

Concours d'entrée ESGT 2015
Épreuve de français
Durée : 3 heures
Sans calculatrice sans documents

PREMIÈRE PARTIE : SYNTHÈSE DE DOCUMENTS

- Document 1 : « Les réseaux sociaux virtuels sont-ils un atout ou un danger pour la société actuelle ? » La rédaction - 21 juin 2012 - 2 pages
- Document 2 : « Réseaux sociaux. Un guide pour communiquer en sécurité » - N. Moussu - Avril 2012 - 2 pages
- Document 3 : « Le tweet, nouvelle armes de propagande » - Veronica Calderon - 21 février 2013 - 2 pages
- Document 4 : « L'Unesco fait avancer le débat sur les réseaux sociaux et la démocratie, cette semaine au 6^e FGI à Nairobi » La rédaction – 28 septembre 2011 – 2 pages

Vous ferez de ces documents traitant des réseaux sociaux une synthèse objective et ordonnée.

DEUXIÈME PARTIE : SUJET DE RÉFLEXION

Les médias sociaux désignent un ensemble de services permettant de développer des conversations et des interactions sociales sur internet.

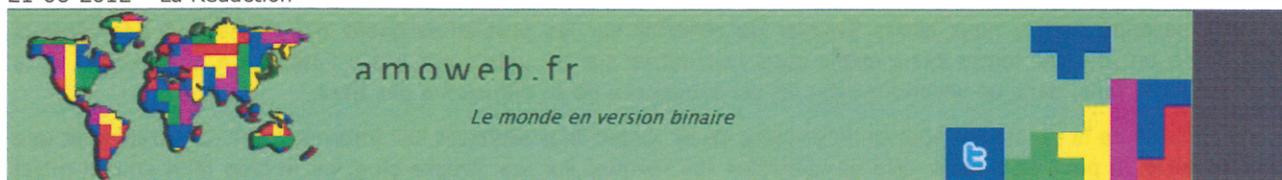
Vous direz en quoi ces technologies favorisent ou non la création et l'échange de contenus générés par les utilisateurs en argumentant à l'aide éventuellement des documents précédents.

* * *

QUALITÉ DE LA LANGUE

Les fautes d'orthographe, de syntaxe et de ponctuation seront relevées. Au-delà de 10 fautes, elles entraînent une pénalité 0,10 point par faute.

21-06-2012 – La Rédaction



Les réseaux sociaux virtuels sont-ils un atout ou un danger pour la société actuelle ?

Alors que 78 % des internautes Français se déclarent membres d'au moins un réseau social, on peut se demander si les réseaux virtuels sont bénéfiques ou dangereux pour notre société. Par bénéfiques, nous entendons les apports positifs pour la société en l'aidant dans son développement ; par dangereux, nous parlerons des orientations néfastes pour la société.

Nous verrons d'abord comment les utilisateurs tirent parti de ces réseaux, puis nous analyserons les problèmes posés par leur utilisation.

Il y a quelques années, des critiques avaient annoncé l'arrivée massive des personnes de plus de 35 ans sur *Facebook*, qui était, jusque-là majoritairement utilisé par des plus jeunes. Ces critiques avaient prédit le départ des adolescents, en voyant leurs parents, voir grands-parents, arriver sur le réseau. Nous pouvons maintenant affirmer que ces nouvelles inscriptions n'ont pas nui à son développement. Bien au contraire, elles n'ont fait que renforcer l'universalité du réseau et en populariser l'utilisation au sein des familles. En 2009, le nombre de 50-60 ans sur le réseau a augmenté de 120 %, mais les 18-24 ans sont toujours la tranche d'âge la plus représentée avec 30 % d'utilisateurs. Les réseaux sociaux existent depuis la préhistoire. Ils ne sont qu'un cas particulier de la solidarité organique, c'est-à-dire l'interdépendance basée sur les différences entre les individus. Les réseaux sociaux (virtuels ou non) se forment entre des personnes autour d'intérêts communs. Sur Internet, la hiérarchie sociale tend à disparaître, cela peut s'expliquer par l'anonymat. Le vouvoiement en est l'un des témoins. Ces mœurs permettent donc une communication bidirectionnelle : par exemple, si on veut que notre publicité soit visible, il faut que l'on apporte quelque chose aux autres ou même rendre leurs publicités visibles. Les entreprises l'ont bien compris avec la formation d'*animateurs de communautés* qu'elles payent pour qu'ils donnent une image positive de l'entreprise sur les réseaux sociaux virtuels. Ils n'hésitent pas à utiliser l'humour lors de conversation avec les internautes pour donner aux consommateurs une impression de proximité. C'est bénéfique pour la notoriété de l'entreprise, mais aussi pour l'utilisateur qui peut, à la manière d'un centre d'assistance, trouver les réponses à ses questions.

