

# QUEL POUVOIR POUR L'INTERNAUTE ENGAGÉ ET BAVARD ?

LE 28 OCTOBRE 2009 DAMIEN VAN ACHTER

Chronique diffusée ce mercredi dans **Matin Première** (RTBF) : [Audio clip: view full post to listen] Selon les termes d'une récente étude menée par des chercheurs de l'université de l'Ohio, « Les personnes ayant des opinions fortes ont plus tendance que celles plus modérées à s'exprimer sur les réseaux sociaux. Ce qui leur donne l'impression d'être en majorité [...]



Chronique diffusée ce mercredi dans **Matin Première** (RTBF) :

Clip audio : Le lecteur Adobe Flash (version 9 ou plus) est nécessaire pour la lecture de ce clip audio. Téléchargez la dernière version **ici**. Vous devez aussi avoir JavaScript activé dans votre navigateur.

Selon les termes d'une récente étude menée par des chercheurs de **l'université de l'Ohio**, « Les personnes ayant des opinions fortes ont plus tendance que celles plus modérées à s'exprimer sur les réseaux sociaux. Ce qui leur donne l'impression d'être en majorité et que leurs avis sont plus partagés qu'ils ne le sont en réalité » (...) »Plus ces personnes s'expriment en public, plus elles ont l'impression qu'elles sont nombreuses et représentatives de l'opinion de la majorité » (...) « C'est un cercle qui se nourrit lui-même » . Et la chercheuse Kimberly Rios Morrison de conclure, comme **le titre très justement l'Atelier.fr**: « L'internaute engagé et bavard ne fait pas forcément le leader d'opinion » .

## Et pourtant, quand les internautes s'en mêlent ...

Trois exemples dans l'actualité récente ont toutefois démontré que la mobilisation d'une partie des internautes, précisément celle la plus active sur les réseaux sociaux comme Twitter et Facebook, pouvait en l'espace de quelques heures mettre sur la sellette une personnalité politique (1), une société « Entreprise de l'année 2009 » (2) ou encore un commerçant indépendant (3). A tort ou raison ? Bien malin (et surtout très présomptueux) celui qui se permettrait de répondre à cette question. Mais les faits sont-là et les conséquences en terme d'image de marque pour les entités ciblées par cette forme d'activisme éphémère, concentré et souvent non dénué d'humour, peuvent être importantes. Leur « karma » (càd leur réputation en ligne via notamment les références dans les moteurs de recherche) peut en être durablement affecté ... et donc leur business aussi.

La tentation est alors bien sûr grande de sortir l'artillerie lourde et d'envoyer la cavallerie aux troupes de ces empêcheurs de tourner en rond. **Certaines sociétés** se sont d'ailleurs fait une spécialité de « nettoyer » voire de faire disparaître les articles gênants, lettres d'avocats à l'appui. Les cas se multiplient et à défaut de prouver leur légitimité, ces menaces de poursuites en diffamation suffisent généralement à pousser l'internaute à mettre

« off line » ses propos, voire à les amputer des termes les plus litigieux. La liberté d'expression n'est pourtant pas l'apanage des Pulitzer et les juges placent généralement cette notion au-dessus des intérêts particuliers, **fussent-ils ceux de multinationales**.

De quoi faire changer les rapports de force ? A voir ... Ceci dit, rien n'empêchera jamais une entreprise de dépenser son argent à criminaliser ses clients mécontents plutôt qu'à les écouter ...

Ressources:

(1) **Le web, moteur de l'affaire Jean Sarkozy** (Slate.fr)

(2) **Election de Proximedia: réactions vives ou diffamation ?** (Belgo IT)

(3) **Retour de flamme pour un bijoutier belge qui voulait censurer Twitter** (Blogging The News)

Crédit photo: **PASIONARIA**, by bruxella

» **Article initialement publié sur Blogging The News**

**HICKSSHANA**

le 23 mars 2010 - 9:31 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Some specialists state that loans help a lot of people to live their own way, because they are able to feel free to buy needed things. Furthermore, different banks give student loan for young and old people.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE