

Après avoir Liké, les gilets jaunes ont-ils voté ?

Le mouvement des Gilets Jaunes continue de (me) fasciner. Tant d'ailleurs sur le plan humain du voisinage que sur celui plus universitaire de l'analyse des interactions en ligne et du rôle de Facebook.

Rappel de mes articles précédents :

- 19 Novembre : "Les gilets jaunes et la plateforme bleue."
- 30 Novembre : "Gilets Jaunes : de l'algorithme des pauvres gens à l'internet des familles modestes."

En plus des "grands" groupes déjà créés et visible sur Facebook (La France en colère, Fly Rider notamment) qui cumulent déjà des communautés de près de 200 000 personnes, un nouveau groupe est né récemment et intitulé programmatically :

"Combien sommes-nous de gilets jaunes?" (et titré : "Compteur officiel de gilets jaunes")

Se compter. Connaître l'état des forces et des copains mobilisés. Se compter pour savoir sur qui on pourra compter. Réflexe aussi vieux que les luttes sociales le sont.



Et comme à chaque comptage, et même sur Facebook, des chiffres qui parfois diffèrent entre ceux de la police et ceux des organisateurs. Le bandeau du groupe affiche ici plus de 2,5 millions de "gilets jaunes" mais le compteur des membres du groupe est - et c'est déjà considérable - de plus d'1,7 millions (gardez bien ces chiffres en tête, je vous en reparle plus bas, vous allez voir c'est éditifiant -):

Mis à part certaines stars (du foot notamment) qui peuvent cumuler plusieurs dizaines ou centaines de millions de "fans" sur leur "page", il est vraiment très rare qu'un "groupe" parvienne à plus d'un million et demi de membres en quelques jours.

Parmi les rares groupes à frôler le million, on citera le groupe "Wanted", communauté d'entraide et de conseils qui compte 800 000 membres, et qui est l'une des plus grosses communautés Facebook en France.

La briqde de base du graphe c'est moi. Enfin vous. Enfin nous quoi. Chacun de nos profils. Et le graphe de ces 2,2 milliards de profils.

L'adhésion à un groupe est différente de celle à une page Fan. Les pages de certaines célébrités, notamment dans le monde du Football, cumulent à plusieurs centaines de millions d'abonnés.

La "virilité" au sein de Facebook suit des chemins relativement différents selon qu'elle concerne un individu, une cause, une page, un groupe, etc. Même si le premier point commun de ces logiques virales reste leur capacité à jouer sur le registre émotionnel de l'indignation et de la colère qui sont les deux sentiments qui se propagent le mieux "naturellement".

Mais souvenez-vous que la dimension du "défi" si elle est bien orchestrée est également capable de produire de spectaculaires incendies viraux. Ainsi en 2013 je vous en racontais comment le défi consistant à récolter un million de Likes avait permis à trois petites têtes blondes de convaincre leurs parents récalcitrants d'acheter un chien, à un monsieur de convaincre sa femme d'avoir un enfant et à un ado de demander à sa copine d'avoir une relation sexuelle.

Mais revenons aux Gilets Jaunes. Et aux groupes.

Pour bien comprendre comment fonctionnent les effets d'audience et d'engagement sur Facebook il faut piger les trucs suivants. Facebook est un graphe géant. Avec différents niveaux. Et avec à chacun de ces niveaux différents "attracteurs".

Chacun d'entre nous est en relation avec ce que l'on appelle des liens "forts" et des liens "faibles". Les liens "forts" ce sont nos "vrais" amis / famille, les gens avec qui l'on interagit le plus souvent. Et les liens "faibles" sont "les amis de nos amis", c'est à dire les cercles relationnels plus distants, mais dont la force et la capacité de prescription est également très efficace en cela qu'ils permettent d'avoir accès à d'autres cercles, d'autres réseaux. C'est la théorie de la force des liens faibles développée par Mark Granovetter en 1973 et dont Facebook est l'incarnation absolument parfaite.

Facebook dispose du graphe complet des liens forts et des liens faibles de chacun des 2,2 milliards de nos profils. C'est déjà fascinant (et angoissant) mais ce n'est que la partie émergée de l'iceberg.

A un autre niveau du graphe on trouve les différentes "interactions" dont le célèbres "Like". Et là encore, pour chacun d'entre nous, et au prisme de chacun de nos liens faibles ou forts, Facebook dispose de l'ensemble des gens qui ont statistiquement beaucoup plus de liens forts ou de liens faibles que les autres, et qui sont donc, pour le dire très vite, plus "influent" ou qui sont des "aiguilleurs de virilité" beaucoup plus efficaces ; et puis il y a, dans ce monde, les pages et les groupes. Dont le Compteur officiel de gilets jaunes ("Combien sommes-nous de gilets jaunes ?").

Le premier truc qui frappe avec ce groupe, c'est sa fonction de "révélateur". Sans avoir besoin de s'y inscrire, on "voit" combien de nos amis en sont déjà membres. Faites le test. Et il n'est pas impossible que vous ayez certaines surprises dans vos liens forts ou faibles :-)

Le deuxième truc important c'est qu'il s'agisse d'un groupe (il faut s'y inscrire) et non d'une page (à laquelle on peut s'abonner ou que l'on peut "liker"). Un groupe, on y "entre". Et une fois qu'on y est entré, l'algorithme de Facebook va faire le reste. Et comme le rappelait l'Excellent Vincent Glad :

"Le mouvement a été sans conteste aidé par le nouvel algorithme Facebook qui survérifie les contenus de groupes au détriment des contenus postés par des pages (et donc par les médias). Après quelques likes sur un groupe, on se retrouve submergé du contenu de ce groupe dans son fil d'actualités. Le nouvel algo a précipité les gilets jaunes dans une « bulle de filtres » où ils ne voient presque plus que du contenu jaune."

Mais au fait, Facebook sait-il compter ?

En rédigant cet article j'échangeais sur Twitter avec Elsa Trujillo, qui vient de publier un article consacré aux groupes les plus actifs sur Facebook. Et nous n'avions pas du tout les mêmes chiffres pour le Compteur de gilets jaunes. De son côté elle avait l'information reprise sur le bandeau (2,7 millions) et moi j'avais (en cliquant sur le lien "à propos" dudit groupe) "seulement" 1,7 millions.

Donc nous en étions à WTF quand soudain j'ai compris. Quand on ne fait pas partie du groupe la partie "à propos" affiche 1,7 millions de membres. Et quand on le rejoint, la même partie "à propos" rajoute un million au compteur. La preuve avec les copies d'écran ci-dessous.



Assez ahurissant non ? C'est pas la 1ère fois que Facebook bidouille les chiffres ceci dit, mais là ... M'enfin, c'est le risque quand on est l'organisateur et en même temps la police :-)

Dans tous les cas la "croissance" en une semaine reste ahurissante, mais s'il fallait une énième preuve de la difficulté d'extrapoler à partir de chiffres uniquement fournis par la plateforme ...

Et maintenant parlons un peu politique.

aujourd'hui de la manipulation de l'opinion orchestrée par Cambridge Analytica et du rôle que cela a joué (dans l'élection de Trump et dans le vote pour le Brexit donc).

Les Décodeurs du Monde ont repris les listes de revendications "officielles" des Gilets Jaunes et les ont complété par les mots d'ordre revenant régulièrement sur les réseaux sociaux ou dans les mails pour obtenir une liste d'une cinquantaine de revendications, et les ont placées sur l'échiquier politique "de Mélenchon à Le Pen". Vous pouvez vous-même voter "oui" ou "non" pour chacune des propositions et comparer cela avec la position des leaders des principaux partis politiques lors de la dernière campagne présidentielle. Bref c'est rigolo et assez instructif.

Naturellement, énormément de ces propositions sont apparues, dans Facebook, sous la forme de simples posts isolés et ont généré parfois des centaines de commentaires. Certaines ont aussi fait l'objet de points particuliers lors des différents Facebook Live de Fly Rider, ou d'Eric Drouot et de Priscilla Ludowsky qui sont les principaux "attracteurs" du mouvement sur Facebook depuis leurs comptes et pages respectives.

Pour Facebook il est donc très facile de très précisément savoir, à l'échelle de chaque profil individuel, qui a liké, commenté, approuvé ou désapprouvé tout ou partie des revendications, et de le faire revendication par revendication, profil par profil, avec un niveau de granularité très fin. Non seulement c'est très facile mais en plus c'est la base de son modèle économique, de son architecture technique, et de ses récents et récurrents ennuis ...

Ces informations, Facebook est en capacité de les "vendre", à tel ou tel parti politique dans le cadre de n'importe quelle élection. Pour être précis - c'est important - il ne "vendra" pas "le nom de l'entité qui a liké telle ou telle proposition" mais il permettra à tel annonceur agissant pour tel parti politique ou tel lobby, d'afficher la bonne publicité ou le bon argument au bon moment sur le bon profil pour le convaincre que son candidat soutient cette idée. Bref très exactement ce qui s'est produit dans le cadre du scandale Cambridge Analytica (avec toute les histoires de "dark posts" et autres "shadow profiles") et qui, sachons-le, va continuer de se produire puisque la seule décision de la plateforme après ledit scandale fut de promettre davantage de transparence.

