

GOOGLE, TWITTER ET HAÏTI

LE 20 JANVIER 2010 OLIVIER ERTZSCHEID

Lorsqu'il s'agit [...] de communication de crise dans un contexte humanitaire, et tout particulièrement depuis l'avènement de Twitter, le traitement de ces nouveaux outils de communication en temps réel est largement salué et plébiscité, quand il ne vire pas franchement au panégyrique ...

TITRE ORIGINAL : SECOUSSES SYNTAXIQUES ET TREMBLEMENTS MOTORISÉS : GOOGLE, TWITTER ET HAÏTI.

Dans le domaine de la communication de crise, on peut aisément distinguer deux catégories d'analyses : lorsqu'il s'agit d'une entreprise – devant faire face ou mettre en place une communication de crise – la littérature sur le sujet pointe surtout les “dangers” des nouveaux médias en terme de vitesse de propagation des rumeurs et l'importance – pour l'entreprise – de réagir en temps réel, et en utilisant les mêmes canaux d'information/désinformation, soit les sites de micro-blogging, de réseaux sociaux, etc ...

Lorsqu'il s'agit en revanche de communication de crise dans un contexte humanitaire, et tout particulièrement depuis l'avènement de Twitter, le traitement de ces nouveaux outils de communication en temps réel est largement salué et plébiscité, quand il ne vire pas franchement au panégyrique.

De fait, l'instantanéité de la transmission, la faculté de tisser des réseaux transcontinentaux temporaires mais exceptionnellement denses, la capacité d'entonnoir financier de ces services capables de drainer des fonds plus naturellement que ne le ferait n'importe quelle ONG, de fait cet ensemble de propriétés des sites communautaires contributifs ou simplement participatifs est une opportunité remarquable dans un contexte de catastrophe naturelle.

Le drame qui touche Haïti nous en offre quelques exemples.

CHAPITRE PREMIER : TREMBLEMENTS MOTORISÉS

Google et Haïti : tremblements motorisés. Le premier exemple est celui de la société Google qui met en place un site dédié :

<http://www.google.com/intl/fr/relief/haitiearthquake/>, site dédié accessible grâce à un lien présent sur la page d'accueil du moteur, dont la légendaire sobriété n'est que très exceptionnellement dérangée. Les stratégies d'aide de Google se déclinent en trois points :

l'aide aux dons : grâce à la mise en place d'un paiement simple et direct à destination de deux ONG, paiement utilisant la solution Google Checkout. Naturellement c'est également l'occasion pour Google d'élargir son portefeuille de clients “Google Checkout” (lequel service nécessite authentification préalable), mais difficile en l'occurrence de le lui reprocher ...

la cartographie dynamique : les cartes de Google Earth ont été mises à jour dès après le séisme, et se déclinent avec la possibilité d'un mode d'affichage “avant / après” qui fait frissonner et permet de toucher du doigt la “réalité” du bouleversement résultant du séisme. Et puis il y a le widget “Person Finder”, aisément téléportable sur n'importe quel site, et qui permet de nourrir en temps réel une **base de donnée publique des personnes disparues ou recherchées**. Un Widget qui fonctionne avec deux entrées : “I'm looking for someone” ou “I have information about someone”.

L'offre est là. Demande. Au-delà des offres de téléphonie gratuites pour Haïti, proposées par **Google Voice** comme par un très grand nombre d'autres opérateurs (**SFR**, mais **aussi les autres**), au-delà des **dons pas SMS** proposés là encore par la quasi-unanimité des opérateurs télécom en partenariat avec nombre d'associations caritatives, au-delà des donations des entreprises elles-mêmes (Google donnera 1 million de dollars), c'est la mise en place de ce widget “Person Finder” qui me semble peut-être la plus “signifiante”, la plus caractéristique.

Du panoptique au pancatalogue. En pareil cas de mobilisation planétaire, qu'elle soit liée à des actes de terrorisme ou à des catastrophes naturelles, les médias (anciens ou

modernes) se sont fait une spécialité de l'organisation de panoptiques 24h/24h, panoptiques dans lesquels défilent – parfois jusqu'à la nausée – les mêmes images, les mêmes vidéos amateur, les mêmes montages. Les “nouveaux” médias, dont Google, ne sont naturellement pas exempts de cet habitus. Mais là où les médias “traditionnels” n'ont, pour sortir de leur propre panoptique, que les ressources de l'infographie et du commentaire journalistique (ressources rapidement épuisées), Google (et d'autres, mais Google surtout ...) a la possibilité de cartographier en temps réel, a la possibilité de construire ce pan-catalogue des victimes, si nécessaire même s'il ne concerne “que” ceux qui sont “étrangers” à la territorialité de ce séisme et le regardent de loin en y cherchant un proche, un ami, un membre de leur famille.

Clair-obscur technologique. Clair obscur ou plus exactement mise en abyme. D'un côté la coupure télécommunicationnelle. Plus rien ne fonctionne à Haïti. Ni internet, ni téléphone, ni radio, ni télévision. Le black-out. De l'autre, la surenchère télécommunicationnelle : SMS qui explosent (pour la bonne cause ...), espaces de téléphonie “vers haïti” bradés et offerts (pour la bonne cause encore), mobilisation technologique exceptionnelle de l'ensemble des acteurs et industries technologiques. Là-bas soudain plus de télévision. Mais là-bas, presque tout de suite toutes les télévisions d'ici. La technologie, l'industrie médiatique au secours d'elle-même. Ou peut-être aussi au chevet d'elle-même.

