des places en crèche qui manquent cruellement, investir dans l'école, dans des équipements sportifs accessibles, des médiathèques de quartier, des services aux seniors, lutter contre la pression immobilière qui éloigne de la ville. Bordeaux, c'est aussi et surtout une multitude de quartiers avec leur identité propre, que nous allons accompagner. Mon ambition est de faire un Bordeaux pour tous, pour tous les moments de la ville et de la vie, mais aussi de faire émerger une métropole ouverte, durable et solidaire. Avec vous.*

L'ACTU

PARTICIPEZ

SUIVEZ-NOUS

Choisissez votre galaxie

Facebook Twitter Photos

Vidéos Audio Presse

Documents

DERNIÈREMENT

Une métropole commune

Publié le 27/02/2014

Les forces de gauche ont présenté cet après-midi à Villenave d'Ornon leur projet 2014-2020 pour la métropole de demain. Vincent Feltesse, Président de la Cub, Alain Anziani, Président du groupe socialiste et apparentés, Max Guichard, Président du groupe communiste, Gérard Chausset, président du groupe EELV et Jacques Guichoux, représentant du PRG, ont signé ce texte qui définit les grandes priorités de la gauche pour le mandat à venir.

> Lire la suite

Suivre @VincentFeltesse 12,2K abonnés

Palmarès de l'Express : Alain Juppé, 1er Maire de France … à s'attribuer le mérite des autres

Publié le 25/02/2014

Le magazine l'Express a révélé un palmarès qui se veut classer les maires des 34 plus grandes villes de France. Curieusement, **ce classement**

Palmarès de l'Express : Alain Juppé, 1er Maire de France … à s'attribuer le mérite des autres

Publié le 25/02/2014

Vincent FELTESSE BORDEAUX 2014

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le magazine l'Express a révélé un palmarès qui se veut classer les maires des 34 plus grandes villes de France. Curieusement, **ce classement écarte toutes données chiffrées**, il a été demandé à un jury de personnalités qualifiées de se fonder sur sa propre subjectivité pour attribuer des notes à chacun des maires. **Plusieurs domaines où Alain Juppé est bien classé relèvent partiellement ou exclusivement des compétences de la Communauté urbaine de Bordeaux.** Ce…

> Lire la suite

1 2 3 4 Suivant

Vincent Feltesse

Comme beaucoup de Bordelais, je ne suis pas né à Bordeaux. Originaire de la région parisienne, diplômé d'HEC, rien ne me destinait à une carrière politique. En 1994, j'ai pourtant accepté sans hésitation de venir travailler au Conseil général de la Gironde. Je voulais être utile, agir dans le domaine social. Et puis il y avait Bordeaux, dont j'étais tombé amoureux à l'occasion d'un séjour quelques mois plus tôt. En 2000, je me suis présenté aux élections municipales à Blanquefort. J'ai remporté ce combat jugé alors impossible et suis devenu le premier maire de gauche de la commune. J'ai appris jour après jour ce « métier » si particulier, la proximité, l'exigence, la nécessité d'imaginer en permanence, de ne jamais renoncer.

En 2007, je suis devenu Président de la Communauté urbaine de Bordeaux. Changement d'échelle, avec un budget équivalent à 3 fois celui de la ville de Bordeaux. Nouveaux dossiers, même détermination à faire bouger les choses : refonte complète du réseau de transports en commun, baisse de 10% de la facture d'eau de chaque Bordelais grâce à la renégociation du contrat avec la Lyonnaise, construction de logements correspondant aux besoins des habitants.

Il y a deux ans, j'ai dirigé la campagne numérique de François Hollande, orchestré le porte-à-porte et la mobilisation militante en faveur de celui qui allait devenir notre président de la République. Dans la foulée, avec Michèle Delaunay, nous avons remporté les élections législatives dans la 2ème circonscription de Bordeaux et démontré une nouvelle fois que la gauche pouvait gagner dans cette ville.

L'ACTU

PARTICIPEZ

SUIVEZ-NOUS

Choisissez votre galaxie

Facebook Twitter Photos

Vidéos Audio Presse

Documents

C'est avec son soutien, celui du président de la Région, Alain Rousset, celui du président du Département, Philippe Madrelle, celui de tous les socialistes que je me présente aujourd'hui à la mairie de Bordeaux. Je me réjouis d'avoir été rejoint dans cette dynamique par Pierre Hurmic et Europe-Ecologie Les Verts avec qui nous partageons des valeurs, des priorités, une même sensibilité autour de la préservation du cadre de vie et de l'humain et l'ambition pour Bordeaux d'innover à travers une démarche participative.

J'estime que la politique est une affaire d'engagement. Il faut prendre des risques pour défendre ce en quoi on croit. Et j'en suis convaincu, la décennie qui est devant nous peut être la décennie bordelaise, à condition que nous sachions prendre un nouvel élan. Bordeaux s'est réveillée et métamorphosée. Ensemble, faisons entrer Bordeaux dans le Nouveau Monde, celui du partage, de la solidarité, des nouvelles économies, et de la culture.

Suivre @VincentFeltesse 12,2K abonnés

Vincent Feltesse en quelques dates

Né en 1967 à Beauvais - Marié, 3 enfants

1994 : Installation à Bordeaux

2001 : Elu maire de Blanquefort ; réélu en 2008 dès le premier tour

2003 : Devient professeur associé à l'Institut d'Etudes Politiques de Bordeaux

2007 : Elu président de la Communauté Urbaine de Bordeaux

2012 : Elu député de Bordeaux, en tant que suppléant de Michèle Delaunay

-

L'actualité de la campagne

Stade Chaban-Delmas : encore une volte-face de la part d'Alain Juppé

Publié le 11/03/2014

Vincent FELTESSE BORDEAUX 2014

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Ce matin, Alain Juppé était l'invité de France Bleu Gironde dans le cadre de la campagne électorale. Après avoir déclaré en Conseil municipal (séance du 29 avril) "qu'en 2016, l'UBB n'ira plus à Chaban", Alain Juppé a affirmé à l'antenne qu'un stade de 15 à 20 000 places était envisageable pour accueillir le rugby professionnel. Il y a encore un mois et demi, lors du débat organisé à Sciences Po, le maire de Bordeaux se…

> Lire la suite

Un jour pour Bordeaux : rendez-vous dimanche 16 mars à Darwin

Publié le 10/03/2014

L'ACTU

PARTICIPEZ

SUIVEZ-NOUS

Choisissez votre galaxie

Facebook Twitter Photos

Vidéos Audio Presse

Documents

une volte-face de la part d'Alain Juppé

Vincent FELTESSE BORDEAUX 2014

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Ce matin, Alain Juppé était l'invité de France Bleu Gironde dans le cadre de la campagne électorale. Après avoir déclaré en Conseil municipal (séance du 29 avril) "qu'en 2016, l'UBB n'ira plus à Chaban", Alain Juppé a affirmé à l'antenne qu'un stade de 15 à 20 000 places était envisageable pour accueillir le rugby professionnel. Il y a encore un mois et demi, lors du débat organisé à Sciences Po, le maire de Bordeaux se déclarait favorable à la transformation du stade en plaine des sports ouverte sur le quartier. Quelques mois plus tôt, il envisageait de transformer cette enceinte, jugée trop obsolète pour le sport professionnel, en complexe immobilier.

Sur ce sujet comme sur bien d'autres (REFIT, collecte des déchets dans l'hypercentre, rôle de la métropole), les volte-face du maire sortant illustrent son absence de cap quant à l'avenir de Bordeaux.

A l'inverse, Vincent Feltesse a toujours défendu la vocation sportive du site et exprimé sa préférence pour que l'UBB y dispute ses matchs. Il se réjouit, pour tous les amoureux du sport, que le maire de Bordeaux se rallie enfin à sa proposition sur l'avenir de ce stade mythique pour tous-tes les Bordelais-es.

Un jour pour Bordeaux : rendez-vous dimanche 16 mars à Darwin

Rendez-vous dimanche 16 mars de 12h à 19h à Darwin, quai de Queyries, pour rencontrer Vincent Feltesse et son équipe, partager un moment festif et l'envie de changer d'ère pour un grand Bordeaux.

Un jour pour nous découvrir, un jour pour vous convaincre, un jour pour nous soutenir!

Découverte et explication interactive du programme, village du projet "pour un grand Bordeaux" pour échanger avec les colistiers.
Des activités pour vos enfants, théâtre d'improvisation sur le thème "si étais maire"...

Une carte « Bordeaux pour tous » : pour une tarification plus juste et équitable des services publics locaux

Lundi 10 mars, Vincent Feltesse présente sa proposition de créer une carte « Bordeaux pour tous » afin d'instaurer **plus de justice sociale dans l'accès aux services publics locaux**, notamment la restauration scolaire, les repas pour les seniors, l'accès aux piscines ou aux activités de loisirs, les transports.

Bordeaux est une ville de plus en plus inégalitaire. Depuis 10 ans, l'écart s'est fortement creusé entre les plus riches et les plus pauvres. Les systèmes actuellement en vigueur s'avèrent particulièrement complexes et leurs tarifications inéquitables.

La carte « Bordeaux pour tous », c'est simplifier les démarches avec une carte tout en un numérisée comprenant les principaux justificatifs demandés par l'administration, par exemple attestation de domicile, feuille d'imposition, attestation d'allocations.

La carte « Bordeaux pour tous », c'est aussi une progressivité des tarifsqui tient compte des ressources des ménages pour plus de justice sociale et faciliter au plus grand nombre l'accès aux services publics locaux.

La carte « Bordeaux pour tous », c'est un passeport pour un Bordeaux plus juste et plus solidaire

Découvrir le dossier complet sur la carte "Bordeaux pour tous"

Suivre @VincentFeltesse 12,3K abonnés

Présentation de la liste "un grand Bordeaux pour changer d'ère"

Ce dimanche 2 mars à l'Usine, la permanence de campagne, Vincent Feltesse a présenté la liste ordonnée « un grand Bordeaux pour changer d'ère », en présence des colistiers et de nombreux militants. Une liste qui incarne l'ensemble des quartiers, l'ensemble des

Une métropole commune

Les forces de gauche ont présenté cet après-midi à Villenave d'Ornon leur projet 2014-2020 pour la métropole de demain. Vincent Feltesse, Président de la Cub, Alain Anziani, Président du groupe socialiste et apparentés, Max Guichard, Président du groupe communiste, Gérard Chausset, président du groupe EELV et Jacques Guichoux, représentant du PRG, ont signé ce texte qui définit les grandes priorités de la gauche pour le mandat à venir.

L'ACTU
PARTICIPEZ
SUIVEZ-NOUS
Choisissez votre galaxie
Facebook Twitter Photos
Vidéos Audio Presse
Documents

Le Pacte pour les Jeunes Bordelais

Publié le 25/02/2014

Jeudi dernier, les Jeunes avec Vincent Feltesse organisaient le Chapiteau des Jeunes Bordelais, place de la Victoire. L'évènement a réuni plus de 200 personnes, venues découvrir les propositions de Vincent Feltesse pour les jeunes Bordelais.

Depuis novembre dernier, 3117 jeunes ont fait part de leurs attentes, en choisissant leurs 5 priorités parmi 22 propositions. Aujourd'hui, Vincent Feltesse ajoute ces 5 propositions aux 7 déja annoncées en...

> Lire la suite

Politique de proximité de la mairie, des paroles et des actes qui ne sont pas en accord

Publié le 18/02/2014

Vincent FELTESSE BORDEAUX 2014

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Communiqué d'Emmanuelle Ajon, colistière et porte-voix de Vincent Feltesse à La Bastide

Je m'associe aux habitants de La Bastide pour dénoncer la démolition du city stade de la Benauge et la disparition momentanée d'un

Le chapiteau des jeunes Bordelais jeudi 20 février place de la Victoire

Publié le 18/02/2014

Rendez-vous place de la Victoire de 17h30 à 21h30 pour le Chapiteau des Jeunes Bordelais.

Vincent Feltesse a fait des jeunes Bordelais l'une de ses priorités. Partout à Bordeaux, des jeunes créent, innovent, s'engagent et agissent pour changer leur quotidien, malgré les difficultés qu'ils peuvent rencontrer. Les jeunes de notre commune sont prêts à s'investir et à travailler à condition qu'on leur donne l'occasion de le faire. Nous avons besoin...

> Lire la suite

Grand meeting métropolitain samedi 1er mars à 19h au Rocher de Palmer

Publié le 17/02/2014

La campagne des municipales bat son plein et les forces socialistes sont désormais sur le terrain pour gagner les élections, aussi bien dans les 28 communes de l'agglomération qu'au niveau de la Communauté urbaine de Bordeaux.

Pour donner une impulsion commune au combat mené dans les 28 villes de la CUB, la Fédération du parti socialiste de Gironde organise un grand meeting métropolitain autour de Vincent Feltesse et de l'ensemble...