Il est courant de penser qu'Internet ne permet la promotion que de grandes enseignes, mais les réseaux sociaux sont en vérité un formidable outil d'autopromotion qui permet à quiconque de se faire connaître : *Myspace* ou *Jamendo* permettent de faire la promotion de son groupe de musique. Le premier exemple qui nous vient à l'esprit est celui de *La Chanson du Dimanche* qui a acquis une renommée nationale grâce à *Myspace* et leur blog.

À la manière d'un arbre relationnel, la diffusion des informations sur les réseaux sociaux se fait en majorité par les connaissances. De plus, les différentes fonctions de filtrages, qui limitent les informations diffusées à certains membres sélectionnés, rendent le cercle de lecteurs limité (les internautes déclarent à 33 % ne partager leurs informations personnelles qu'avec leurs contacts). Alors que les informations des blogs ont vocation à être diffusées largement car la diffusion se fait par l'intermédiaire des moteurs de recherches et du contenu. Ces nouveaux modes de diffusion permettent la transmission rapide d'informations, ce que l'on appelle *l'actualité en temps réel*.

Je suis blogger depuis deux ans. Je me suis efforcé de ne jamais parler de ma vie privée sur mon blog car j'ai toujours pensé qu'elle n'intéresserait personne. Un jour, un Internaut m'a contacté, après plusieurs échanges de courriels afin que je l'appelle. J'ai pris soin de masquer mon numéro et nous avons parlé de mon article et de ses différentes recherches. Lorsqu'il m'a demandé ma profession, j'ai répondu sans réfléchir « Je suis un blogger passionné d'informatique » sans indiquer que je suis étudiant. Il se pose ici le problème de la diffusion de ses informations personnelles, problème commun aux blogs et aux réseaux sociaux. Il s'agit, à la manière d'une ligne éditoriale de journal, de fixer les limites de son identité sur Internet. Certains Internauts vont même jusqu'à se forger deux identités numériques pour pouvoir conserver leur liberté d'expression tout en continuant à garder une identité *politiquement correcte* sur Internet (principe d'*autocensure*).

Yoani Sánchez a été considéré en 2008 par le *Time*, comme l'une des 100 personnes les plus influentes au monde. C'est une bloggeuse Cubaine qui décrit le quotidien à la Havane (http://desdecuba.com/generaciony_fr) et communique avec le reste du monde par *Twitter*. Nous nous souvenons aussi, en 2009, de la « révolution *Twitter* » qui a suivi les élections contestées de M. Ahmadinejad en Iran. Le réseau a servi à l'organisation des manifestations.

Bien que *Twitter* n'ait rien résolu, il a permis d'interpeller la communauté internationale. Dans ces deux exemples les services de *microblogging* ont été utilisés car, grâce à leurs multiples noms de domaines, ils ont été impossibles à censurer.

Dans cette seconde partie, nous allons essayer de réfléchir sur les problèmes posés par l'utilisation des réseaux sociaux. Dans un premier temps nous allons nous concentrer sur les problèmes liés à l'atteinte à la personne et la *cyber-réputation*, puis, dans un second temps, les conséquences de sa diffusion à des tiers.

