



# #SOLIDARITÉ

TROUVER UN REFUGE, LOCALISER SES PROCHES, FAIRE CIRCULER  
L'INFORMATION... LES RÉSEAUX SOCIAUX ONT JOUÉ UN RÔLE SANS  
PRÉCÉDENT DANS CETTE NUIT TRAGIQUE DU 13 NOVEMBRE.  
RÉCIT D'UNE RÉVOLUTION.

PAR HÉLÈNE GUINHUT

# RÉSEAUX SOCIAUX

« Très nombreux coups de feu au Bataclan. Et ça continue à tirer », « Je suis encore au Bataclan. Premier étage. Blessée grave ! Qu'ils donnent au plus vite l'assaut. Il y a des survivants à l'intérieur. Ils abattent tout le monde un par un. Premier étage, vite ! » Vendredi soir, ces premiers messages, postés par des anonymes sur Twitter, annoncent l'horreur. Par d'effroyables bribes de 140 signes, les Français apprennent le carnage qui se déroule à Paris et à Saint-Denis. Un scénario abominable confirmé quelques minutes plus tard par des voix officielles. Très vite, les premiers hashtags #PrayForParis et #ParisAttack se répandent. « Nous avons assisté à une présence très rapide et très forte des Américains, informés plus tôt en raison du décalage horaire. Alors que François Hollande ne s'était pas encore exprimé, Barack Obama, un des hommes les plus suivis sur Twitter, a pris la parole, explique Gaël Villeneuve, chercheur au CNRS. Le hashtag, #PrayForParis, apparu pour la première fois sur le compte d'une jeune Française, a été largement repris par la twittosphère américaine avant d'être débattu par les Français qui défendaient leur attachement à la laïcité. » Ceux qui se trouvent en sécurité rassurent leurs proches, et les réseaux sociaux activent une vraie communication de crise. Facebook met en place son application « Safety Check », lancée par Mark Zuckerberg lors du tremblement de terre au Népal au mois d'avril. En un clic, 5,4 millions de personnes se signalent saines et sauvées. Snapchat, prisé par les ados, géolocalise les Parisiens qui prennent des photos et les informe des attaques en leur recommandant de se mettre à l'abri.

L'information se propage avec une réactivité exceptionnelle, mais c'est l'élan de solidarité apparu presque aussitôt qui marquera cette funeste soirée du 13 novembre. Alors que les tirs résonnent encore dans la capitale, le hashtag #PorteOuverte, accompagné de messages dans lesquels des Parisiens proposent à des inconnus de se réfugier chez eux, émerge dans la twittosphère. « J'étais tétanisé devant mon écran, plongé dans la stupeur, comme en janvier, explique le journaliste Sylvain Lapoix, à l'origine du hashtag. Je suis resté jusqu'à 4 heures du matin entre Twitter, Facebook et mon portable à m'informer et à vérifier que mes proches étaient sains et saufs. J'ai juste eu la présence d'esprit d'envoyer quelques conseils sur l'usage des réseaux. » En quelques heures, plus d'un million de tweets relayant son appel ont été partagés. « J'ai vu énormément de messages, souvent plus d'offres que de demandes d'aide, mais aussi des personnes qui remerciaient d'allumer ce phare d'espoir dans une nuit d'horreur et de peur », confie Sylvain Lapoix. La solidarité permet aussi de retrouver des proches présents dans un des six lieux touchés par les tirs. Une photo, un nom, parfois une courte description accompagnent un mot clé : #RechercheParis. Un espoir relayé par des milliers d'inconnus qui se solde tantôt par des nouvelles rassurantes tantôt par l'annonce tant redoutée. « Le mouvement de solidarité a été impressionnant, reconnaît Romain Badouard, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication. Les réseaux sociaux permettent de partager nos émotions avec nos proches. Ce qui crée un sentiment d'appartenance à une commu-

nauté. Après les attentats, ce phénomène a été encore plus fort parce que les victimes faisaient partie de cette population connectée, jeune et citadine. Les gens ont pris conscience qu'ils appartenaient à une communauté et cela leur a donné envie de passer à l'action, de s'engager. » Branchés sur leurs Smartphone, les Parisiens ont aussi vu l'appel pour donner leur sang. Et c'est téléphone à la main qu'ils attendent parfois plusieurs heures devant les centres de dons.

Comme si les réseaux sociaux vivaient le deuil en accéléré, le recueillement puis l'espoir succèdent rapidement à la peur. Le hashtag #NousSommesUnis, lancé par l'association Coexister, devient un cri de ralliement virtuel. « Le fait que ce hashtag ait été repris par différents mouvements et institutions montre que c'est un message qui rallie et dans lequel les gens se reconnaissent, explique Emmanuel Michel, délégué général de Coexister. Le piège que nous tendent les terroristes, c'est la division. Nous voulons créer une unité qui renforce notre pays et nous permette de faire quelque chose. » Cette vie ensemble, c'est en terrasse qu'elle s'est donné rendez-vous. Dès lundi soir, les opérations #TousAuBistrot et #TousEnTerrasse (lire « Génération bistrot », p. 32) ont appelé les gens à résister autour d'un verre. À mesure que les jours passent, l'engagement sur les réseaux sociaux se transforme mais reste d'une vigueur inédite. « Ce n'est pas un buzz, précise Romain Badouard, c'est beaucoup plus profond. Ceux qui relaient ces mots d'ordre veulent faire partie de cet élan. Ce qui caractérise les réseaux sociaux, c'est une forme d'engagement très ponctuel et distancé, où on soutient mais où on abandonne une cause en un clic. Là, c'est différent. Les mouvements de solidarité ont entremêlé le Web et la rue. Les internautes ont donné leur adresse, ils donnent leur sang, c'est bien plus qu'une simple mobilisation digitale. »

“  
LES INTERNAUTES  
ONT DONNÉ LEUR  
ADRESSE, ILS  
DONNENT  
LEUR SANG, C'EST  
BIEN PLUS  
QU'UNE SIMPLE  
MOBILISATION  
DIGITALE.  
”

ROMAIN BADOUARD  
MAÎTRE DE CONFÉRENCES

vérifiées, ils se sont abonnés en masse aux comptes institutionnels comme celui de la police nationale, du ministère de l'Intérieur ou de la préfecture de police. En trois jours, le compte Twitter de la Ville de Paris a gagné quelque 110 000 followers. Alors que les internautes se sont indignés suite à la circulation de photos violentes ou de messages de propagande djihadiste, Facebook dit avoir agi avec fermeté. « Lutter contre ces phénomènes est notre priorité absolue, assure Michelle Gilbert, responsable de la communication chez Facebook France. Dès qu'un contenu inapproprié est signalé par les internautes ou par les autorités, une de nos équipes fait en sorte qu'il soit inaccessible le plus rapidement possible. » Déjà confronté à ces difficultés lors des attentats de janvier, le réseau social note une différence majeure. « Après "Charlie", le discours était beaucoup plus virulent, dit Michelle Gilbert. Cette fois, nous assistons à une mobilisation incroyable, les réactions sont beaucoup plus solidaires. » Le défi, désormais, sera de faire vivre cette solidarité au-delà de l'émotion du moment. ■