

Journalisme et géopolitique

Jean-François Fiorina s'entretient avec les créateurs du "e-diplomacy hub", précieux baromètre de la diplomatie numérique hébergé sur le blog "géopolitique" de l'AFP



Jean-François Fiorina avec Marlowe Hood et Joan Tilouine dans les locaux parisiens de l'AFP : les réseaux sociaux eux-mêmes sont devenus un enjeu géopolitique majeur.

Les journalistes Marlowe Hood et Joan Tilouine viennent de lancer le "e-diplomacy hub" sur le nouveau blog "géopolitique" de l'AFP (Agence France Presse). Une innovation tant sur le fond que sur la forme, permettant de mieux appréhender le rôle de la diplomatie numérique qui bouleverse la donne en matière de relations internationales. Une initiative heureuse à découvrir sur blogs.afp.com/geopolitique et ediplomacy.afp.com.

Comment des journalistes comme vous en sont venus à créer ce blog géopolitique de l'Agence France Presse ? Quels sont vos parcours réciproques ?

Marlowe Hood (AFP) : Je suis journaliste à l'AFP depuis 17 ans. Le journalisme m'a permis de vivre des expériences riches et diverses, dans le domaine des sports, dans les services infographiques et plus récemment comme correspondant en charge de la science, l'environnement et la santé. Depuis janvier 2012, suite à une initiative nouvelle de l'AFP, je suis responsable de plusieurs blogs thématiques dont l'un dédié à la géopolitique. Je connaissais de longue date Joan, récemment rentré d'un séjour aux Etats-Unis, qui possède une indéniable expertise en matière de diplomatie numérique. Etant donné que l'AFP est venue assez tardivement par rapport à ses concurrents à cette gestion des blogs thématiques, mon idée a donc été de voir comment construire des blogs sur un mode vraiment innovant. Avec l'appui d'un développeur et d'un graphiste, nous nous sommes lancés dans l'aventure.

Joan Tilouine (Freelance) : Je suis journaliste *free lance*, issu de l'Institut français de presse et également de l'université de Paris-VIII où je me suis plus particulièrement passionné pour la géopolitique dans le cadre de la revue Hérodote. L'an passé, comme *visiting scholar* à l'université de Berkeley, je me suis formé aux Etats-Unis au journalisme innovant, tout en conduisant des recherches universitaires et journalistiques sur ce que l'on appelle la diplomatie numérique et les questions liées à l'*open gouvernance*, dite gouvernance 2.0. Et ce, afin de voir comment les Etats s'efforcent de renouveler les pratiques diplomatiques traditionnelles grâce aux nouveaux outils technologiques. De là est née entre Marlowe et moi cette fusion de compétences, qui permet d'approcher au mieux l'*e-diplomacy*. Suivre cette dernière implique une autre forme de narration, qui consiste à intégrer les comptes twitter, à traiter leur contenu, à faire de la reconnaissance de mots, à mesurer l'influence, pour justement bien saisir cette *e-diplomacy* en action.



Vue de l'extérieur, l'AFP est une institution unanimement reconnue pour son sérieux, mais qui fait un peu "vieille dame". Comment votre projet innovant a-t-il été reçu ?

Il s'agit de faire vivre l'approche des questions géopolitiques sur un autre mode, de raconter cette e-diplomacy qui ne se fait plus uniquement avec des diplomates.

MH : La direction m'avait déjà proposé l'an passé de monter un blog sur un mode classique. Enthousiaste, je tenais cependant à créer un outil sortant des modèles classiques de blogs. Nous avons eu l'heureuse surprise de recevoir un feu vert de la direction, avec en particulier un solide soutien du service information. Ayant opté pour des technologies très en pointe, et souhaitant être extrêmement réactifs, nous avons choisi d'externaliser les prestations techniques. Puis nous avons testé l'ensemble en interne, où nous avons eu de très bons retours. Avec beaucoup de perspicacité, le PDG de l'AFP, Emmanuel Hoog, y a vu une réelle opportunité de développement, tant sur le fond que sur la forme. Le pari a été relevé avec succès et il est maintenant question de le décliner sur d'autres modes et sur d'autres sujets

Qu'est-ce que cette nouvelle application apporte par rapport à l'activité plus classique de l'AFP ? Comment fonctionnez-vous concrètement ?

MH : D'abord, l'AFP prouve dans les faits qu'elle est capable d'innover. Cela est important en matière d'image et de perception, puisque vous-même aviez en l'espèce l'image d'une "vieille dame" un brin réticente à la modernité. Ensuite, c'est une volonté d'explorer de nouveaux champs et de nouveaux modes opératoires, permettant à terme d'optimiser des modèles économiques inédits.