Nous avons parlé de la possibilité pour un internaute de se forger deux identités sur Internet : une du paraître, et une du disparaître. Il peut être assez aisé de contrôler son identité sur son propre blog, ou le blog d'un ami. Il m'est arrivé quelquefois de demander la suppression d'une citation ou d'une photo de moi sur les blogs d'une connaissance. Mais cela se complexifie à mesure que le réseau s'étend. Il est possible de contrôler ses écrits, mais il devient difficile de contrôler les écrits des autres. Nous avons donc un problème d'augmentation de la rapidité de diffusion des informations qui peut déboucher sur une perte de contrôle de données pouvant être compromettantes.

La partie cachée du problème de vie privée posé par les réseaux sociaux virtuels est la diffusion de ses informations à des tiers. En imaginant que nous arrivions à contrôler parfaitement les informations diffusées à nos amis. Il se pose le problème des informations diffusées à des tiers. Ainsi lorsque nous pensons avoir « sécurisé » notre compte en activant les fonctions de filtrage intégrées dans la plupart des réseaux sociaux. Nous ne pensons pas immédiatement que nos informations peuvent être exploitées par le réseau social lui-même : l'organisation lucrative ou non qui administre les serveurs du réseau social. Dès l'instant où une information est entrée sur un réseau social, elle est rendu disponible aux cercles restreints des concepteurs du réseau. La politique de confidentialité des réseaux, peut rendre les informations disponibles sur une échelle allant de la simple utilisation à des fins de maintenances, à la mise à disposition à des tiers : des éditeurs d'application, voir des régies de publicités ciblées. Certains réseaux sociaux deviennent donc un enjeu commercial. Suivant la politique de confidentialité, ils peuvent être en droit de revendre nos informations personnelles ou nos photos.

L'entreprise SocialMedia a signé un partenariat avec *Twitter* qui l'autorise à utiliser n'importe quel tweet (message posté par les utilisateurs de *Twitter*) à des fins publicitaires. En somme, pour paraphraser une journaliste du New York Time : « ne tuittez rien que vous ne voudriez pas voir écrit sur les panneaux publicitaire du Times Square ».

En un clic nous pouvons nous rendre invisibles, et inatteignables pour certains. L'action est beaucoup plus simple et indolore que de changer de rayon dans un supermarché. Les réseaux sociaux facilitent donc le rapport technique entre les individus : les relations n'existent pas par affinité, mais par utilité. Ainsi, nous pouvons émettre un questionnement quant à la sincérité des relations numériques.

Il existe une raison pour laquelle les réseaux sociaux se sont développés aussi vite. Cette explication peut nous sembler empirique mais elle nous est donnée par le fondateur de *Facebook* lui-même : D'après lui, il existe un nombre calculable « d'instant ah ! ah ! » après lesquels l'utilisateur deviendrait dépendant de *Facebook*. Ces instants peuvent arriver lorsque l'on voit des photos de ses proches. C'est ce qui pousse les internautes à s'inscrire sur ces réseaux. Lorsqu'ils reçoivent les courriels maintenant bien connus : « Regarde mon profil *Facebook* » contenant l'encart « D'autres personnes que vous connaissez peut-être sur *Facebook* ? » calculé statistiquement et qui listent dans la plupart des cas des personnes que vous affectionnez : une méthode de persuasion qui fonctionne.

Le problème de perte de contrôle des informations est, certes amplifié par la rapidité d'Internet et des réseaux sociaux virtuels, mais ils ne leur sont pas propres. Les rumeurs ont toujours existé, et vont probablement continuer. Dans le cas où les informations diffusées s'avèreraient vraies nous devons nous poser la question sur leur origine. Car, que ce soit dans le monde virtuel ou réel, tout fini par se savoir.

Internet facilite une sorte de rapport technique, mais la disparition de la hiérarchie sociale sur les réseaux sociaux virtuels, exclue la possibilité de domination durable entre deux individus.