> Lire la suite

Porte-a-porte géant à Bacalan

Publié le 15/02/2014

Vincent Feltesse et son équipe étaient ce samedi 15 février rue Achard à Bacalan pour un porte-à-porte géant à la rencontre des habitants du quartier. Plus de 500 portes ont été frappées par la trentaine de personnes participant à cette après-midi de rencontres pour présenter le **projet de Vincent Feltesse pour Bordeaux Nord.**

Des échanges riches avec les habitants, que le candidat et son équipe poursuivent quotidiennement dans les...

> Lire la suite

Ce sondage n'entame en rien ma détermination

Publié le 14/02/2014

Vincent FELTESSE BORDEAUX 2014

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Les résultats du sondage Ifop commandé par Sud Ouest, TV7 et France Bleu Gironde sont, ne nous le cachons pas, mauvais pour la liste que je mène.

Je fais partie de ceux qui ne reculent pas face à

Porte-a-porte géant à Bacalan

Publié le 15/02/2014

Un Office de la Tranquillité Publique pour Bordeaux

Publié le 10/02/2014

Vincent Feltesse a présenté ce lundi 10 février sa troisième merveille pour Bordeaux : l'Office de la Tranquillité Publique, en présence de Jean-Pierre Havrin, Adjoint au maire de Toulouse, en charge de la prévention et de la sécurité, ancien Haut-fonctionnaire ayant mis en place la police de proximité, et des acteurs oeuvrant au quotidien sur les sujets de tranquillité publique sur Bordeaux (associations de quartiers, de prévention...).

> Lire la suite

Débat du 8 février 2014 : avantage Vincent Feltesse

Publié le 07/02/2014

Après un premier débat le 23 janvier dernier à Sciences-Po au cours duquel Vincent Feltesse a su démontrer sa parfaite maîtrise des dossiers et exposer un projet novateur et solidaire pour Bordeaux, le second débat tourné le 7 février dans les locaux de Sud-Ouest à une fois de plus démontré la détermination et la cohérence du

Palmarès de l'Express : Alain Juppé, 1er Maire de France … à s'attribuer le mérite des autres

Le magazine l'Express a révélé un palmarès qui se veut classer les maires des 34 plus grandes villes de France. Curieusement, **ce classement écarte toutes données chiffrées**, il a été demandé à un jury de personnalités qualifiées de se fonder sur sa propre subjectivité pour attribuer des notes à chacun des maires. **Plusieurs domaines où Alain Juppé est bien classé relèvent partiellement ou exclusivement des compétences de la Communauté urbaine de Bordeaux.** Ce palmarès appelle quelques commentaires.

1) L'urbanisme

Pour rendre hommage à Alain Juppé en matière d'urbanisme, les membres du jury (dont à notre connaissance aucun n'habite à Bordeaux) prétendent à « l'embellissement de la rive droite ». En la matière, laissons les bordelais juges d'une telle affirmation. Plus curieux encore, l'Express justifie son classement par la construction du nouveau pont. Le projet de **pont Bacalan-Bastide d'abord refusé par Alain Juppé était enlisé jusqu'à ce qu'il soit pris en main par Vincent Feltesse et financé par tous les partenaires publics (CUB, État, Conseil général, Conseil régional) à l'exception de la Ville de Bordeaux**.

2) Les transports publics

Selon l'Express, le tramway a été décisif pour classer Alain Juppé premier de ce classement. Les transports publics constituent une compétence de la Communauté Urbaine de Bordeaux. **Le tramway est bien l'œuvre de la Communauté Urbaine, et de son président.**Alain Juppé a participé à la première phase du tramway (en tant que président de la CUB et non en tant que maire), **la deuxième et la troisième phase sont l'œuvre d'Alain Rousset et de Vincent Feltesse**. Réduire le tram à Alain Juppé, c'est également passer sous silence la remise à plat par Vincent Feltesse en 2010 de la délégation de service public transport. Celui-ci ayant fait le choix audacieux de remettre en cause des années de reconduction de contrats avec le même délégataire. S'en est suivi un réseau mieux structuré, diversifié en termes de moyens de transports (Vcub, lianes, tram).

Par ailleurs le succès du réseau de transports à Bordeaux doit aussi à l'attractivité de ses tarifs, aujourd'hui les bordelais bénéficient de tarifs moins chers que la plupart des autres grandes villes. C'est grâce au choix revendiqué par les groupes de gauche à la communauté urbaine l'an dernier de ne pas avoir augmenté les tarifs, et ceci contre le positionnement du groupe communauté d'avenir dont Alain Juppé est le président.

3) Développement durable

Le palmarès refusant de se fonder sur des chiffres, il en vient à être fort contestable. Sur ce qui relève de la compétence de la Ville, les espaces verts, Bordeaux compte entre 20 et 25 m^2 par habitant alors que la moyenne nationale est de 31m^2. Hormis deux grands parcs, le Jardin Public et le Parc Bordelais, la ville manque cruellement de squares et de jardins de proximité. À chaque réaménagement, **le choix du maire de Bordeaux a été de minéraliser toutes les places**(Pey Berland, Fernand Lafargue, …). En revanche, **des mérites revenant à la CUB ont là encore été attribués au Maire de Bordeaux : tri sélectif, composteurs de la CUB, pratique du vélo en ville grâce aux VCUB,** …

4) Fiscalité

Là encore, comme l'Express a décidé de proposer un palmarès excluant les données chiffrées, il reflète l'exact contraire de ce que la plupart des autres médias ont dévoilé : **Bordeaux fait partie des trois premières villes où la pression fiscale est la plus forte**. Comment Alain Juppé peut-il être classé premier quand les Bordelais sont parmi les habitants les plus taxés de France (200€ de plus que la moyenne nationale) ? Il semble que le jury se soit fondé en partie sur l'endettement de la Ville mais là encore, aurait-il fallu lui communiquer les chiffres : sur les trois dernières années, **la dette par bordelais a augmenté de 21%**.

5) Solidarité

On notera la 13ème position dans le domaine de la solidarité, un classement où le maire de Bordeaux n'est plus du tout en tête. Pour mémoire, **Alain Juppé consacre au social seulement 2,74% du budget municipal** (7,2% à Grenoble et 5,9% à Nantes). Par ailleurs,**Bordeaux ne compte que 16% de logements sociaux (alors que plus de 80% des locataires bordelais sont éligibles à un tel logement). En 10 ans, la progression en matière de logements sociaux à Bordeaux n'a été que de 1 point**.

Vous aimez cet article ?
Like Share 5 people like this. Be the first of your friends. Tweeter +1

ACCUEIL » L'actu

Politique de proximité de la mairie, des paroles et des actes qui ne sont pas en accord

Vincent FELTESSE BORDEAUX 2014

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Communiqué d'Emmanuelle Ajon, colistière et porte-voix de Vincent Feltesse à La Bastide

Je m'associe aux habitants de La Bastide pour dénoncer la démolition du city stade de la Benauge et la disparition momentanée d'un équipement de proximité primordial pour le bien vivre dans ce quartier.

Je déplore que cette démolition se produise à la veille des vacances scolaires, dans un quartier où le niveau de vie modeste explique que de nombreuses familles ne partent pas en vacances.

Alors que **les équipements de proximité font cruellement défaut** au quartier de la Benauge, le city stade reste un bel outil d'occupation, en particulier pour les adolescents et jeunes adultes. Cette démolition sans anticipation de la reconstruction future ne peut qu'être interprétée comme une marque de méconnaissance du quartier et de ses besoins, un mépris des attentes des jeunes bastidiens.

Une fois de plus **le maire de Bordeaux démontre que les quartiers populaires et leurs habitants ne sont pas sa priorité**. Comme bien d'autres quartiers, la Benauge est une fois encore abandonnée par la municipalité.

Une illustration de plus du fossé qui existe entre les paroles et les actes du maire de Bordeaux.

Emmanuelle Ajon

ACCUEIL » L'actu

Le chapiteau des jeunes Bordelais jeudi 20 février place de la Victoire

L'ACTU
PARTICIPEZ
SUIVEZ-NOUS
Choisissez votre galaxie
Facebook Twitter Photos
Vidéos Audio Presse
Documents

Rendez-vous place de la Victoire de 17h30 à 21h30 pour le Chapiteau des Jeunes Bordelais.

Vincent Feltesse a fait des jeunes Bordelais l'une de ses priorités. Partout à Bordeaux, des jeunes créent, innovent, s'engagent et agissent pour changer leur quotidien, malgré les difficultés qu'ils peuvent rencontrer. Les jeunes de notre commune sont prêts à s'investir et à travailler à condition qu'on leur donne l'occasion de le faire. Nous avons besoin de leur présence, de leurs idées et de leur énergie dans les écoles, les entreprises, les associations, les universités, en politique, à tous les niveaux où se prennent les décisions pour qu'ils apportent le regard d'une génération diverse.

C'est tout le sens du Chapiteau des Jeunes Avec Vincent Feltesse, évènement qui fait suite à la campagne DECIDE des Jeunes Socialistes de la Gironde. Ce chapiteau de 5 mètres de haut sera un espace ouvert à tous pour permettre aux jeunes Bordelais de rencontrer Vincent Feltesse et son équipe, des responsables associatifs, des représentants de la société civile, des entrepreneurs…

Toutes les thématiques qui touchent les jeunes seront abordées : culture, lutte contre les discriminations, accès à l'autonomie, logement, transports, vie étudiante, santé…

A cette occasion, les Jeunes Socialistes de la Gironde présenteront leur pacte des Jeunes Bordelais dans lequel plus de 1000 jeunes ont inscrit leurs priorités parmi les 22 propositions de la campagne DECIDE. le MJS les remettra à Vincent Feltesse qui intègrera à son projet les propositions définies par les jeunes Bordelais.

Porte-a-porte géant à Bacalan

Vincent Feltesse et son équipe étaient ce samedi 15 février rue Achard à Bacalan pour un porte-à-porte géant à la rencontre des habitants du quartier. Plus de 500 portes ont été frappées par la trentaine de personnes participant à cette après-midi de rencontres pour présenter le **projet de Vincent Feltesse pour Bordeaux Nord.**

Des échanges riches avec les habitants, que le candidat et son équipe poursuivent quotidiennement dans les quartiers de Bordeaux.

Vous aussi, vous souhaitez participer à la campagne de Vincent Feltesse ? Rejoignez-nous !

L'ACTU
PARTICIPEZ
SUIVEZ-NOUS
Choisissez votre galaxie
Facebook Twitter Photos
Vidéos Audio Presse
Documents

Débat du 8 février 2014 : avantage Vincent Feltesse

L'ACTU
PARTICIPEZ
SUIVEZ-NOUS
Choisissez votre galaxie
Facebook Twitter Photos
Vidéos Audio Presse

Après un premier débat le 23 janvier dernier à Sciences-Po au cours duquel Vincent Feltesse a su démontrer sa parfaite maîtrise des dossiers et exposer un projet novateur et solidaire pour Bordeaux, le second débat tourné le 7 février dans les locaux de Sud-Ouest à une fois de plus démontré la détermination et la cohérence du projet de Vincent Feltesse, face à un maire sortant agressif et variant sur ses positions.

En dépit de la réticence d'Alain Juppé à respecter le temps de parole, Vincent Feltesse a su exposer de façon claire et intelligente les points clés de son projet :

Une mutualisation de certains services entre la ville et la CUB, afin de dégager des marges de manœuvre financière pour les services et équipements de proximité ; une politique de l'emploi en faveur des quartiers, à l'image du projet de pépinière numérique et éco-solidaire aux Aubiers ; un rattrapage de la politique du logement social, qui a augmenté de 1% en 19 ans, la réhabilitation du Stade Chaban-Delmas pour en faire le temple de l'UBB, une politique culturelle repensée et faisant enfin confiance aux acteurs de terrain ; une fiscalité maîtrisée, sachant que les bordelais payent 200 euros d'impôts de plus en moyenne que les autres grandes villes, et la mise en place d'une tarification sociale et distributive sur les services municipaux ...

Autant de propositions qui tranchent avec les positions fluctuantes du maire de Bordeaux. Deux exemples révélateurs : l'activité de refit aux bassins à flot, une activité créatrice d'emploi industriels sur la ville, que défend Vincent Feltesse et sur laquelle le maire refuse, puis tergiversé, pour enfin demander une réunion (après avoir été absent de toutes celles précédemment organisées). L'avenir du Stade Chaban-Delmas est

également frappant : de semaines en semaines, l'avis du maire sortant varie au gré des rebondissements locaux, passant d'un projet immobilier à une plaine des sports, tandis que Vincent Feltesse a dès le départ et sans détours exposé son point de vue et sa volonté d'y maintenir l'UBB tout en proposant des solutions pour rattraper le retard de la ville en matière d'équipements sportifs.

Si le débat aurait pu se dérouler en toute sérénité, c'était sans compter le refus du maire sortant de débattre sur la culture. Vincent Feltesse a de son coté exposé sa volonté d'écouter les acteurs culturels aujourd'hui en souffrance, de les soutenir en dégageant des marges de manœuvre financières par une mutualisation des grands équipements au niveau de la CUB et par la mise en œuvre d'évènements partagés avec les autres communes, comme l'été métropolitain.