JT : Concrètement, Marlowe et moi avons eu un vrai travail éditorial à mener, mais le cœur du projet réside en la base de données. Ce sont 4 à 5 000 comptes twitter sélectionnés, qui sont suivis, analysés, décryptés. Cependant, au-delà des seuls aspects techniques, c'est aussi l'esprit du projet qu'il convient de prendre en compte. En effet,

il s'agit de faire vivre l'approche des questions géopolitiques sur un autre mode, de raconter cette e-diplomacy qui ne se fait plus uniquement avec des diplomates. Pas question bien sûr de remettre en cause la diplomatie traditionnelle ou le journalisme classique, qui jouent encore pleinement leur rôle. L'objectif est plutôt d'élargir le spectre de perception en montrant comment la société civile joue dorénavant un rôle dans cette sphère géopolitique, notamment grâce à la montée en puissance d'outils technologiques chaque jour plus performants. Que nous soyons diplomates ou journalistes, nous savons bien que nous n'avons plus le monopole de la rédaction de contenus. Dans cette application, on écrit en quelque sorte avec les stylos des autres. Notre originalité vient de ce que nous sortons du seul giron de l'AFP. Les comptes qui nous paraissent les mieux informés, les plus judicieux, sont régulièrement suivis : les officiels bien sûr –

personnalités politiques et élus de premier plan, diplomates, administrations, grandes institutions, etc. – mais aussi les experts – *thinkers*, chercheurs, etc. – et les activistes – groupes alternatifs, ONG, etc. – sans oublier les organisations illégales voire terroristes qui intègrent twitter à leur stratégie.

MH : Nous avons en quelque sorte essayé de reconstruire l'écosystème de la diplomatie numérique dans notre application. Dès l'origine, nous avons clairement cerné le concept et défini ce que nous voulions faire. Mais comment procéder concrètement pour dénicher ce qui est intéressant dans le flot twitter (200 millions de tweets par jour...) ? La constitution de cette banque de données s'est ainsi faite en deux étapes. D'abord en utilisant les ressources disponibles en interne, au sein du formidable réseau de l'AFP, sollicité dès l'origine. En deux mois, nous avons constitué une base solide, irriguée par nos bureaux du monde entier, reconnus pour leur sérieux et travaillant dans les langues des pays d'origine. Sans cette assise, le défi eut été très difficile à relever. Ensuite, nous avons élargi peu à peu ce réseau, en identifiant des sources nouvelles et fiables, qui elles-mêmes ont ouvert de nouvelles pistes. Des utilisateurs peuvent nous proposer des comptes nouveaux, nous faire remonter des sources. Ainsi, à partir du socle AFP et en procédant par capillarité, nous avons construit notre outil.

JT : Cette masse d'informations déjà triée se trouve ensuite traitée par des algorithmes spécifiques. Toutes les sources sont d'abord géolocalisées. L'idée est d'identifier sur twitter le réseau d'e-diplomacy de chaque Etat et d'en faire une carte. Nous sommes en mesure d'entrer dans le contenu des messages, d'en saisir d'emblée la teneur, liée



L'objectif est plutôt d'élargir le spectre de perception en montrant comment la société civile joue dorénavant un rôle dans cette sphère géopolitique, notamment grâce à la montée en puissance d'outils technologiques chaque jour plus performants.

le plus souvent à l'actualité chaude. Nous savons ainsi qui parle de quoi en temps réel. Ce qui constitue un thermomètre précieux de l'évolution de cette *e-diplomacy*. Ces éléments sont en libre-accès sur la toile, constituant tout à la fois une vitrine et un outil formidable pour l'AFP. Ce blog géopolitique de l'AFP nous a aussi ouvert des perspectives auxquelles nous ne songions pas forcément au début. L'application nous a ainsi mis en rapport avec de nouvelles organisations ou de nouveaux contacts, en particulier dans les réseaux sociaux.

Comment les Etats sont-ils organisés pour gérer cette "nouvelle" diplomatie qu'est l'e-diplomacy ? Quel est l'Etat qui vous semble le plus avancé ?