Les réseaux sociaux ne sont que des communautés telles que nous les connaissons depuis loi du 21 août 1790, ils sont comparables à des associations. Dès 1995, Robert D. Putnam, un politologue, a décrit que les Américains étaient de moins en moins membres d'organisations sociales. Or depuis cette même date, ils sont de plus en plus présents sur les réseaux sociaux. Sur Internet, les appels aux dons fonctionnent très bien, et les réseaux sociaux sont des outils formidables pour organiser un événement.

Finalement, la valeur d'un réseau social ne provient que des utilisateurs qui le composent. Selon Robert Metcalfe, un acteur majeur dans le développement d'Internet, et sa loi éponyme : « L'utilité d'un réseau est proportionnelle au carré du nombre de ses utilisateurs. ». Cette affirmation a deux conséquences : elle explique pourquoi, malgré la revente d'informations personnelles par les grands réseaux (pourtant spécifiée dans les contrats d'utilisation), les internautes restent inscrits. Mais elle explique aussi, par extension, que les réseaux sociaux sont le miroir de notre société. Ils sont un outil de communication supplémentaire, comprenant bien des défauts, mais aussi des qualités favorisant les rencontres, les contacts avec ses amis ou sa famille, le suivi des informations en temps réel, l'organisation d'événements. Tous ces avantages rendent les réseaux sociaux utiles à notre société.

FOCUS DEFENSE

Réseaux sociaux

Un guide pour communiquer en sécurité



La Délégation à l'information et à la communication de la Défense publie ce mois-ci en ligne un document sur le bon usage des médias sociaux. Destiné au personnel militaire et civil du ministère, ce guide prodigue des conseils pour utiliser Facebook, Twitter ou YouTube de manière sûre.

Plus de 77 % des Français sont membres d'un réseau social et, parmi eux, des militaires. La Délégation à l'information et à la communication de la Défense (Dicod) publie son premier guide des médias sociaux afin d'« encourager la parole tout en donnant les clefs pour utiliser les médias sociaux en toute sécurité ». L'enseigne de vaisseau de première classe Claire Sulpice, chargée des médias sociaux à la Dicod, conduit ce projet initié par l'Inspection générale des armées en novem-

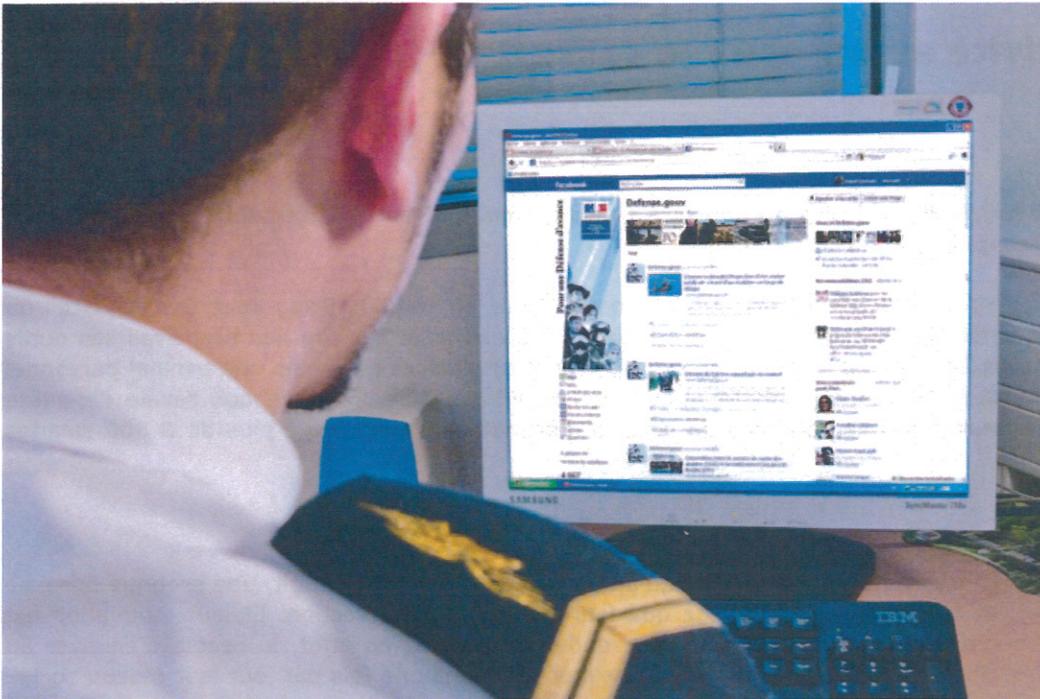
bre 2011. Elle assure « être là pour soutenir une parole libre, mais consciente des dangers ». Distribué en premier lieu en version papier aux chaînes de commandement, puis téléchargeable sur le site de la Défense, ce document vise à sensibiliser le personnel civil et militaire ainsi que leurs familles aux risques inhérents aux médias sociaux, plus particulièrement aux réseaux comme Facebook, Twitter ou YouTube. En France, les échanges des internautes sur ces sites n'ont jamais mis en péril des missions opérationnelles. Mais les dangers existent : accepter un inconnu « espion » comme ami, géolocaliser sa position en opération via un smartphone, commenter une photo en oubliant son devoir de réserve, etc. Téléchargeable sur le site Internet de la Défense, cette publication qui a pour objectif de présenter les bonnes pratiques afin de ne pas divulguer une information sensible met donc en garde les utilisateurs, présente des conseils, des listes de réflexes à adopter avant publication d'un message

et des contre-exemples de vidéos, photos, statuts publiés sur les médias sociaux.

« On souhaite avant tout responsabiliser les internautes et permettre des échanges plus sûrs. Mais on ne piste personne sur le web, ajoute Claire Sulpice. On ne passe

pas nos journées à observer les commentaires des profils Facebook et on ne prend pas à partie les militaires pour les photos qu'ils mettent en ligne ! On s'inspire d'exemples concrets pour prévenir d'éventuelles maladroites. » Si les militaires sont déjà attentifs à la question, leur entourage l'est souvent moins, c'est pourquoi cette publication leur est également destinée. « Il est très important que les militaires en particulier partagent ce guide avec leurs familles, moins sensibilisées aux risques éventuels. Elles utilisent

Téléchargeable sur le site de la Défense, le Guide du bon usage des médias sociaux présente des conseils afin de ne pas divulguer une information sensible.



BRUNO BASUTTO/DICOD

« On souhaite avant tout responsabiliser les internautes et permettre des échanges plus sûrs. Mais on ne piste personne sur le web. »

beaucoup les réseaux sociaux pour garder le contact avec leur proche lorsque celui-ci est en opération ou pour se soutenir à travers des groupes sur Facebook, ce que l'on comprend tout à fait ! Mais une personne mal intentionnée, qui recoupe des données pouvant paraître anodines, peut en tirer des informations mettant en jeu la sécurité. »

Le guide émet également des recommandations aux autorités de Défense désireuses de communiquer sur un média social et évoque les règles avant toute ouverture de compte d'une unité ou d'un organisme sur les réseaux sociaux. L'EV1 Claire Sulpice explique : « Avant de créer une page

Facebook, il est important que les unités aient conscience de la nécessité qu'une équipe anime et propose régulièrement des contenus et modère les commentaires, cela demande donc du temps et de la ressource humaine. »

Les recommandations faites aux unités pourraient faire l'objet, prochainement, d'un document plus étoffé, une réflexion commune avec les organismes de communication étant en cours. Le guide, qui est principalement centré sur l'utilisation personnelle des médias sociaux, sera actualisé au gré des évolutions de ces espaces qui mutent très rapidement. ■

Nelly Moussu

Valoriser son unité sur la Toile

Vous souhaitez promouvoir l'action de votre unité sur les réseaux sociaux ? La première démarche est de joindre votre Sirpa afin d'obtenir un agrément. Ensuite, contactez la Dicod qui vous donnera quelques conseils et vous accompagnera dans cette démarche.

- EV1 Claire Sulpice: 01 44 42 51 52, claire.sulpice@dicod.defense.gouv.fr
- Sacha Aizenman: 01 44 42 51 43, sacha.aizenman@dicod.defense.gouv.fr

Courrier
International

Courrier international, no. 1164
Transversales, jeudi 21 février 2013, p. 36

CYBERGUERRE

Le tweet, nouvelle arme de propagande

Verónica Calderón

El País

(Madrid) - En août 2011, l'armée israélienne annonçait, par la voix de son porte-parole, Avi Benayahou, sa volonté d'enrôler des recrues expertes en "nouveaux médias". La raison était simple : "Les réseaux sociaux sont une arme stratégique", précisait-il. Les forces armées étaient donc à la recherche de jeunes gens ayant grandi dans cette "nouvelle culture" - les enfants du numérique. Benayahou citait en exemple le rôle joué par les réseaux sociaux dans les révolutions égyptienne et tunisienne. Il évoquait aussi le "printemps iranien" et les manifestations qui avaient suivi les élections contestées de 2009. "Un téléphone portable peut faire davantage de tort à un régime qu'une opération des services de renseignements", résumait-il lors de la présentation du projet.

Les résultats de cette nouvelle cyberstratégie militaire israélienne se sont pleinement fait sentir à la fin de l'année dernière. Après avoir tué, en novembre, le chef militaire du Hamas, Ahmed Jabari, l'une des premières choses que l'armée s'est empressée de faire a été de publier un message sur Twitter : "Éliminé". Quelques minutes plus tard, elle a ajouté le lien d'une vidéo de l'attaque. Puis elle a envoyé une mise en garde aux membres du Hamas, leur conseillant d'éviter de "se montrer" les jours suivants. Ce à quoi les milices palestiniennes, elles aussi dotées de leur compte Twitter, n'ont pas manqué de répliquer : "Vous venez d'ouvrir les portes de l'enfer."

Image romantique

Le ministère de la Défense israélien dispose déjà d'un département bien fourni qui se consacre exclusivement à la gestion des réseaux sociaux. A sa tête se trouve un jeune Belge de 26 ans, Sacha Dratwa, qui, selon le magazine américain Tablet, a réussi à faire des réseaux "un pilier fondamental de la stratégie" israélienne.

Ce qui distingue notamment le département que dirige Sacha Dratwa, c'est sa rapidité d'action. Quand la photographie d'un bébé tué par un missile israélien a commencé à circuler sur Internet, cette équipe a répliqué par l'image d'une petite fille blessée par une roquette du Hamas. En à peine une minute, le compte @AlQassamBrigade, lié au Hamas, annonçait le lancement d'une roquette ; quelques minutes plus tard, @IDFSpokesperson [porte-parole de l'armée israélienne] signalait son interception. Chaque camp a reçu des milliers de messages de soutien, qui sont ainsi venus s'ajouter à une guerre de propagande intense menée à coups de tweets. Tel est l'autre visage de ces réseaux sociaux que beaucoup, durant les "printemps arabes", avaient rêvés comme armes de la révolution.

Malgré l'image romantique qui auréolait les réseaux sociaux lors de leur irruption dans ces révoltes citoyennes, ces canaux sont aussi des vecteurs de propagande - "au même titre que tous les autres médias", estime Leila Nachawati, professeur de communication à l'université Carlos III de Madrid et collaboratrice à Global Voices Online. "On a tendance à les idéaliser et à croire qu'ils sont uniquement au service du changement et de la révolution. C'est vrai, ils peuvent transmettre les messages d'individus qui jusque-là n'avaient pas la parole, mais il n'y a pas que les sans-voix qui ont accès à ces canaux."