De la réponse à l'échelle à la réponse à la carte. En pareil cas de catastrophe, seul des états avaient capacité à fournir des réponses “à l'échelle”. A l'échelle par la mobilisation des moyens humains (civils et militaires) et financiers directement mobilisables. Cette proportionnalité reste naturellement valable à la différence près qu'aujourd'hui et notamment grâce à l'un de leurs principaux hérauts (les moteurs de recherche), à la différence près qu'aujourd'hui les industries lourdes de la technologie (télécommunications au sens large) ont elles aussi la capacité de fournir une réponse à l'échelle. Mais – et la nuance me semble de taille – elles peuvent surtout fournir une réponse “à la carte”. A l'évocation de la difficulté des secours pour localiser les victimes, sous les décombres ou bien dans l'état de chaos qui suivit la catastrophe, on songe naturellement aux immenses potentialités de la géolocalisation systématisée. Et l'on s'efforce tout aussitôt de penser à l'immensité de ses dangers au regard des libertés publiques.

CHAPITRE SECOND : SECOURS SYNTAXIQUES.

Twitter et Haïti : secousses syntaxiques. Vétéran du cataclysme participatif, le site Twitter n'est naturellement pas en reste pour ce qui est de la situation en Haïti, même si les médias traditionnels semblent – je dis bien “semblent”, je n'ai toujours pas la télé – semblent donc y faire moins systématiquement référence (en même temps c'est vrai que CNN est sur place et ... **twitte en direct**). J'ai déjà eu l'occasion de **m'exprimer assez longuement sur l'intérêt et les spécificités de Twitter**, dont l'une des clé de voûte est sa cohorte de **Hashtags** et la syntaxe afférente. Car en pareille situation de crise, on touche du doigt la double limite imposée à la fois par la brièveté des messages (140 caractères max.) et le caractère profondément hétérogène (et hétérarchique ...) desdits hashtags. Si l'on veut pouvoir aller “ensemble” à l'essentiel, c'est à dire en l'occurrence porter assistance de manière coordonnée, est-il possible de se reposer entièrement sur une hypothétique sagesse des foules concernant la mise en oeuvre de Hashtags dédiés ? Certains semblent penser que non. D'où l'initiative du **projet EPIC** (derrière lequel on trouve deux universités et la NSF), de lancer et de propager une syntaxe spécifique à la catastrophe en Haïti. Cette syntaxe comporte trois catégories de tags :

“primaires” : #need #offering or #have #imok <reporting I AM OKAY> #ruok <asking ARE YOU OKAY ?>

ces deux derniers étant respectivement traduits en français par #chuiok et #teok

“secondaires” : #food #water #fuel #medical of #med #volunteers... can shorten to #vols

“de données” : #name [name] #loc [location] #num [amount or capacity] #contact [email, phone, link, other] #photo [link to photo] #source [source of info]

Signalons enfin **qu'un Wiki permet d'enrichir la base de (hash)tags.**

Ou comment le fait de tenter de porter secours de manière coordonnée repose la question fondamentale de l'indexation libre ou contrôlée (coordonnée). Sans pousser trop avant la métaphore on remarquera cependant que face à des logiques d'effondrement, l'indexation se réaffirme comme marqueur, comme signal, à la fois comme vestige et comme balise topologique.

Facebook et Haïti : Un grand absent ?

Après Google et Twitter, sites différemment emblématiques, après Wikipédia (dont **la page dédiée** s'enrichit considérablement sur le modèle établi du palimpseste), le grand absent du paysage reste Facebook dont la page d'accueil reste désespérément sans signe de solidarité apparente. De fait, et mis à part quelques publicités sponsorisées, très peu de

signes de mobilisation apparente. Faut-il y voir l'illustration du modèle "fermé" que véhicule Facebook, diamétralement opposé aux logiques ouvertes de Twitter, Wikipédia ou – dans une moindre mesure – Google ?

A lire aussi sur le même sujet :

Le monde des technologies se mobilise pour Haïti (ReadWriteWeb France)
Haïti : le 1er grand événement humanitaire 2.0 (B-R-ent)

» Article initialement publié sur Affordance

ULLY

le 10 février 2010 - 20:23 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bonjour,

Je vous invite à lire dans la foulée les deux articles parus dans la plateforme de blogs Solidaires du Monde, s'interrogeant sur l'utilisation des médias sociaux dans ce type d'évènements. Le premier concerne la réaction sur Twitter de l'engouement haïtien et le second traitant les résultats d'une recherche avec le tag "Haïti" sur Facebook:

<http://regardsurleweb.solidairesdumonde.org/archive/2010/01/15/les-temoignages-depuis-haiti-via-twitter.html>

<http://regardsurleweb.solidairesdumonde.org/archive/2010/01/18/les-facebookiens-haitiens-de-coeur.html>

Bonne lecture,

M-A

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CATALINAMCCALL

le 27 mai 2010 - 10:15 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Buildings are not cheap and not every person is able to buy it. Nevertheless, loans are created to support different people in such kind of cases.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

1 ping

Les tweets qui mentionnent Google, Twitter et Haïti | Owni.fr -- Topsy.com le 20 janvier 2010 - 16:25

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par damien douani, Eve Catherine. Eve Catherine a dit: Google, Twitter et Haïti <http://bit.ly/5LLkFX> via @AddToAny [...]