En un mot, Vincent Feltesse a présenté les principales lignes d'un projet créatif, pertinent, construit et à l'écoute des Bordelais.

> revoir le débat

> consulter le projet

Notre Projet

Le projet que vous vous apprêtez à découvrir est avant tout le fruit d'une longue réflexion. Il est bien sûr empreint des valeurs de gauche et de convictions de justice, de transparence et d'égalité que je revendique. Mais au-delà de ce socle de valeurs, il est issu de vingt ans de présence à Bordeaux et d'une réflexion nourrie de milliers d'échanges, intenses, quotidiens, avec un grand nombre de personnes dont vous faites peut-être partie.

Ce projet est donc issu d'un très vaste travail de co-construction avec les Bordelaises et les Bordelais depuis plus d'un an. Il a été intensifié par la démarche des "100 jours pour un projet" lancée en septembre 2013 pour bâtir ensemble un projet audacieux et adapté à vos attentes. Il s'est enrichi de notre union avec Europe Ecologie - Les Verts avec qui nous avons signé un socle programmatique commun. Il est désormais le socle de mon engagement et de celui de mon équipe envers vous pour notre ville, pour Bordeaux. Avec une conviction, faire de Bordeaux une ville pour tous ; une ambition, passer de la ville patrimoine à la ville création; et une solution, articuler les quartiers et la métropole.

L'ACTU

PARTICIPEZ

SUIVEZ-NOUS

Choisissez votre galaxie

Facebook Twitter Photos

Vidéos Audio Presse

Mes 12 engagements pour Bordeaux

#1 Rapprocher les services de la CUB et ceux de la ville
supprimer les doublons pour de meilleurs services, moins coûteux (propreté et collecte des déchets, état des rues, stationnement) et renforcer les services de proximité : associations, équipements sportifs, crèches...

#2 Réconcilier Bordeaux avec ses boulevards,
Au-delà de la vitrine des quais, il faut investir dans les quartiers délaissés (Aubiers, Grand Parc, Benauge, Marne Yser, les barrières) et valoriser les points forts du Bordeaux de demain : Base Sous-Marine, Lescure, Pôle de la création numérique sur Bègles Bordeaux, Paludate.

#3 Lutter contre la ville chère
Permettre aux familles, commerces, artisans, entreprises de rester à Bordeaux en passant à 30% de logement social en 2025, en créant un établissement public foncier et en modulant les tarifs municipaux.

#4 Impulser une démocratie de quartier en permettant aux habitants de décider
Projets d'animation, vie associative de quartier, stationnement, voirie et trottoirs, tranquillité publique, les champs de la décision citoyenne peuvent être multiples. Nous, nous ferons confiance aux Bordelais.

#5 Relancer l'économie bordelaise
par la création de pépinières artisanales dans les quartiers, d'une pépinière de start-up aux Aubiers et de différents pôles à travers la ville : logistique et industriel à Bordeaux Nord, nautique aux Bassins à Flot et à Brazza, tourisme et mode dans le centre, santé et Silver Economy près de Pellegrin, économie créative à Euratlantique.

#6 Créer le nouveau « Quartier Latin » étudiant
entre la Victoire et la Gare, mêlant vie universitaire et culturelle : Beaux-Arts, Institut de Journalisme Bordeaux Aquitaine, Santé navale transformée en cité universitaire internationale, pour un rayonnement universitaire national.

#7 Finir de mailler la ville grâce aux transports en commun
avec le tram/train du Médoc entre Ravezies et Cenon Pont-Rouge ; un bus à haut niveau de service de Gambetta à Saint Médard-en-Jalles via Caudéran ; un nouveau tram en voie unique entre Victoire et gare Saint-Jean ; les boulevards fluidifiés.

#8 Oxygéner la ville
en encourageant le retour de la nature, la mobilité partagée, les circuits économiques courts, l'économie circulaire... pour faire de Bordeaux une ville vertueuse, et atteindre l'autonomie énergétique en 2025.

#9 Démocratiser la culture
en ouvrant les grandes institutions culturelles (CAPC, Opéra, Ecole des Beaux-Arts) à tous les publics, et en soutenant la création bordelaise.

#10 Adapter le rythme de l'école aux rythmes de l'enfant
et permettre l'égalité d'accès aux ateliers éducatifs et aux activités scientifiques, artistiques et sportives.

#11 Anticiper la révolution de l'âge
en adaptant les services de la ville à ce défi démographique.

#12 Faire de Bordeaux une ville ouverte
et lutter résolument contre toutes les formes de discriminations.

Présentation du projet de Villa Montaigne, en présence de Christiane Taubira

Christiane Taubira, garde des sceaux, était présente ce matin à Bordeaux, à la maison du Combattant, pour soutenir notre projet de Villa Montaigne, lieu et espace de réflexion et de diffusion des idées de tolérance et d'humanisme, qui ont marqué l'histoire de Bordeaux.

La présence de nombreuses personnalités, qui ont tous salué cette initiative, témoigne du besoin de rassemblement et de dialogue : Karfa Diallo, Tareq Obrou Imam de Bordeaux, Albert Roche pour le CRIF, Emmanuel Valency Rabbin de Bordeaux, Georges Jousse pour les catholiques, Sandrine Mallet présidente de SOS racisme, Isabelle Raffard ancienne présidente du syndicat d'avocats, Valerie Mali Pasteur et Présidente de l'antenne de la Fédération protestante à Bordeaux, Clothilde Chapuis présidente de la LICRA, René Rampnoux du Grand Orient, ainsi que Olivier Bres pasteur à la retraite, Fabienne Brugère philosophe, Guillaume Le Blanc philosophe, Naïma Charaï et Michèle Delaunay.

(re)vivez les grands moments de cette matinée en vidéo.

L'intégralité du discours de Christiane Taubira en vidéo

PARTICIPEZ

SUIVEZ-NOUS

Choisissez votre galaxie

Facebook Twitter Photos

Vidéos Audio Presse

Documents

Vincent Feltesse

Communiqué de presse : Le PRG et le MRC rejoignent Vincent Feltesse

Vincent FELTESSE BORDEAUX 2014

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le Parti Radical de Gauche et le Mouvement Républicain et Citoyen ont officialisé aujourd'hui leur soutien à la candidature de Vincent Feltesse aux élections municipales de Bordeaux.

Le PRG et le MRC marquent ainsi leur adhésion au projet présenté par Vincent Feltesse aux Bordelais-es, estimant qu'il est représentatif de leurs valeurs et de leur vision de l'avenir de Bordeaux.

Des représentants du PRG et du MRC seront présents sur la liste conduite par Vincent Feltesse, qui sera dévoilée lundi 3 février.

La dynamique de rassemblement initiée par l'union avec Europe Ecologie les Verts en novembre dernier s'élargit et témoigne de la volonté de construire ensemble une alternative pour Bordeaux.

Emmanuelle FOURNEYRON - Directrice de campagne Bordeaux 2014

PARTICIPEZ

SUIVEZ-NOUS

Choisissez votre galaxie

Facebook Twitter Photos

Vidéos Audio Presse

Documents

Vincent Feltesse

Communiqué de presse : un singulier casting municipal

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Briguant un quatrième mandat de Maire, Alain Juppé se devait de relever deux défis majeurs : proposer un projet ambitieux pour Bordeaux et présenter une liste capable d'incarner les enjeux de demain et de préparer la relève.

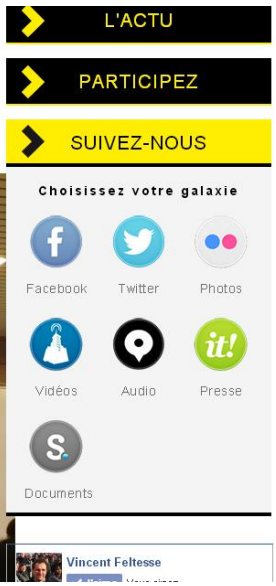
Il a perdu le premier en abandonnant l'idée de présenter un programme aux habitants, préférant jouer la carte du bilan et de l'autosatisfaction. En dévoilant ce matin la composition de sa liste, le Maire sortant exprime à nouveau son incapacité à comprendre les Bordelais-es et échoue également à anticiper l'avenir. Bref, pour sa dernière campagne, Alain Juppé nous propose un mauvais film, sans scénario ni casting.

Cette liste aurait pu être l'occasion pour Alain Juppé de s'entourer de compétences qui lui ont fait défaut jusqu'ici. Malheureusement, on ne voit pas bien qui pourrait être en capacité de redresser la désastreuse politique sociale du maire sortant ni construire une ambition culturelle et sportive pour Bordeaux.

Notons également la fin de l'ouverture de la liste aux autres sensibilités politiques, et au-delà son ancrage dans les courants de droite radicale avec la présence du fondateur du collectif « la manif pour tous 33 ».

Bien entendu, on relèvera la présence de personnalités intéressantes issues de la société civile. Néanmoins, on sait aussi combien Alain Juppé les déconsidère. Il suffit de regarder le sort qu'il a réservé à celles et ceux parmi les personnes non encartées qui l'ont rejoint en 2008 pour s'attendre à ce que ces nouveaux entrants soient également cantonnés au rôle de figurants.

Présentation du projet de pépinière numérique et éco-solidaire aux Aubiers



Lors de la présentation de son projet pour Bordeaux, Vincent Feltesse a dévoilé 7 merveilles à réaliser dans la mandature à venir. La première de ces merveilles est une pépinière d'entreprise dans le quartier des Aubiers.

Au cœur de ce quartier, près de 1000 m² qui abritaient autrefois le siège social d'Aquitanis sont aujourd'hui laissés vacants depuis le départ de la société. Comme souvent, beaucoup de projets ont été évoqués, mais au final, un bâtiment vide, laissé à l'abandon sur un territoire où le chômage sévit plus qu'ailleurs, en particulier chez les jeunes.

Vincent Feltesse propose de créer ici un lieu hybride, alliant création d'entreprise, formation aux outils d'internet et co-working, à partir de la rencontre des meilleures initiatives du moment sur Bordeaux et ailleurs. Avec de nombreux acteurs de ces secteurs et du quartier, le candidat a présenté ce lundi matin ce projet de pépinière qui se situe au carrefour de trois influences importantes : l'économie sociale et solidaire, le champ du numérique et la politique de la Ville.

> Découvrez le dossier de presse

Vincent Feltesse présente son projet pour Bordeaux

Vincent Feltesse a présenté lundi 20 janvier au Garage Moderne son projet pour Bordeaux, un projet innovant et ambitieux, pour un Bordeaux qui fait sa place à chacun et pour faire émerger la métropole du XXIème siècle.

> Voir la vidéo

Le projet décline 80 propositions concrètes ainsi qu'un projet spécifique sur chacun des 8 quartiers de Bordeaux, à consulter ici.

Les 15 propositions du Jury citoyen des sans-voix

Le 19 janvier dernier, les membres du Jury Citoyen des Sans Voix ont remis à Vincent Feltesse leur avis sur Bordeaux et leurs propositions pour le projet municipal. Initiative de Vincent Feltesse pour permettre à celles et ceux qui sont éloignés de l'expression publique, - abstentionnistes, déçus du vote, étrangers extra-communautaires, personnes en situation précaire... -, de se faire entendre et participer à la vie locale, le Jury citoyen des sans-voix a réuni une vingtaine de personnes organisées en groupes de travail et accompagnées par Anne-Laure Bedu, porte-voix Participation citoyenne, pour apporter leur contribution sur l'avenir de Bordeaux.

L'avis du Jury citoyen des sans-voix présente 15 propositions pour une ville plus solidaire, plus ouverte et plus dynamique, à l'écoute de tous ses habitants. Découvrez les ici.

L'ACTU
PARTICIPEZ
SUIVEZ-NOUS
Choisissez votre galaxie
Facebook Twitter Photos
Vidéos Audio Presse

Communiqué de Sandrine Doucet, Vincent Feltesse et Philippe Dorthe : Alain Juppé à contre-emploi

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

En affirmant son opposition au projet de refit aux Bassins à flot, Alain Juppé fait le choix de **priver Bordeaux d'un pôle d'activité créateur de plusieurs dizaines d'emplois.**

Plusieurs éléments avancés par Alain Juppé lors de cette annonce méritent d'être clarifiés. Affirmer qu'une installation portuaire faite pour la réparation navale n'est pas le bon endroit pour y installer un pôle de refit est tout à fait étonnante. L'antériorité des projets d'urbanisme est un faux argument, quand on sait que **l'outil industriel naval du « Grand port maritime de Bordeaux » n'a jamais cessé son activité**, même si celle-ci fut réduite depuis quelques années.

Sacrifier un secteur vivant et en pleine régénérescence au profit de quelques promoteurs est irresponsable. Il y a 2 ans environ, le maire de Bordeaux a promis à un promoteur d'**aseptiser les Bassins à flot** pour lui permettre une bonne commercialisation de son programme et assurer la quiétude des futurs résidents.