Leila Nachawati prend l'exemple de la Syrie, dotée d'une "armée électronique" (Syrian Electronic Army). "Ce sont des gens inféodés au régime de Bachar El-Assad, qui se chargent de pirater les pages des membres de l'opposition", explique-t-elle. L'Armée électronique syrienne a aussi attaqué des sites Internet d'Israël et d'autres pays qu'elle considère comme étant "en guerre contre le peuple syrien", pour reprendre les termes de son propre site. Les pirates du gouvernement s'en sont pris également aux sites de certains médias américains, dont ABC News (l'un des rares médias à avoir interviewé Bachar El-Assad depuis le début de la révolution),

qu'ils ont inondés de messages du type : "Je vis en Syrie, j'aime Bachar El-Assad. Arrêtez de mentir sur ce qui se passe dans mon pays."

Les réseaux sociaux n'ont pas seulement bouleversé le mode d'information et de communication de millions de gens, ils ont aussi changé la façon dont les gouvernements transmettent leurs messages à leurs citoyens. "L'utilisation d'Internet - et, plus précisément, des réseaux sociaux - a modifié irrémédiablement les habitudes d'information de millions d'individus", explique Andrew Schrage, le patron de Moneycrashers.com, un site de conseils financiers qui se sert énormément des réseaux. "Aujourd'hui, beaucoup de gens ont davantage confiance en quelqu'un qui, sous son nom ou sous l'intitulé de sa fonction, envoie un message que dans les médias dits 'traditionnels'." A l'en croire, les investisseurs préfèrent ainsi recevoir les messages officiels via les comptes gouvernementaux des réseaux sociaux. "Cela donne au citoyen l'impression d'une plus grande transparence" des institutions publiques. Pourtant, une présence active sur les réseaux n'est pas la garantie d'une meilleure transparence. Andrew Schrage prend ainsi l'exemple de la Chine, dont le gouvernement possède une équipe tentaculaire, estimée à 2 millions de personnes, chargée expressément de pister les contenus sur Internet. L'essentiel de leur tâche consiste à surveiller Weibo, l'équivalent chinois de Twitter, avec pour objectif affiché d'"améliorer l'opinion publique en ligne" et de 'purifier' les fameux 'trending topics' [sujets en vogue]." En d'autres termes, le gouvernement chinois exerce un contrôle implacable sur tout ce qui se dit du pays, surtout sur les réseaux sociaux nationaux, mais également à l'étranger.

Transparence

Malgré tout, Andrew Schrage estime que la diffusion "équilibrée" que permettent les réseaux sociaux et Internet présente plus d'avantages que d'inconvénients. "Alors que les réseaux sociaux sont connus pour dénoncer, souvent sans nuances, les injustices commises partout dans le monde, les gouvernements, y compris le nôtre [aux Etats-Unis], peuvent s'en servir pour diffuser des données et des informations qui coupent court aux rumeurs", explique-t-il. Il cite en exemple le projet Open Government [Gouvernement transparent], lancé par le président Obama, qui a pour objectif de diffuser le plus d'informations officielles possible le plus rapidement. Les Etats-Unis, qui possèdent déjà l'une des législations les plus complètes en matière de droit d'accès à l'information, feraient ainsi un pas de plus vers la transparence des données publiques.

"On ne peut pas partir du principe que la transparence totale doit s'accompagner de l'anonymat", estime de son côté Farhad Manjoo, journaliste du site américain Slate et l'un des spécialistes du fonctionnement des réseaux sociaux. Certains mouvements l'inquiètent particulièrement, comme celui des Anonymous, un collectif qui se livre à des piratages, sous pseudonyme, pour collecter et diffuser de l'information sous prétexte de court-circuiter les pouvoirs politiques et économiques officiels. "Il est urgent que les gouvernements comprennent que les réseaux sociaux sont là pour durer" et qu'il leur faut donc mettre en œuvre une stratégie d'ouverture croissante pour l'accès des citoyens à l'information.

D'après lui, il est toutefois important de respecter certaines règles, comme identifier clairement la source d'une information afin de la rendre plus fiable. La propagande est souvent camouflée, et Internet a de nombreux visages. "Vous ne pouvez pas faire confiance à un profil anonyme de la même façon qu'à une institution. Et Internet n'y change rien."