JT : L'Etat le plus avancé est sans surprise les Etats-Unis. Rien qu'au Département d'Etat, deux cents personnes travaillent en permanence sur ces questions – veille, création de contenus, diffusion de messages, etc. – en lien étroit avec le réseau diplomatique. Ils sont proactifs, oeuvrent à la création de valeurs, organisent des contacts dans tous les pays, etc. Dans cette nouvelle approche, les Etats appliquent une démarche marketing, ils vendent leur marque, ils se "markettent" eux-mêmes. En plus, ils se livrent à des tactiques d'*empowerment*, ils transfèrent du pouvoir vers de nouvelles cibles, de nouveaux relais, de nouvelles communautés qui intéressent le Département d'Etat, à un moment donné,

dans un lieu donné. On l'a vu récemment dans le cas de l'Egypte lorsque ce pays a vécu son printemps arabe. Car ne perdons pas de vue que cette diplomatie new look est extrêmement active, subtile et puissante. On évolue là dans la sphère de l'*Intelligence* au sens de recueil et traitement optimisé de l'information telle que les Anglo-saxons savent la mettre en œuvre. Combinée avec du renseignement humain et des relais locaux bien choisis, ces techniques se révèlent être redoutablement efficaces et coûtent finalement moins cher que les moyens classiques.

MH : En outre, cette *e-diplomacy* active permet de pénétrer des zones où l'on n'a pas accès, sur un mode disruptif comme le reconnaît lui-même le chef de la diplomatie numérique américaine. Il s'agit bel et bien de changer le cours des choses. On a ainsi vu les USA créer des ambassades virtuelles dans des

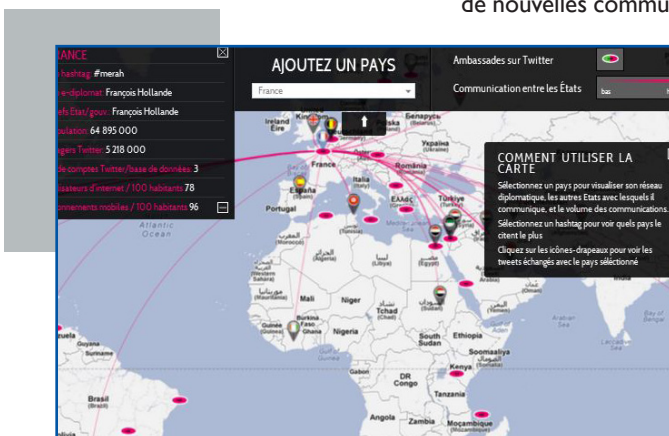
pays où ils ne sont pas présents. Sur la zone Iran, les spécialistes américains twittent de la sorte en farsi, en ourdou, en arabe, etc. L'idée est de pénétrer dans des zones difficiles voire carrément hostiles, afin d'y faire passer subtilement des messages valorisant l'image des Etats-Unis et correspondant aux visées du Département d'Etat. Le Département d'Etat parle volontiers de diplomatie publique. Le tout est de savoir à partir de quel moment on entre dans une zone grise...

Où en est la France en ce domaine ?

JT : La France se situe à un tout autre niveau. Bien que bénéficiant d'un très bon réseau diplomatique, nous sommes assez en retard tant sur le plan technologique que sur le plan de l'évolution des mentalités, cette culture d'outre-Atlantique nous étant bien souvent quelque peu étrangère. Fort heureusement, la diplomatie française a très clairement la volonté d'intégrer ces outils - pour preuve, elle s'est intéressée à l'initiative de l'AFP en ce domaine - et l'on voit émerger un peu partout des groupes conscients de ce retard, qui font des efforts pour combler cette lacune. Notons au passage que certains Etats – qui ne sont pas des grandes puissances – ont parfaitement saisi l'intérêt qu'ils avaient à maîtriser ces outils et à s'en servir au profit de leurs visées politiques sur la scène internationale. C'est le cas du Rwanda. Quelle que puisse être l'opinion que l'on ait de son leader, il faut reconnaître que le Président Kagamé est parfaitement au fait de ces méthodes et sait les utiliser à merveille, en particulier en développant via les réseaux sociaux une véritable stratégie d'influence, tant sur le plan interne qu'à l'international.

Cette e-diplomacy ne contribue-t-elle pas à un émiettement du monde, en favorisant les communautés et en encourageant l'éclatement des structures existantes ?

MH : Je crois au contraire que les réseaux sociaux contribuent à tisser de nouveaux liens. Prenons un exemple concret, tiré de mon expérience en Chine où j'ai longtemps résidé et travaillé. Il y a trente ans, il y avait déjà des manifestations contre la corruption et les abus de pouvoir de certains potentats locaux. Mais il était très difficile pour un journaliste de les suivre et d'en appréhender la vraie nature. Le fort développement des



Cette e-diplomacy active permet de pénétrer des zones où l'on n'a pas accès, sur un mode disruptif comme le reconnaît lui-même le chef de la diplomatie numérique américaine. Il s'agit bel et bien de changer le cours des choses.

Face à une multitude d'acteurs, l'Etat peut aussi mettre en place des opérations de contre-influence, surtout dans des environnements très mouvants. Les Américains appellent cela la guerre des "narratives", des narrations, version moderne et techno de la guerre des idées. Suivant les règles du storytelling, on raconte, on met en scène pour gagner la guerre sur les réseaux sociaux.

Nous ne pouvons en aucun cas nier cette réalité qui est que cette e-diplomacy incarne bel et bien une nouvelle forme d'approche des questions géopolitiques.

réseaux sociaux chinois a bouleversé la donne. Aujourd'hui, un micro-événement dans les confins septentrionaux de la Chine peut immédiatement être connu dans l'extrême sud du pays où des gens vont à leur tour relater leur expérience et commenter l'événement, voire donner des conseils pour faire face à telle ou telle situation. Le pouvoir chinois se montre d'ailleurs très soucieux d'encadrer au maximum, et tant que faire se peut, ces agissements. Mais sur un plan plus général, il est indéniable que ces réseaux permettent d'inventer et faire éclore de nouvelles solidarités. Ce qui constitue une donnée essentielle à prendre en compte, tant sur le plan de la vie intérieure des pays que dans la sphère des relations internationales.

JT : Ces réseaux se révèlent être de formidables accélérateurs de situations, on l'a notamment vu lors des événements du printemps arabe. Néanmoins, ce qu'il faut bien comprendre quand on aborde cette question, c'est d'abord qu'il n'y a pas de frontières sur les territoires numériques. Nombre de concepts de la diplomatie traditionnelle ne s'adaptent pas à cette diplomatie numérique. De même pour les nouvelles menaces qui sont transnationales. Prenons l'exemple des cartels de la drogue au Mexique. On a ainsi vu qu'avec un tweet, ces cartels pouvaient terroriser et immobiliser toute activité dans un village. Les *go-fast* en charge du transport de drogue ont aussi pu se servir de twitter comme ils se servaient avant des téléphones mobiles. Même si c'est marginal, on observe que les activités délictueuses ont toujours tendance à s'appropriier les nouvelles technologies. Pour en revenir à l'*e-diplomacy*, face à une multitude d'acteurs, l'Etat peut aussi mettre en place des opérations de contre-influence, surtout dans des environnements très mouvants. Les Américains appellent cela la guerre des "narratives", des narrations, version moderne et techno de la guerre des idées. Suivant les règles du *storytelling*, on raconte, on met en scène pour gagner la guerre sur les réseaux sociaux.

Cette e-diplomacy peut aussi se transformer en manœuvres menées par des services spécialisés, voire en psyops (opérations psychologiques), donc évoluer dans des zones grises ou noires... Comment le journaliste doit-il réagir face à ces déviations ?

JT : Oui, il est certain que cette *e-diplomacy* peut apparaître comme la meilleure ou la pire des choses, en fonction de ce que l'on veut en faire. En tant que journalistes, il ne nous appartient pas de porter un jugement global, mais bien plutôt d'étudier les choses au cas par cas. Plus que jamais, il faut garder à l'esprit les fondamentaux du métier de journaliste, apprendre à décrypter l'information, la mettre en perspective, en appréhender les tenants et les aboutissants. Mais nous ne pouvons en aucun cas nier cette réalité qui est que cette *e-diplomacy* incarne bel et bien une nouvelle forme d'approche des questions géopolitiques.

A cet égard, il est édifiant d'observer comment fonctionnent les activistes. Car à côté de la parole des officiels ou des experts – parole qui, la plupart du temps, demeure soigneusement contrôlée – les réseaux sociaux permettent de mieux saisir les motivations de certaines populations – appelons-les activistes – qui sans cette nouvelle possibilité d'expression, ne pourraient ou auraient des difficultés à se faire entendre. Parmi ces activistes, on trouvera peut-être des leaders de demain, qui auront surgi du néant grâce à l'émergence des réseaux sociaux. On observe donc une imbrication assez subtile du virtuel et du réel. Hillary Clinton ne s'y est pas trompée en affirmant récemment que l'accès à internet constituait un droit de l'homme, ce qui met bien en relief le rôle politique, voire stratégique, joué par les réseaux sociaux. Le réseau lui-même devient dès lors un enjeu géopolitique central.

