

AU WEB, CITOYENS !

Sous les claviers la plage



Si les politiques peinent à former un gouvernement fédéral belge, les citoyens rivalisent d'initiatives « citoyennes ». Internet et les réseaux sociaux sont mobilisés. Tour d'horizon des risibles, des visibles et des nuisibles...

MANIFESTATION.

Les conséquences de la démocratie Internet ?

ON NE COMPTE PLUS les initiatives, nées sur la toile Internet pour rire, réfléchir ou mobiliser par rapport à la crise politique en Belgique. Certaines mobilisent même dans les rues. De la toile au calicot en toile, le chemin est donc possible.

Mais toutes ces idées « web citoyennes » ne se ressemblent pas. Au pays du surréalisme, le site <http://lerecorddumonde.be> raille la Belgique qui risque de rattraper l'Irak avec ses 289 jours sans gouvernement. Un compte à rebours permet de suivre le challenge. La Belgique « chargée de pauvres politiciens, de frites, de bières » possède un potentiel élevé pour battre le record.

Autre initiative, le site <http://unebelgiqueaupoil.be> propose aux citoyens (désolé les citoyennes) de se laisser pousser la barbe « jusqu'à ce que la Belgique se relève ! ». Mi-février, ils n'étaient que 763 participants à relever le défi. Les « barbus » convertis par Benoît Poelvoorde sont peu nombreux...

LES VISIBLES

Moins iconoclastes, d'autres invitent à dépasser l'aspect simplement ludique. Avec www.camping16.be, les piquets de tente remplacent les piquets de grève : « Montez votre tente virtuelle, occupez la rue de la Loi 16, et faites savoir aux politiques que vous en voulez pour votre argent. » Une proposition de loi (certes, pas très réaliste) est même formulée pour limiter les dotations financières des partis politiques en fonction de la durée de formation d'un gouvernement. Une manière bon enfant (mais toute politique) de rappeler que « l'absence de mesures socio-économiques promet de coûter encore plus cher ». Mi-février, 150.755 tentes citoyennes étaient plantées devant le parlement. Une mobilisation virtuelle réussie.

Autrement mobilisateur, le site www.230111.be a réussi à faire bouger les internautes. Quittant leurs processeurs pour rejoindre une grande procession : près de 39.000 personnes dans la rue le 23 janvier dernier. Certes, le slogan « Shame » (honte) a pu être diversement apprécié, mais la mobilisation était là. Visible.

iers, ?

LES NUISIBLES

Le web citoyen peut aussi avoir ses revers. Des citoyens isolés et moins organisés utilisent aussi les médias sociaux pour s'exprimer dans un sens fort « opposé ». Ils inondent les espaces de commentaires sur les sites des quotidiens. Courriers violents, injurieux, poujadistes, racistes... La crise politique exacerbe les passions. Par exemple, le site du quotidien régional *L'Avenir* a dû mettre les choses au point le 3 février dernier : « Depuis son lancement, notre site a toujours voulu réserver une large part à l'interactivité. Depuis plusieurs jours et singulièrement concernant l'actualité politique, les commentaires dérapent et sont utilisés comme des vecteurs de haine basique et de prose ordurière », regrettait Thierry Dupièieux, rédacteur en chef de www.lavenir.net.

En Flandre, les mêmes dérives existent. On ne compte plus les dénonciations des « mauvais » flamands. Tout avis divergeant de la N-VA apparaît comme une dissidence intolérable. Plusieurs éditorialistes flamands osent d'ailleurs parfois dénoncer ce terrorisme intellectuel. Le web citoyen peut donc aussi être celui de la restriction de la liberté de pensée.

EN RÉACTION

C'est sans doute cette vigilance démocratique qui avait poussé 1.500 artistes et intellectuels flamands à lancer, déjà en automne 2010, l'appel « Solidariteit maakt een cultuur groot/La solidarité grandit une culture ». Un élan suivi aussi côté francophone grâce à Culture et Démocratie qui a aussi mobilisé avec son texte « *Privilégier le dialogue, refuser le nationalisme!* » (www.pasennotre.nom.be et www.cultureetdemocratie.be).

Et les appels à manifester se suivent. La branche « jeune » de l'appel « Pas en notre nom » mobilisait le 17 février pour une « *Révolution des frites – la division, on en a marre* » (www.facebook.com/nietinonzenaamjong.pasennotrenomjeunes).

Avec un message se voulant plus clair que le flou reproché par certains à la manifestation « Shame » du 23 janvier dernier, les organisateurs du 17 février souhaitent « garder la Belgique unie et d'exiger une circonscription électorale fédérale » et veulent « défendre la sécurité sociale fédérale ». Mais la mobilisation « moules-frites » (décentralisée dans plusieurs villes) a finalement moins mobilisé que l'initiative « shame ». Les médias ont toutefois été réceptifs au côté visuel, comme le flashmob organisé à Louvain-la-Neuve.

Reste à voir si ces manif, avec ou sans frites, aideront à ce que la mayonnaise fédérale prenne... ■

Stephan GRAWEZ

L'IMPACT DU RÉSEAU

La technologie numérique décuple aujourd'hui les moyens de toucher des gens avec un message, voire de les mobiliser. Finis les tracts et les affiches ? Dépassés les médias traditionnels ?

Pas si vite. La manifestation « Shame » du 23 janvier dernier doit sans doute son succès à l'utilisation des réseaux sociaux, mais les médias traditionnels l'ont aussi largement annoncée et relayée. Ils se sont empressés d'inviter les jeunes organisateurs dans leur « une », leur JT et leurs magazines de débats. Ces médias sentaient bien que quelque chose émergeait, et par la même en renforçaient encore l'impact médiatique. Le côté non institutionnel (des jeunes non affiliés) a sans doute aussi renforcé le courant de sympathie des médias.

Mais qui dit impact médiatique ne signifie pas nécessairement impact dans la mobilisation (peu de nouveaux barbus arpentent les rues) et dans la prise en compte des revendications. Le compte à rebours du record du monde tourne toujours.

DÉJÀ ENGAGÉS

Les réseaux sociaux ne sont-ils alors qu'un moyen supplémentaire et actuel de communication ? À en croire une récente étude menée aux États-Unis, ceux qui sont les plus actifs sur la toile sont ceux qui seraient déjà actifs dans le civil.

Pour Mathilde Cristiani, « *les adeptes du web et des réseaux sociaux sont souvent aussi les plus engagés au sein d'une organisation non lucrative. Le rôle de facilitateur que joue Internet ne venant que renforcer un trait de caractère initial. Et en règle générale, les internautes font souvent partie des membres les plus actifs d'un groupe. Notamment parce qu'ils profitent des espaces dont dispose leur association sur le web pour s'exprimer et partager des contenus.* »

(Mathilde CRISTIANI, « La Lettre de l'Atelier » du 18 janvier 2011. ■ www.atelier.net/articles/l'internaute-social-noublie-vie-communautaire-reelle)