© 2013 *Courrier international*. Tous droits réservés



Communication et information

UNESCO » Communication et information » Ressources » Actualités et dossiers



28.09.2011 — UNESCO

L'UNESCO fait avancer le débat sur les réseaux sociaux et la démocratie, cette semaine au 6^e FGI à Nairobi



Jānis Kārklīš, Sous-directeur général de l'UNESCO pour la communication et l'information — © UNESCO

« Les médias sociaux sont des catalyseurs de la participation démocratique et civique dans beaucoup de régions du monde, y compris l'Afrique », ont expliqué les participants à l'atelier de l'UNESCO sur « La libre circulation de l'information et les réseaux sociaux : un rôle pour la démocratie et la participation sociale », organisé le 27 septembre 2011 dans le cadre du sixième Forum sur la gouvernance de l'Internet (FGI) à Nairobi (Kenya).

Présidé par Jānis Kārklīš, sous-directeur général de l'UNESCO pour la communication et l'information, l'atelier réunissait six intervenants d'Afrique, d'Asie, du monde arabe, des États-Unis et d'Europe, représentant des gouvernements, le secteur privé et la société civile. Plus de 80 participants ont activement pris part aux débats, qui étaient également suivis à distance en webdiffusion par des participants de la région Asie-Pacifique.

En référence aux mouvements sociaux que connaît depuis quelques mois l'Afrique du Nord, les intervenants ont observé que les réseaux sociaux, tels que Facebook, Twitter et Youtube, sont largement utilisés dans beaucoup de régions du monde, y compris l'Afrique, non seulement pour les communications personnelles mais aussi pour porter sur la scène publique des questions politiques, critiques ou taboues, qui ne sont pas toujours traitées dans les médias traditionnels. L'intervenante kényenne Grace Githaiga a expliqué qu'au Kenya, où l'on estime le nombre d'internautes à 8,69 millions, 99 pour cent du trafic Internet passe par les opérateurs de téléphonie mobile et les téléphones portables sont utilisés non seulement pour les communications vocales et l'envoi de SMS, mais également pour la création, le stockage et la transmission de contenu multimédia.

Tout en reconnaissant l'importance des réseaux sociaux pour développer la liberté d'expression et la participation démocratique, les intervenants et les participants ont exprimé leurs inquiétudes concernant les risques et les problèmes que suscite leur utilisation, notamment sur les questions suivantes : l'éthique et la qualité du contenu généré par l'utilisateur, la sécurité et la protection de la vie privée des citoyens, le défaut de protection des enfants, l'opacité entourant la collecte et le traitement des données personnelles, le filtrage et la surveillance des gouvernements, etc. Sur ce point, la représentante du Conseil de l'Europe a présenté un projet de recommandation portant sur des mesures à prendre pour protéger et promouvoir la liberté d'expression et

le droit à la vie privée dans le cadre des services de réseaux sociaux. Les participants ont également débattu autour de la question de savoir si les gouvernements avaient le droit de couper l'accès aux réseaux sociaux pendant les émeutes et comment mettre en place une réglementation de l'Internet.

Les débats sont loin d'être clos. Les participants ont convenu qu'il fallait continuer à explorer les questions complexes sur les politiques et la réglementation de l'Internet. Ils ont également insisté sur le fait qu'il fallait faire davantage d'efforts pour renforcer la participation démocratique via les réseaux sociaux, dans un cadre juridique et réglementaire exhaustif.

Jānis Kārklīš a saisi l'occasion pour donner à tous les participants rendez-vous pour les ateliers qu'organisera l'UNESCO sur le sujet au prochain FGI, en 2012. Il a conclu l'atelier en réaffirmant l'engagement de l'UNESCO en faveur de la promotion de la liberté d'expression et de la protection de la vie privée sur Internet, ainsi que son engagement pour soutenir la création de contenu local et les initiatives éducatives.