MH : Plus que jamais, il est important pour nous autres journalistes de comprendre en quoi l'apparition des réseaux sociaux contribue à modifier les règles du jeu. D'ailleurs, l'AFP va maintenant créer une activité éditoriale permanente autour de notre nouvelle application. En particulier pour favoriser la production d'analyses sur ce qui est délivré sur le blog, qui est d'une grande richesse. A partir du socle que nous avons créé, ce pôle qui va ainsi se constituer pourra donner de la profondeur à cette diplomatie numérique. Mais ne nous y trompons pas. S'il y a des innovations majeures dans les formes d'action, en toile de fond, on retrouve toujours les mêmes jeux de pouvoir consubstantiels à la nature humaine. Les Etats comme les hommes utilisent les outils disponibles, il n'en demeure pas moins que leurs motivations restent toujours à peu près semblables. ■



Chef de projet : Marlowe Hood (AFP)

Pendant cinq ans (1985-1989), il a été correspondant à Pékin (Wall Street Journal, US News and World Report, South China Morning Post) et puis journaliste freelance (1990-1995) spécialisé dans l'Asie, basé à New York. Il a ensuite rejoint l'AFP où il a intégré le service infographie avant de prendre en charge le développement du service d'infographie animée en Flash.

Entre 2007 et 2012, il a tenu les rubriques environnement, science et santé. Depuis le 1^{er} février, il a pris la direction des

blogs grand public en anglais de l'AFP (dont l'un est consacré à la géopolitique), et le développement des applications Web.

Coordonnateur éditorial : Joan Tilouine (Freelance)

Joan Tilouine est un journaliste indépendant basé à Paris. Il a réalisé des enquêtes et des reportages en Afrique, en Asie, en Colombie et aux États-Unis. Il collabore avec de nombreux médias français et est un contributeur régulier du magazine Gentlemen's Quarterly (GQ France). Il est notamment spécialisé sur les questions numériques et l'usage



des nouvelles technologies dans la gouvernance. Un sujet qu'il a étudié en tant que *Visiting Scholar* à l'université de Californie (Berkeley) tout en se formant au journalisme innovant.

L'AFP

Créée en 1835 par Charles Havas, sous le nom d'Agence des feuilles politiques, l'AFP (Agence France Presse, dénomination officielle depuis 1944) s'est imposée comme la première agence de presse internationale, utilisant un réseau de correspondants et de traducteurs. En 1896, l'Agence s'installe place de la Bourse à Paris, où elle se trouve encore.

Aujourd'hui, l'AFP compte 2260 collaborateurs de 80 nationalités différentes et couvre 150 pays avec 200 bureaux. Chaque jour, 1500 journalistes produisent en six langues (français, anglais, allemand, arabe, espagnol, portugais), 3200 dépêches, 2500 photos, 100 infographies, 150 vidéos.

En 2011, l'AFP a réalisé un chiffre d'affaires de 280 millions d'euros. Pour en savoir plus : www.afp.com/fr

Raison d'être des "Entretiens du Directeur"

En rencontrant tous les mois des personnalités de haut niveau qui pratiquent la géopolitique, Jean-François Fiorina aime à rappeler que l'intérêt de l'ESC Grenoble pour cette discipline répond à des objectifs bien précis :

"Notre volonté est d'inciter nos partenaires et nos étudiants à faire preuve d'un nouvel état d'esprit. Il s'agit de leur proposer non seulement une grille de lecture du réel adaptée aux enjeux du monde

contemporain, mais aussi de nouveaux outils d'aide à la décision. Pour les entreprises, il s'agit d'être capables de réagir le mieux et le plus rapidement possible. Pour nos étudiants, il s'agit moins d'évoluer sur le court terme que de se préparer à une course de fond.

D'où une formation qui vise davantage à former les esprits qu'à apprendre de simples techniques, qui, de toute façon, évolueront. Pour les uns comme pour les autres, il est cependant impératif

de bien comprendre l'intérêt de la géopolitique, non pas comme référent universitaire abstrait, mais comme méthode permettant d'approcher et cerner le monde dans sa complexité, afin d'être au plus près des enjeux réels. La géopolitique doit servir à gagner des marchés, ou du moins à ne pas en perdre. Autrement dit, elle constitue une clé précieuse pour évoluer dans le monde d'aujourd'hui, et surtout de demain". (Communication & Influence n°19, mai 2010). ■

Retrouvez d'autres analyses géopolitiques sur www.diploweb.com et sur www.grenoble-em.com/geopolitique.