Alain Juppé est en train d'essayer de reproduire aux Bassins à flot ce qu'il a fait fin 2007 au pont du Pertuis, et ce qu'il risque de faire à l'avenir sur le secteur de Brazza : **exclure les entreprises de la ville au profit de programmes immobiliers.**

De plus, **les entreprises nautiques, qui emploient de très nombreux salariés, sont sommées de quitter les Bassins à flot** sans point de chute provisoire et sans certitude de retour. C'est d'autant plus contradictoire avec la dynamique lancée depuis quelques mois par Vincent Feltesse pour construire un vrai pôle nautique sur la rive gauche et sur la rive droite.

Sandrine Doucet, Députée de Bordeaux

Vincent Feltesse, Député de Bordeaux, Président de la CUB

Philippe Dorthe, Conseiller général, Conseiller régional

L'ACTU
PARTICIPEZ
SUIVEZ-NOUS
Choisissez votre galaxie
Facebook Twitter Photos
Vidéos Audio Presse
Documents

Vincent Feltesse
J'aime Vous aimez.
Vous et 6 099 autres personnes aimez Vincent Feltesse.
Module social Facebook

Suivre @VincentFeltesse 12,3K abonnés

Rythmes scolaires : la contre-proposition de Vincent Feltesse

Alors que les propositions d'Alain Juppé pour la mise en place de la réforme des rythmes scolaires ont été refusées par la grande majorité des Conseils d'école de Bordeaux, l'équipe de Vincent Feltesse a présenté mercredi 15 janvier un contre-projet d'organisation du temps de l'enfant

Les enseignants et parents d'élèves reprochent au projet d'Alain Juppé de porter uniquement une vision comptable dans l'organisation proposée, en laissant de côté les principes mêmes de la réforme. Bâti sans réelle concertation, le projet pose de grosses interrogations quant aux contenus éducatifs et à la répartition des temps périéducatifs sur la semaine.

Après consultation des acteurs concernés par cette réforme, **Vincent Feltesse et son équipe proposent une organisation qui offre de la sérénité pour les familles** en ne modifiant pas l'amplitude horaire (8h30 – 16h30) de présence de l'enfant au sein de l'école, en faisant le choix du mercredi matin, tout en insérant les temps d'activité périscolaires (TAP) à un moment qui respecte **au mieux les rythmes biologiques de l'enfant.**

Ces propositions visent à répondre aux objectifs de la réforme : mieux répartir les temps d'enseignement pour s'adapter au rythme de l'enfant, tout en s'appuyant sur l'expertise de l'ensemble des acteurs concernés

> Découvrez la contre-proposition

> Consultez le dossier de presse

L'ACTU
PARTICIPEZ
SUIVEZ-NOUS
Choisissez votre galaxie
Facebook Twitter Photos
Vidéos Audio Presse

Michèle Delaunay rejoint la campagne

Michèle Delaunay a annoncé lundi 13 janvier son entrée en campagne aux côtés de Vincent Feltesse.

Dans une lettre adressée aux Bordelaises et aux Bordelais, Michèle Delaunay explique son engagement dans la campagne municipale et son soutien à Vincent Feltesse. Elle affirme notamment sa conviction que Vincent Feltesse sera celui qui fera entrer Bordeaux dans le 21ème siècle et leur volonté commune que Bordeaux redevienne une ville capitale.

700 personnes présentes pour l'inauguration de l'Usine, la permanence de campagne de Vincent Feltesse

700 personnes étaient présentes samedi 11 janvier à l'inauguration de l'Usine, la permanence de campagne de Vincent Feltesse, située 31 cours de la Marne, au cœur d'un quartier populaire délaissé par la municipalité actuelle. L'ensemble de la gauche bordelaise était présente, ainsi que de nombreux maires de la CUB

> voir la vidéo de l'inauguration

> revivre la journée en photos

Dans son discours, Vincent Feltesse s'est montré déterminé à conquérir l'alternance politique que Bordeaux attend depuis 66 ans. **Le candidat présentera son projet pour Bordeaux le 20 janvier prochain**, dans lequel figureront plusieurs propositions innovantes évoquées lors de son discours. Il proposera notamment de **relier la place de la victoire à la gare Saint-Jean par une ligne directe de transport en commun en site propre**, qui bénéficiera notamment aux étudiants bordelais. Le projet détaillera aussi la proposition de Vincent Feltesse de faire de Victoire – Saint Michel – Capucins le quartier latin de Bordeaux : quartier étudiant, multiculturel et vivant à l'image de ses habitants.

> Lire l'intégralité du discours de Vincent Feltesse

A l'issue de l'inauguration une centaine de binômes s'est déployée dans le quartier de la permanence pour un **porte-à-porte géant, au cours duquel 4 000 portes ont été frappées.** Cette forte mobilisation, cette participation massive et enthousiaste ont a nouveau montré que l'anternance est possible.

Vous aussi, participez au mouvement ! Dites-nous comment vous souhaitez vous investir en cliquant ici.

L'ACTU

PARTICIPEZ

SUIVEZ-NOUS

Choisissez votre galaxie

Facebook Twitter Photos

Vidéos Audio Presse

Documents

Vœux de Vincent Feltesse aux Bordelais

Découvrez en vidéo les vœux de Vincent Feltesse aux Bordelaises et aux Bordelais, adressés depuis la place de la Victoire.

Retour sur… le samedi de la proximité à Saint-Paul

Samedi 30 novembre, Vincent Feltesse était rue Sainte-Colombe au restaurant L'Oiseau Cabosse pour une rencontre avec les habitants de Saint-Paul. Dans ce quartier situé en secteur sauvegardé, la question de l'immobilier est particulièrement forte : les inquiétudes sur le prix du foncier qui s'est envolé et qui touche désormais des quartiers comme Saint-Michel, la difficulté pour des familles avec plus d'un enfant de trouver un logement adapté, le manque de logements sociaux, la capacité à adapter les immeubles anciens aux exigences environnementales et d'économies d'énergies sont plusieurs fois revenus dans les échanges avec le candidat. A Saint-Paul, le manque de places en crèches se fait également fortement ressentir, comme ont pu en témoigner de jeunes couples, avec pour conséquence des freins à la reprise d'un emploi pour les mamans.

L'ACTU
PARTICIPEZ
SUIVEZ-NOUS
Choisissez votre galaxie
Facebook
Twitter
Photos
Vidéos
Audio
Presse
Documents

Pour le candidat, ces questions renvoient à celles des orientations à donner au budget municipal : dans une ville marquée par un déficit de places en crèches, de lieux pour les associations, d'équipements sportifs dans les quartiers de la ville, il est nécessaire de réorienter les actions municipales vers les services de proximité, vers le quotidien des habitants. Vincent Feltesse a expliqué que des marges de manœuvre sont possibles, en repensant les dépenses publiques, en mettant fin aux partenariats publics-privés et en revisitant les contrats en cours comme celui du Grand Stade, en s'appuyant enfin, sur une meilleure répartition des compétences entre la Ville et la Communauté Urbaine de Bordeaux. Concernant l'immobilier, le candidat a rappelé sa volonté de construire plus de logements sociaux et très sociaux, Bordeaux étant aujourd'hui la seule ville de plus de 100 000 habitants qui n'a pas vu son taux de logements sociaux vraiment progresser ces dernières années. Il a également présenté son projet d'Établissement Public Foncier Local capable d'agir sur la spéculation foncière. Autant de propositions pour un Bordeaux plus juste et plus solidaire, tourné vers tous ses habitants.

Retrouvez toutes les propositions du projet et donnez votre avis sur le wiki du projet. En quelques minutes, découvrez, amendez le projet et apportez vos propositions !

Politique sociale à Bordeaux : il est urgent d'agir !

Conférence de presse d'Olivier Bres et du Docteur Gérard Bodin

La grandeur d'une ville ne se mesure pas seulement à la beauté de ses façades et à son attraction touristique, elle se vérifie aussi à la place qu'elle réserve aux plus fragiles de ses habitants. À Bordeaux, où 40000 bordelais vivent en dessous du seuil de pauvreté (l'équivalent de la population d'une ville comme Talence), le quotidien des plus pauvres est plus pénible que dans les autres grandes villes françaises. La principale raison se trouve dans l'absence de politique sociale du Maire de Bordeaux.

Parce qu'il s'agit d'un sujet sensible et d'un public souvent invisible, le débat politique s'est longtemps contenté de chiffres sans pour autant toujours les mettre en perspective avec des réalités humaines. Dans ces conditions, la puissante communication du Maire de Bordeaux a façonné une histoire merveilleuse bien éloignée de la réalité vécue par près d'un quart de la population de notre territoire.

Face à la gravité de la situation, des autorités reconnues pour leur engagement auprès des plus démunis ont décidé de participer à la campagne électorale aux côtés de Vincent Feltesse pour tirer la sonnette d'alarme et contribuer à la recherche de solutions. C'est notamment le cas d'Olivier Bres, ancien directeur du Diaconat, actuellement président bénévole d'associations humanitaires et Porte-voix Solidarité de Vincent Feltesse, du Docteur Gérard Bodin, ancien directeur du Samu social et actuellement médecin coordonnateur d'une institution qui gère des appartements de coordination thérapeutique, et de Florence Lamarque, responsable formation des assistants sociaux à l'IRTS.

Lors d'une conférence de presse ce mercredi 4 décembre, ils ont rappelé un certain nombre de faits que l'autosatisfaction de la municipalité actuelle tente de masquer :

- La réalité des chiffres, avec un budget municipal consacré au social et à la santé de 2,74 % du son budget total, quand Toulouse y consacre 5,56% et Grenoble 7,2%.
- Une politique du logement social qui n'a pas été en mesure de rapprocher Bordeaux des 25% de logements sociaux fixés par la loi (16% encore aujourd'hui, un chiffre qui a stagné ces 12 dernières années) et qui continue à exclure de la ville-centre les couples avec enfants et les plus modestes.
- Une politique d'aide aux personnes fragiles insuffisante :le budget secours du CCAS n'a pas évolué depuis longtemps alors que 75% des CCAS ont augmenté leur budget d'aides facultatives entre 2009 et 2013. Ce budget est cinq fois inférieur à celui de Nantes à population équivalente, alors que Nantes a le même taux de personnes en situation de pauvreté que Bordeaux. Enfin, le nombre de personnes aidées n'a pas bougé, alors que les associations caritatives bordelaises voient exploser les demandes d'aide.

Ces faits et les inquiétudes exprimées par les agents du CCAS de Bordeaux sur l'absence de projet et de vision interpellent sur la réalité d'une ville à deux vitesses, d'une ville qui exclut. L'équipe de Vincent Feltesse tenait, avec cette conférence de presse, à le souligner et à rappeler son engagement dans une démarche de construction partagée pour une ville plus solidaire.

L'ACTU
PARTICIPEZ
SUIVEZ-NOUS
Choisissez votre galaxie
Facebook Twitter Photos
Vidéos Audio Presse

Rejoignez le mouvement !

Parler avec votre entourage ou vos voisins des propositions du projet, suivre la campagne sur les réseaux sociaux, participer à une action de terrain (distribution, porte-à-porte)... Il y a mille façons de vous investir dans la campagne. Indiquez-nous celle(s) qui vous intéresse(nt). Les équipes de campagne prendront contact prochainement avec vous en fonction de vos réponses.

Quelques minutes, quelques heures de votre temps peuvent faire la différence. Dans tous les cas, c'est votre engagement qui compte. Et c'est l'ensemble de ces engagements qui fera la victoire finale !

Rejoignez-nous !

- ☐ Je m'inscris à la newsletter
- ☐ Je fais campagne sur internet (facebook, twitter...)
- ☐ Je souhaite participer à la mobilisation sur le terrain (distribution, porte à porte...)
- ☐ Je souhaite rejoindre l'équipe phoning pour la mobilisation par téléphone
- ☐ Je souhaite organiser une réunion d'appartement avec le candidat chez moi
- ☐ Je souhaite faire un don
- ☐ Je souhaite être informé des réunions publiques et des événements de la campagne
- ☐ Je souhaite être contacté(e) par un membre de l'équipe de campagne

Prénom

Nom

Email

Téléphone

☑ Envoyez-moi des informations par email ☑ Envoyez-moi des SMS

Adresse (Rue, Code postal, Ville)

Votre message

VALIDER MES RÉPONSES

L'ACTU

PARTICIPEZ

SUIVEZ-NOUS

Choisissez votre galaxie

Facebook Twitter Photos

Vidéos Audio Presse

Documents

Suivre @VincentFeltesse 12,3K abonnés

Vincent FELTESSE BORDEAUX 2014
ME CONNAÎTRE
L'ÉQUIPE
L'ACTU
ÉVÉNEMENTS
NOTRE PROJET
INFO / INTOX
PARTICIPEZ
FAIRE UN DON
COMITÉ DE SOUTIEN
VOTER
JE SOUTIENS LA CAMPAGNE DE VINCENT FELTESSE
JE FAIS UN DON
Soutenez financièrement la campagne
Une campagne se nourrit de valeurs et d'idées, mais aussi de moyens humains et financiers. Vous pouvez y contribuer en faisant un don pour la campagne.
Pour faire un don, rien de plus simple! Envoyez un chèque à l'adresse suivante :
Vincent Feltesse, 239 Rue du Jardin Public 33 000 Bordeaux. Chèque à l'ordre de Serge Maruejouls, mandataire financier de Vincent Feltesse - Art L52-6 du Code Electoral
Votre don est limité à 4600 euros. Il est déductible de votre impôt sur le revenu, à hauteur de 66% des sommes versées et dans la limite de 20% de votre revenu imposable. Indiquez votre nom et vos coordonnées pour recevoir le reçu fiscal de votre don.
Merci de votre soutien!
A QUOI SERT VOTRE DON ?
Avec 150€ nous imprimons 500 affiches
Avec 50€ nous imprimons 170 journaux de campagne
Avec 10€ nous envoyons 150 SMS
QUELQUES CHIFFRES
242 780 €
PLAFOND MAXIMUM DE DÉPENSES
115 320 € REMBOURSÉS PAR L'ETAT
127 460 € A FINANCER
L'ACTU
PARTICIPEZ
SUIVEZ-NOUS
Choisissez votre galaxie
Facebook
Twitter
Photos
Vidéos
Audio
Presse
Documents

Vincent FELTESSE BORDEAUX 2014
ME CONNAÎTRE
L'ÉQUIPE
L'ACTU
ÉVÉNEMENTS
NOTRE PROJET
INFO / INTOX
PARTICIPEZ
FAIRE UN DON
COMITÉ DE SOUTIEN
VOTER
Comité de soutien
Je soutiens la candidature de Vincent Feltesse aux prochaines élections municipales et accepte que mon nom figure sur la liste de son comité de soutien
Nom
Prénom
Qualité
Email
(une seule adresse email par personne)
Téléphone
(fixe ou mobile)
Adresse
VALIDER
L'ACTU
PARTICIPEZ
SUIVEZ-NOUS
Choisissez votre galaxie
Facebook
Twitter
Photos
Vidéos
Audio
Presse
Documents

Voter

Le dimanche 23 mars 2014, je vote Vincent Feltesse

Pour permettre à Bordeaux de changer, il faut continuer à se mobiliser, tout particulièrement le dimanche 23 mars 2014, jour du vote du premier tour des élections municipales.

En cas d'absence le jour du scrutin vous pouvez voter par procuration, c'est-à-dire désigner un autre électeur pour voter à votre place.

Le choix de votre mandataire est libre mais doit respecter deux conditions : être inscrit sur les listes électorales de la même commune que vous (mais pas nécessairement dans le même bureau) et ne pas avoir reçu d'autre procuration en France.

L'établissement d'une procuration est gratuit. Pour cela, vous devez vous présenter au commissariat de police ou au tribunal d'instance de votre domicile ou de votre lieu de travail, muni de votre pièce d'identité. Vous y remplirez un formulaire qui sera ensuite transmis en mairie. Vous pouvez également pour gagner du temps pré-remplir ce formulaire sur le site www.service-public.fr

La procuration est établie en théorie pour un scrutin déterminé, pour l'un des deux tours ou les deux. Mais vous pouvez également demander à la faire courir sur une durée plus longue, dans la limite d'un an.

Si vous n'avez trouvé aucun mandataire dans votre entourage, vous pouvez prendre contact avec les équipes de Vincent Feltesse qui se chargeront de trouver un mandataire pour vous. N'hésitez pas à nous contacter au 05 57 96 66 72 ou par email à vincentfeltesse.bordeaux@gmail.com

L'ACTU

PARTICIPEZ

SUIVEZ-NOUS

Choisissez votre galaxie

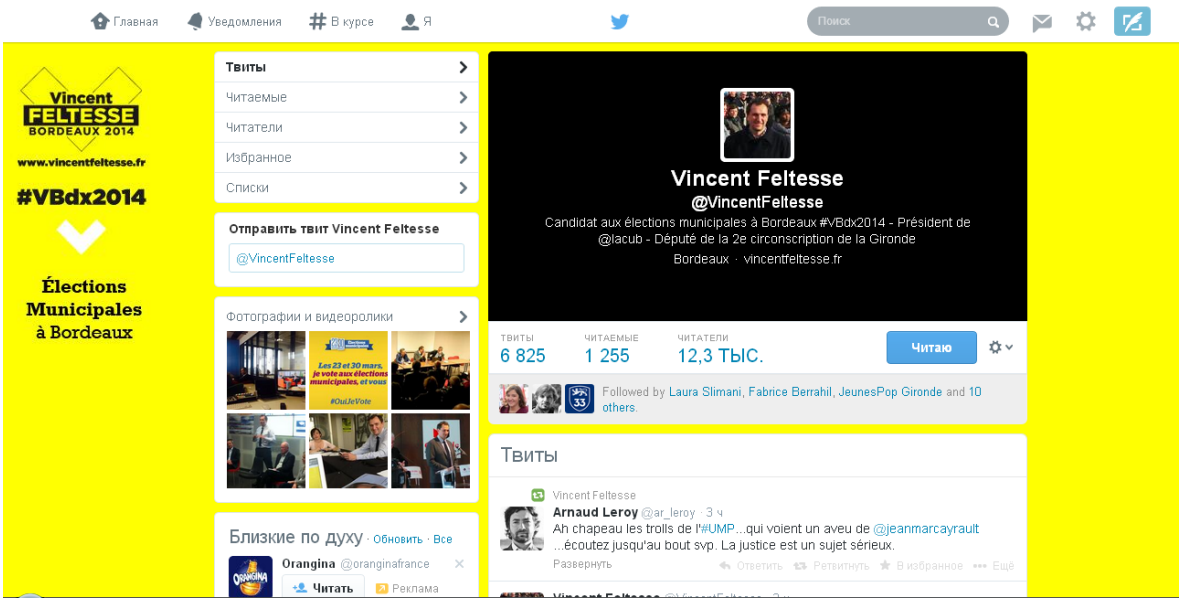
Facebook Twitter Photos

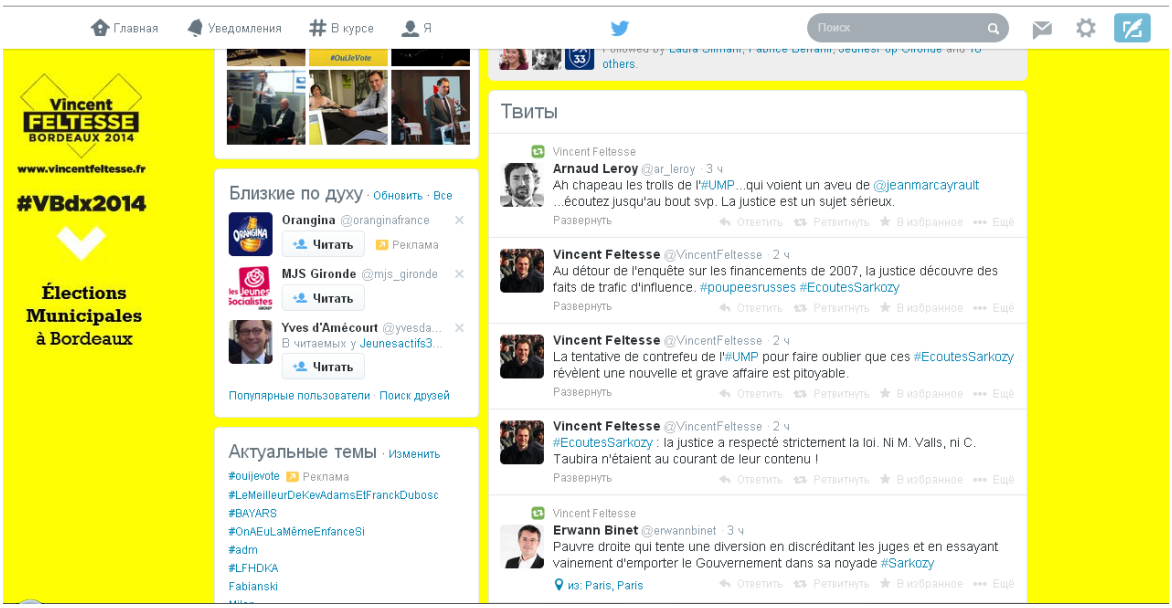
Vidéos Audio Presse

Documents

Annexe 5.1 Les print-screens du compte Facebook de Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014

Annexe 5.2 Les print-screens du compte Twitter de Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014

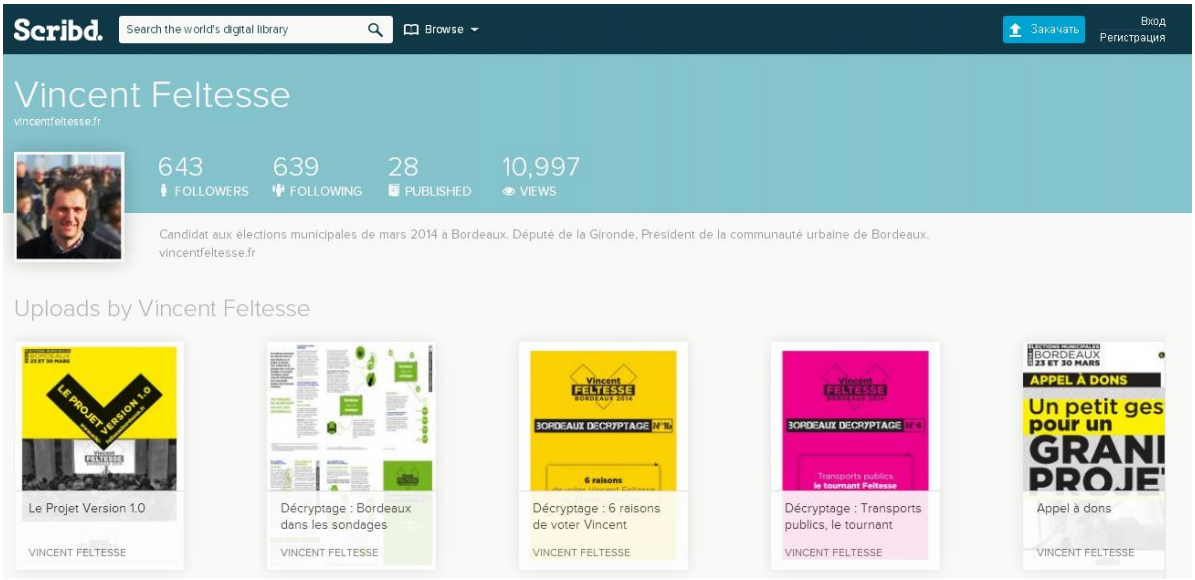




Annexe 5.3 Les print-screens du compte Flickr de Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014

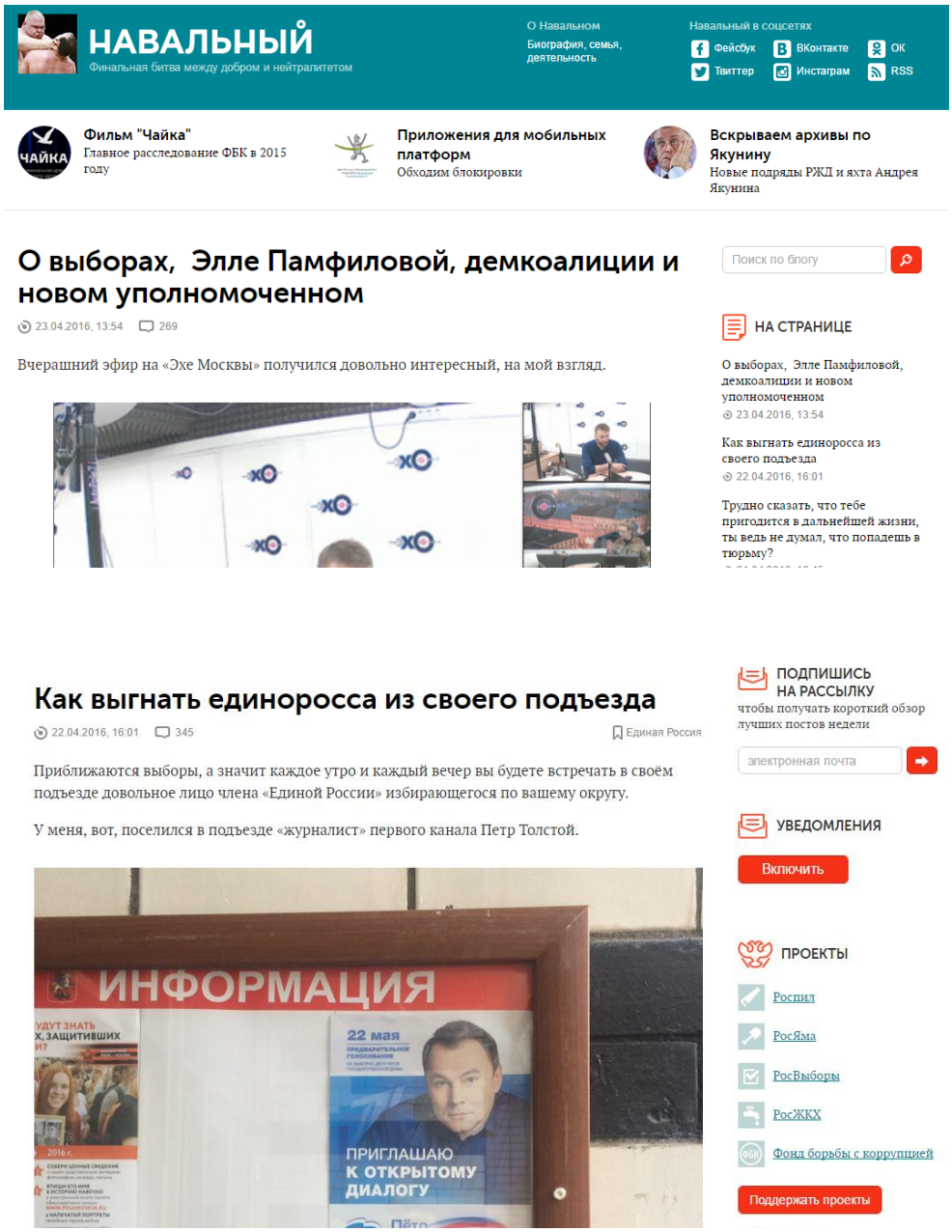
Annexe 5.4 Les print-screens du compte Dailymotion de Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014

Annexe 5.5 Les print-screens du compte Scribd de Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014

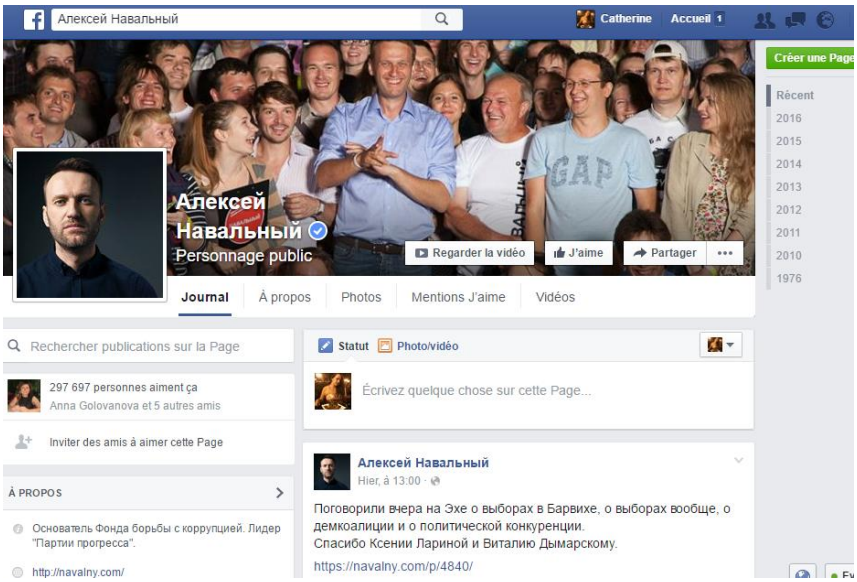


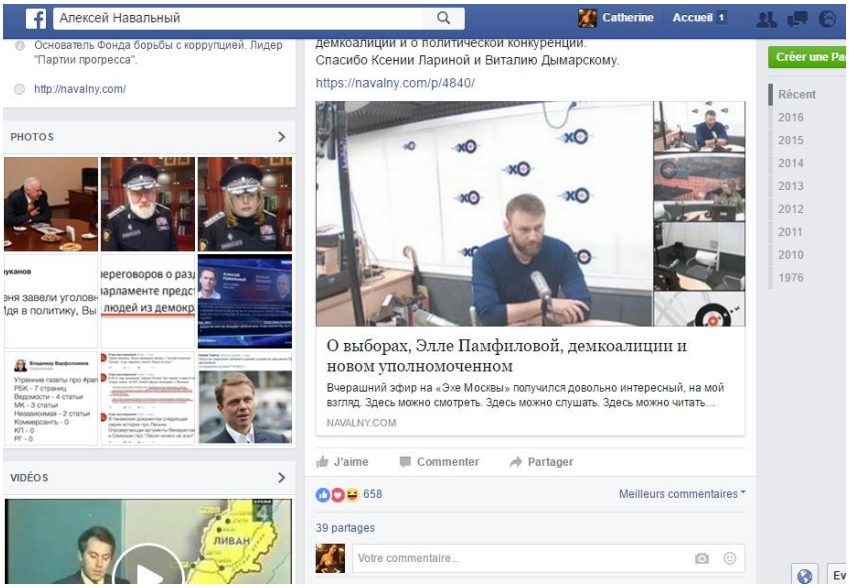
Annexe 5.6 Les print-screens du compte Scoop.it ! de Vincent Feltesse pendant la campagne municipale à Bordeaux en 2014

Annexe 6 Les print-screens du site officiel d'Alekseï Navalny

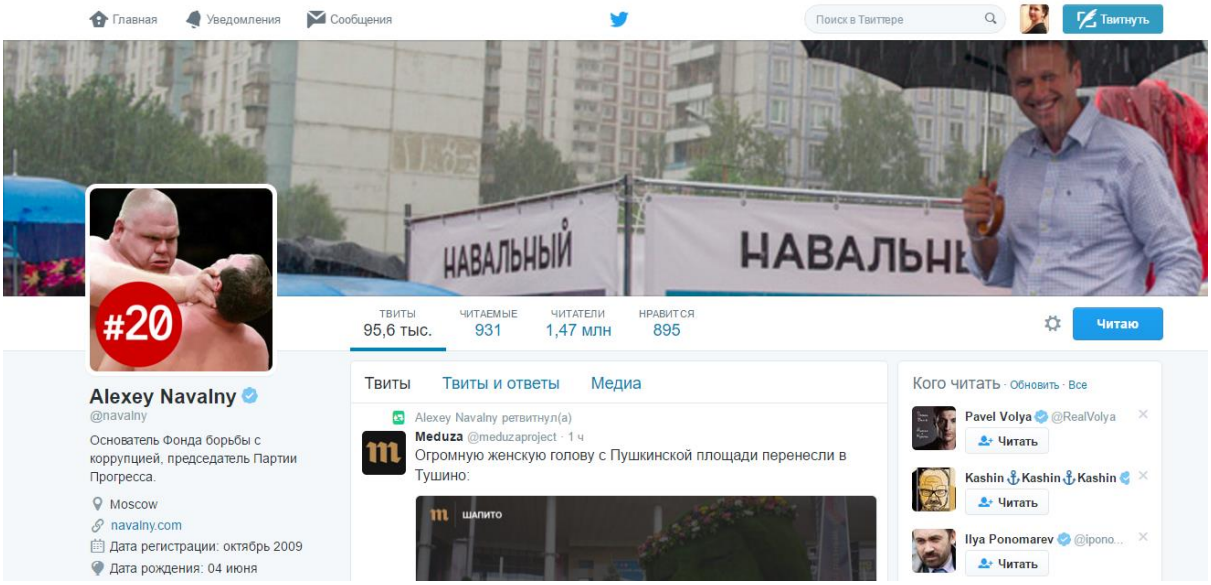


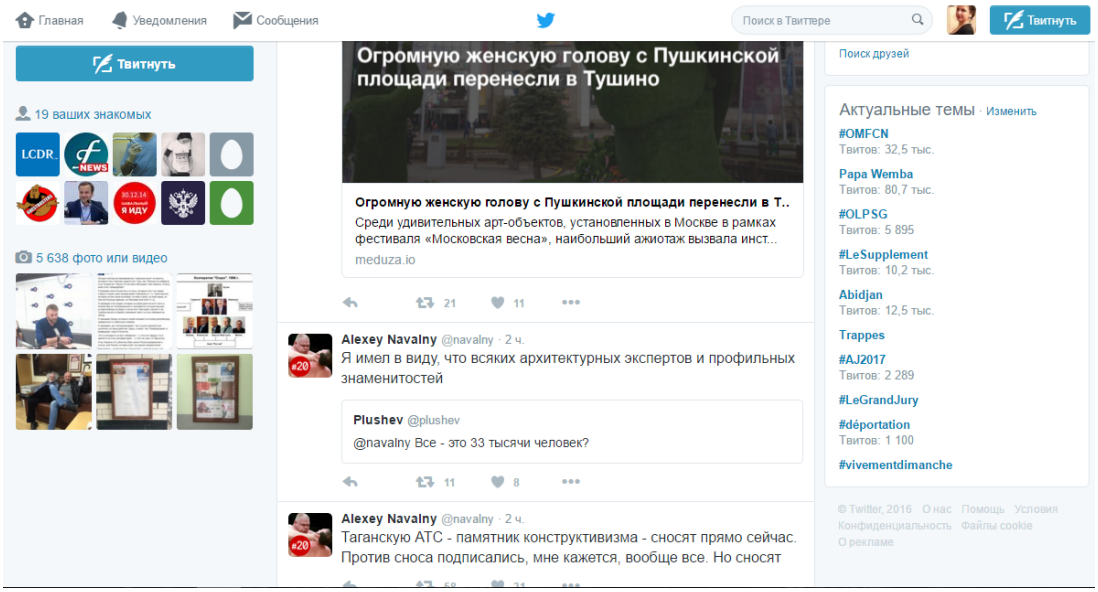
Annexe 6.1 Les print-screens du compte officiel d'Alekseï Navalny sur Facebook



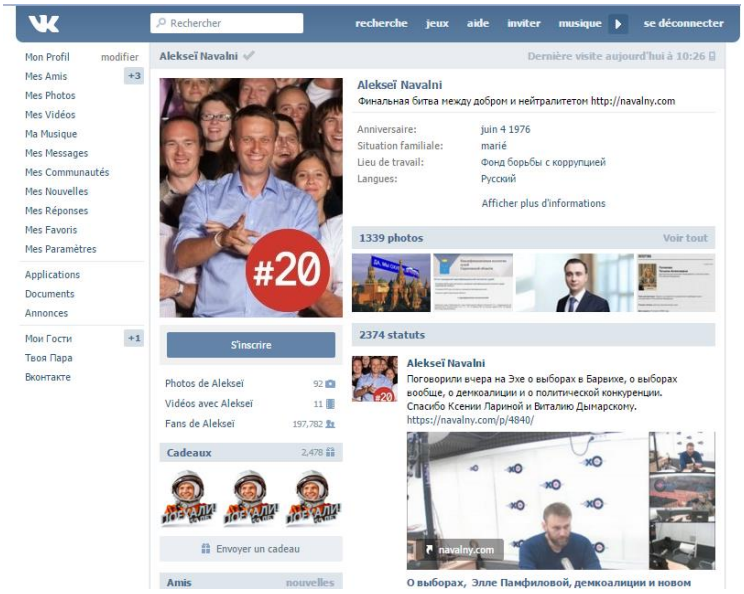


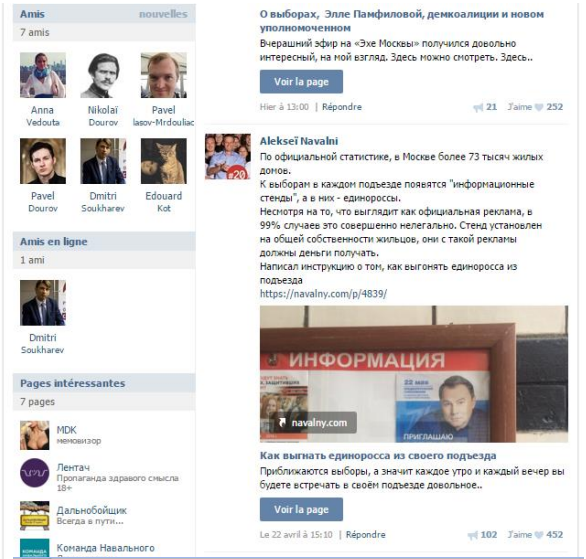
Annexe 6.2 Les print-screens du compte officiel d'Alekseï Navalny sur Twitter



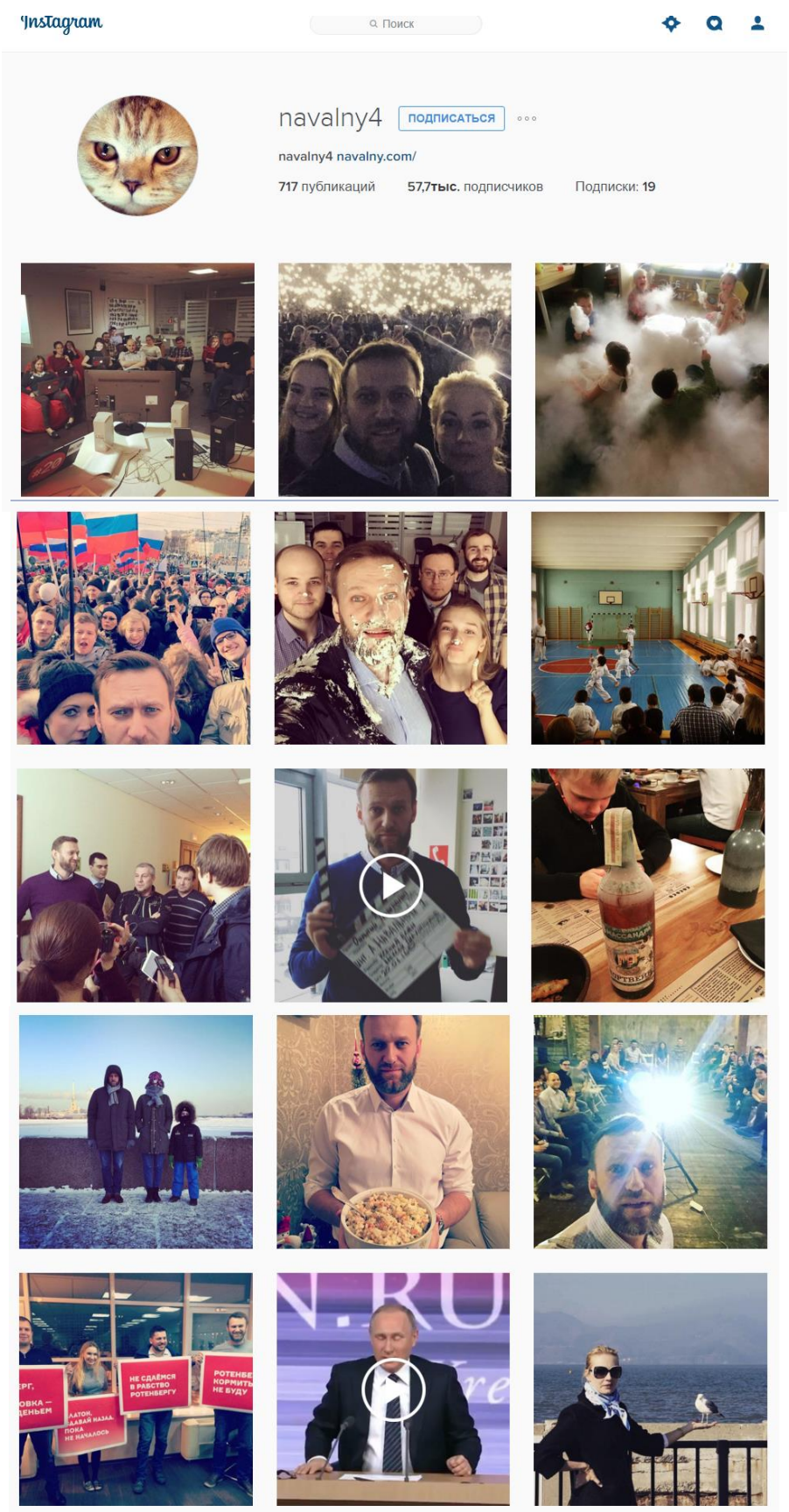


Annexe 6.3 Les print-screens du compte officiel d'Alekseï Navalny sur VKontakte

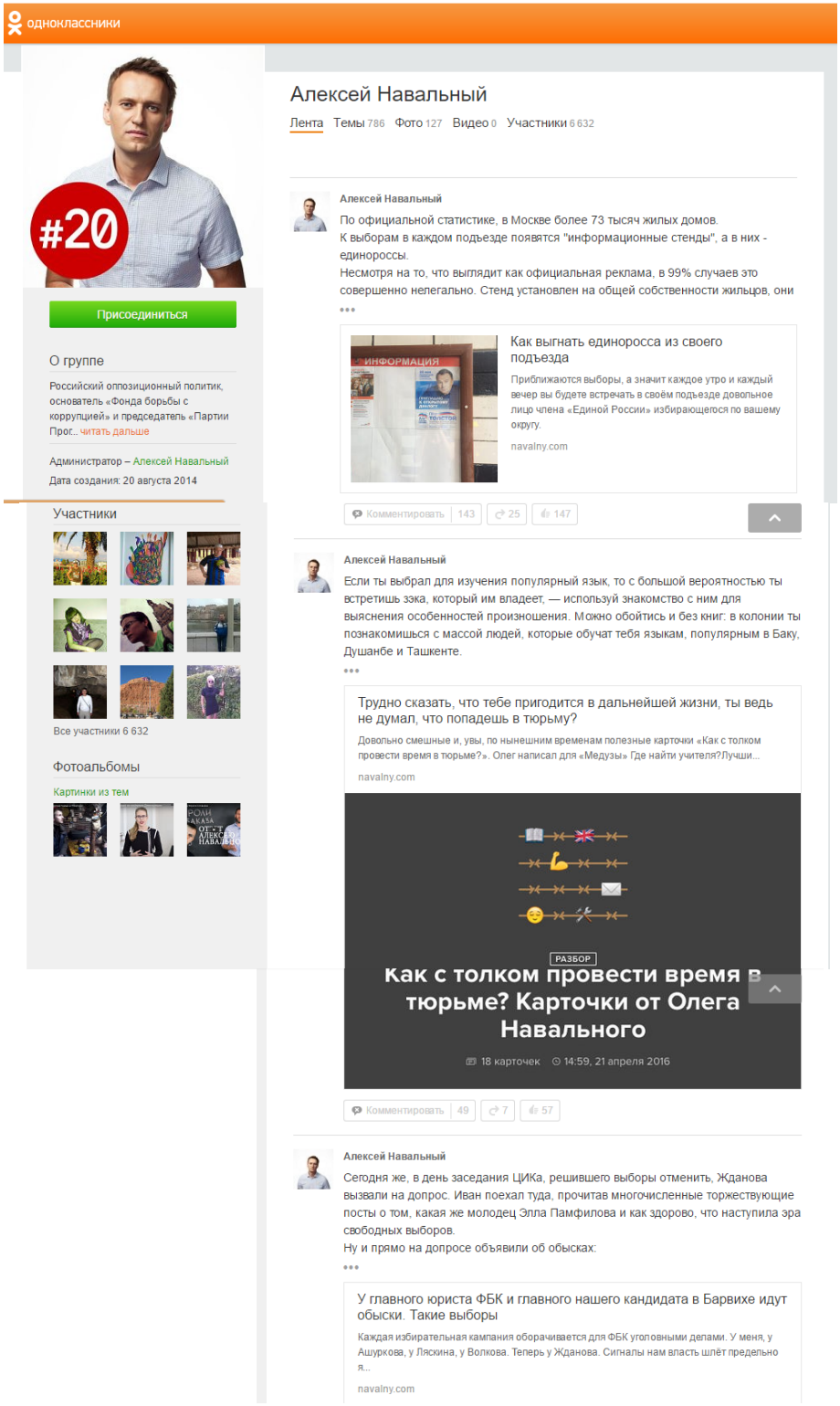




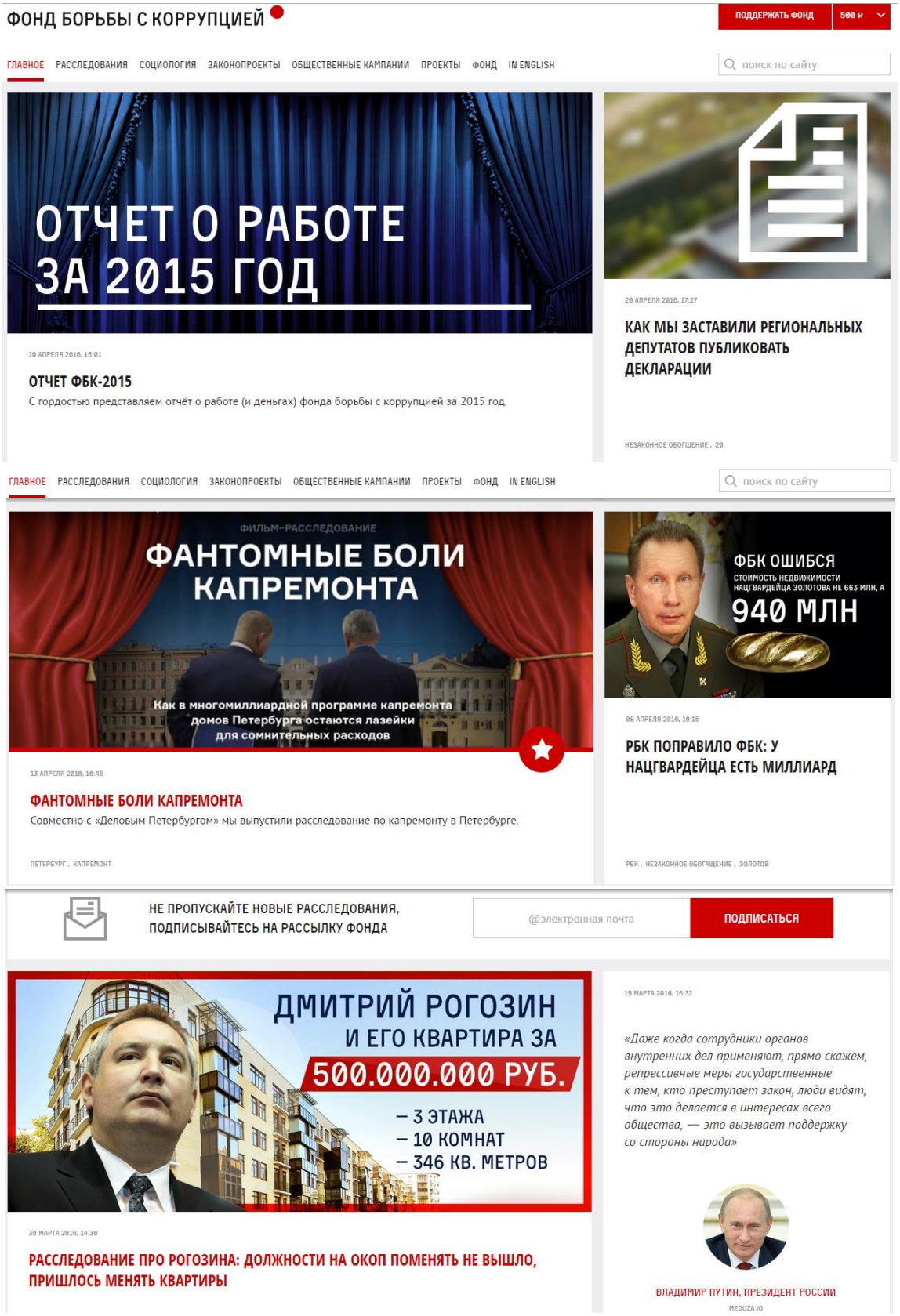
Annexe 6.4 Les print-screens du compte officiel d'Alekseï Navalny sur Instagram

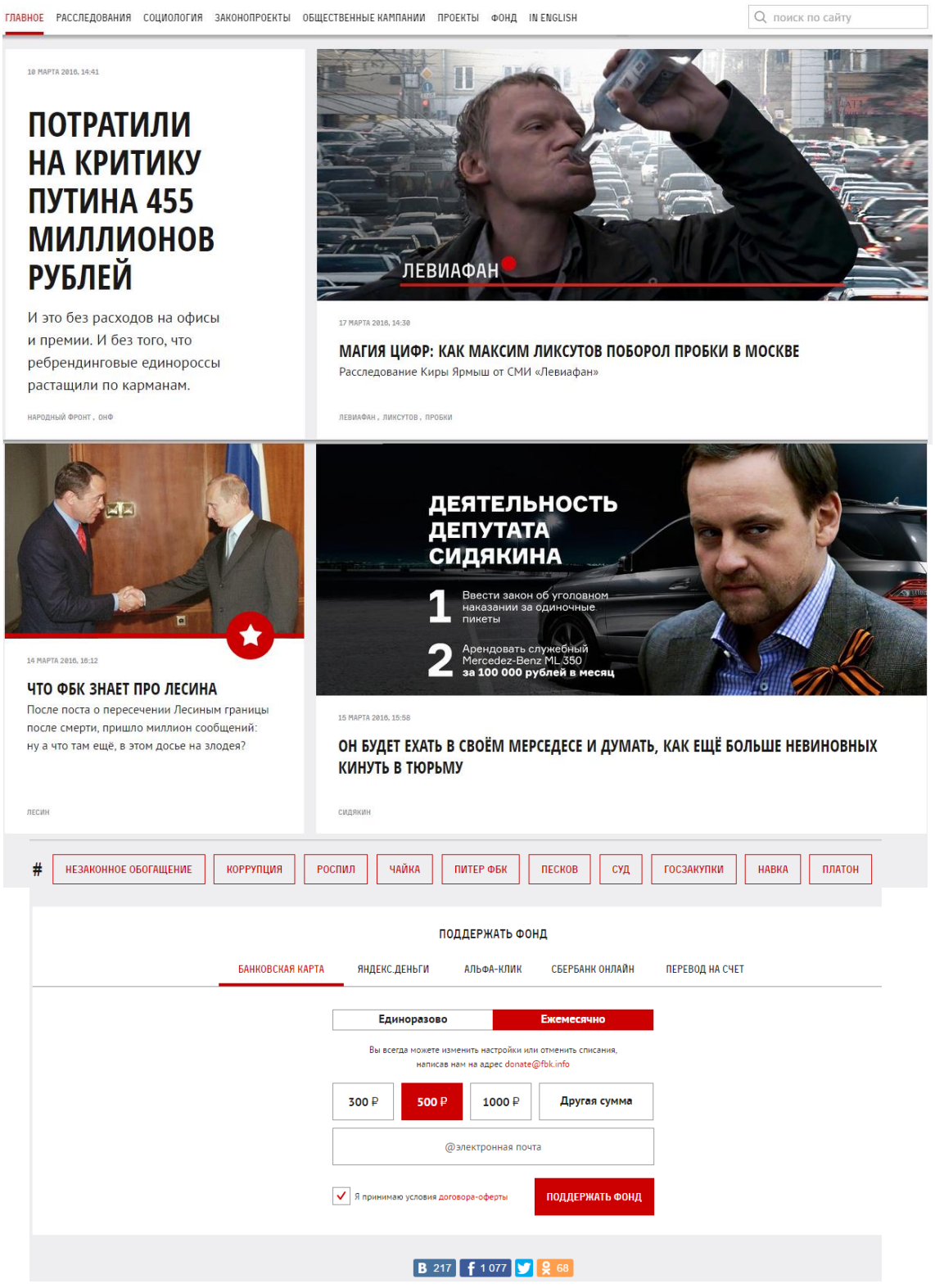


Annexe 6.5 Les print-screens du compte officiel d'Alekseï Navalny sur Odnoklassniki

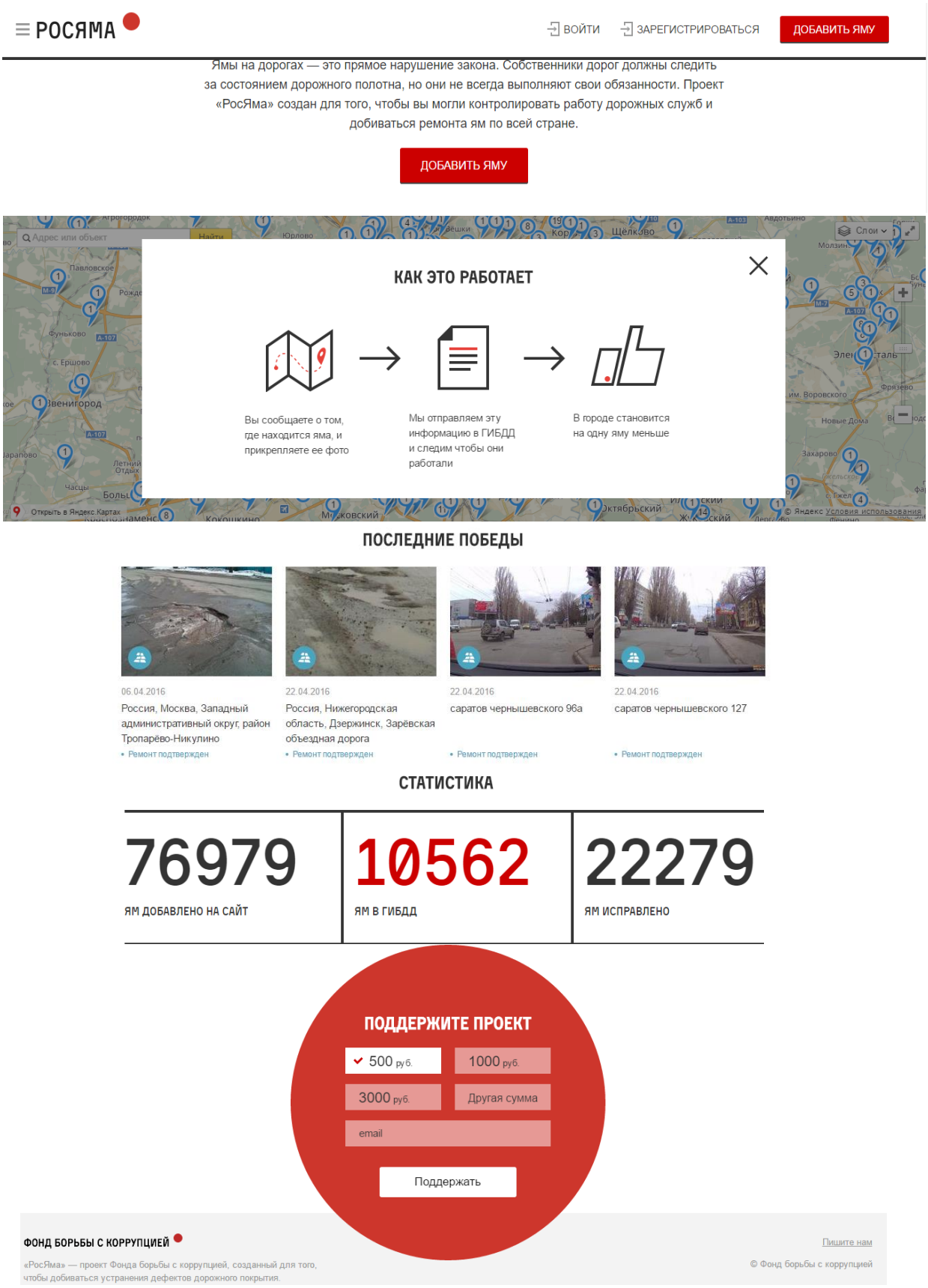


Annexe 6.6 Les print-screens du site «Le fonds de lutte contre la corruption» créé par l'équipe d'Alekseï Navalny




ГЛАВНОЕ РАССЛЕДОВАНИЯ СОЦИОЛОГИЯ ЗАКОНОПРОЕКТЫ ОБЩЕСТВЕННЫЕ КАМПАНИИ ПРОЕКТЫ ФОНД IN ENGLISH
поиск по сайту
10 МАРТА 2016, 14:41
ПОТРАТИЛИ НА КРИТИКУ ПУТИНА 455 МИЛЛИОНОВ РУБЛЕЙ
И это без расходов на офисы и премии. И без того, что ребрендинговые единороссы растащили по карманам.
НАРОДНЫЙ ФРОНТ, ОНФ
ЛЕВИАФАН
17 МАРТА 2016, 14:30
МАГИЯ ЦИФР: КАК МАКСИМ ЛИКСУТОВ ПОБОРОЛ ПРОБКИ В МОСКВЕ
Расследование Киры Ярмыш от СМИ «Левиафан»
ЛЕВИАФАН, ЛИКСУТОВ, ПРОБКИ
14 МАРТА 2016, 16:12
ЧТО ФБК ЗНАЕТ ПРО ЛЕСИНА
После поста о пересечении Лесиным границы после смерти, пришло миллион сообщений: ну а что там ещё, в этом досье на злодея?
ЛЕСИН
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ДЕПУТАТА СИДЯКИНА
1 Ввести закон об уголовном наказании за одиночные пикеты
2 Арендовать служебный Mercedez-Benz ML 350 за 100 000 рублей в месяц
15 МАРТА 2016, 15:58
ОН БУДЕТ ЕХАТЬ В СВОЁМ МЕРСЕДЕСЕ И ДУМАТЬ, КАК ЕЩЁ БОЛЬШЕ НЕВИНОВНЫХ КИНУТЬ В ТЮРЬМУ
СИДЯКИН
НЕЗАКОННОЕ ОБОГАЩЕНИЕ КОРРУПЦИЯ РОСПИЛ ЧАЙКА ПИТЕР ФБК ПЕСКОВ СУД ГОСЗАКУПКИ НАВКА ПЛАТОН
ПОДДЕРЖАТЬ ФОНД
БАНКОВСКАЯ КАРТА ЯНДЕКС.ДЕНЬГИ АЛЬФА-КЛИК СБЕРБАНК ОНЛАЙН ПЕРЕВОД НА СЧЕТ
Единоразово Ежемесячно
Вы всегда можете изменить настройки или отменить списания, написав нам на адрес donate@fbk.info
300 ₽ 500 ₽ 1000 ₽ Другая сумма
@электронная почта
Я принимаю условия договора-оферты
ПОДДЕРЖАТЬ ФОНД
217 1 077 68

Annexe 6.7 Les print-screens du site du projet «RosYama» créé par Alekseï Navalny pour traiter les défauts de la chaussée et contrôler le travail des services routiers.



Titre : La mobilisation des jeunes sur les réseaux sociaux pendant les campagnes électorales : l'analyse comparative entre la France et la Russie

Résumé :

La présente thèse propose une analyse et une systématisation de l'utilisation des réseaux sociaux en période électorale tant au niveau national que local. Ainsi seront étudiées les techniques numériques utilisées, les formes et les méthodes de communication politique « en ligne » au cours des campagnes présidentielles de 2012 en France et en Russie et les campagnes municipales à Bordeaux et à Moscou en 2014 et 2013. Seront donc comparés les ressorts utilisés dans deux pays différents et qui ont permis de transformer les grands réseaux sociaux tels que *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* et *VKontakte* en outils de rassemblement politique attirant de nombreux jeunes à participer activement au processus de campagne.

Des entretiens réalisés avec des responsables des mouvements politiques français de Gironde tels ceux des Jeunes socialistes, des Jeunes Populaires et ceux du Front National, il ressort que l'activité numérique en France relève d'un caractère constructif. Ils servent à attirer et mobiliser la jeunesse de moins de 30 ans autours des candidats et de leurs partis grâce à un support en ligne mais s'accompagnent d'un militantisme de terrain, dans la vie réelle.

En revanche, il apparaît qu'en Russie, le niveau élevé et l'influence de ces jeunes sur Internet fournit un soutien pour les nouvelles institutions de la société civile. Le succès de la mobilisation des jeunes appartenant à la classe moyenne urbaine relève d'une combinaison de « citoyenneté » et de « massification » de la protestation sur le réseau.

En 2013, la volonté et mobilisation active des jeunes dans le projet politique à permis l'émergence de l'opposant Alekseï Navalny, qui a réuni 27% des suffrages et atteint la seconde place aux élections municipales de Moscou. La quasi intégralité de sa campagne a été effectuée sur les réseaux sociaux. Si le fait est courant pour nombre de ses homologues occidentaux, il convient de relever que ce n'est pas habituel pour les politiciens russes. Cette campagne « révolutionnaire » d'A. Navalny a été rendue possible par le fort soutien des jeunes Moscovites qu'il a pu mobiliser sur le plus grand réseau russe : VKontakte. L'organisation de la campagne s'est presque entièrement fondée sur l'utilisation des réseaux sociaux, tant pour la distribution de tracts dans les rues, que la sensibilisation et les collectes de dons.

Mots-clés : mobilisation, jeunes, jeunesse, réseaux sociaux, campagne électorale, campagne présidentielle, campagne municipale, comparaison, France, Russie, Bordeaux, Moscou

---

Title: Mobilization of young people on social networks during the election campaigns: comparative analysis between France and Russia

Abstract:

This thesis will focus on the analysis and systematization of the use of social networks in the presidential campaigns, both in France and in Russia in 2012, as well as in the municipal campaigns in Bordeaux and Moscow, in 2014 and 2013 respectively. The development of this thesis will also include the basic use of technologies, as well as the forms and methods of political online communication at the actual stage of their development.

In this thesis, the examination of the political mechanisms used in France and Russia will be carried out in order to assess how social networks such as Facebook, Twitter, Instagram and VKontakte have developed into a powerful tool, with their main aim being to attract more and more young people to actively participate in the election campaigns as well as the voting process in general.

Through the conduction of interviews with the chiefs of French Youth Movements, such as the Young Socialists (Gironde), the People's Young (Gironde), and the Young of National Front (Gironde), we have found that these movements tend to have an overall peaceful nature in France. They aim to attract and mobilize young people (of up to 30 years old) to provide support both online and in the real world, for candidates of the major French political parties, namely the UMP, the Socialist Party and the National Front.

In comparison, in Russia, the high level presence and influence of Youth Movements on the Internet provides support for new institutions forming in civil society. The success of the youth mobilization from the urban middle class can be explained by the combination of "civic consciousness" and "massive involvement".

In 2013, young Russians mobilized for active participation in the political life of Alexei Navalny, one of the leaders of the Russian opposition, who managed to obtain 27% of the votes in the municipal elections of Moscow, the equivalent to second place. His «revolutionary" electoral campaign was predominantly transmitted through social networks, notably through the use of VKontakte (the largest social network in Russia), in order to gain a large amount of support from young Moscovites. This action is deemed to be very uncommon among Russian politicians, and is more likely to be seen among Western homologues. Consequently, this led to the distribution of leaflets in the streets, in the subway, going door-to-door, as well as organizing the collection of donations for the campaign across networks.

Keywords: mobilization, young people, youth, social networks, election campaign, presidential campaign, municipal campaign, comparison, France, Russia, Bordeaux, Moscow

---

Centre Emile Durkheim (CED) – UMR 5116
Sciences Po Bordeaux 11 allée Ausone, 33607 Pessac Cedex