#OhWait.

On a donc, une nouvelle fois un assez gros problème qui se profile à l'horizon pour autant que l'on soit attaché à une version républicaine de la démocratie. Parce que quelle que soit l'issue du mouvement des Gilets Jaunes et indépendamment de sa temporalité propre, il est absolument évident que les prochaines élections en France vont se jouer sur la cinquantaine de thèmes qui sont présentés ici. En commençant par ceux liés au pouvoir d'achat.

Quelle que soit l'issue du mouvement, la base de donnée "opinion" qui restera aux mains de Facebook est une bombe démocratique à retardement ... Et nous n'avons à ce jour absolument aucune garantie qu'elle ne soit pas vendue à la découpe au(x) plus offrant(s).

Pour autant que l'hypothèse sociologique ramenant l'essentiel du mouvement des gilets jaunes aux classes populaires et aux professions intermédiaires soit valide (et je pense qu'elle l'est comme expliqué entre autres par ici), la suite est parfaitement connue, elle est même déjà écrite.

Le discrédit actuel des partis politiques "non radicaux" étant ce qu'il est, l'espoir de ne pas voir la France basculer sous présidence FN ne repose plus que sur le nombre de faux pas ou d'erreurs de communication que feront les leaders de ce parti fasciste et sur le charisme d'hubris de leurs potentiels alliés. La seule alternative possible étant aujourd'hui à chercher du côté de la France Insoumise, à la seule condition que son leader charismatique parvienne à redescendre un peu sur terre.

Dans mon dernier article sur le sujet je conclus en soulignant la forme "d'émancipation paradoxale" que produisait Facebook en permettant aux Gilets Jaunes d'accéder à un espace, discursif, médiatique, organisationnel et situationnel dont ces gens-là se retrouvaient privés depuis l'effondrement des corps intermédiaires supposés les représenter.

Il n'est pas impossible que cette émancipation leur soit également volée parce qu'une nouvelle fois, il faut le dire, le répéter et le comprendre, Facebook facilite autant les révolutions sociales qu'il en compromet la victoire. Et qu'une plateforme commerciale privée se substituant à un espace de débat public à l'abord vocation à instrumentaliser toute forme d'expression singulière ou groupale au service de ses seuls intérêts économiques.

Ajoutez à cela le fait que voilà des décennies que l'action politique a privé et amputé les classes populaires et intermédiaires d'un peu de leur pouvoir d'achat et de beaucoup de leur dignité. Considéré également toutes ces années où la parole et la voix de ces mêmes classes populaires et intermédiaires, pour autant qu'on leur ait permis de l'exprimer, a été niée dans son expression même, notamment au moment du référendum européen de 2005. Et puis tant que vous y serez, n'oubliez pas d'ajouter aussi toutes ces années à refuser la proportionnelle et à déconnecter toujours davantage la votation de la représentation pour s'étonner ensuite de la montée des abstentions.

Ce que les Gilets Jaunes sont en train de tenter de rebâtir dans une errance politique qui n'est mesurable qu'à l'aune de leur désespérance idéologique c'est, simplement, fondamentalement et essentiellement, un espace réel de revendications. Rien d'autre. Autour de ronds-points qui sont leurs assemblées. Un espace réel de revendications toutes légitimes. Oui. Toutes légitimes car toutes relevant d'un sentiment d'urgence. Et cette urgence est moins celle des fins de plus difficiles que celle d'une dignité à reconstruire.

Que la rationalité politique classique et les alcôves classiques du compromis (la fameuse "table des négociations") paraissent tout de fait inatteignables n'est une surprise que pour ceux qui ont laissé ce fiasco s'organiser tant qu'il leur permettait de préserver leurs intérêts. Chaque plateau télé, chaque débat radiophonique les moins radicaux des Gilets Jaunes a plus surpris des représentants l'affirme avec l'évidence d'une formidable claque dans la gueule.

Rédigé à 22:25 dans [Ecologie de l'Info](#). [Politique des algorithmes](#). [Privacy](#). [Réseaux sociaux](#) | [Lien permanent](#)

Reblog (0)

Commentaires

Vous pouvez suivre cette conversation en vous abonnant au [flux des commentaires](#) de cette note.

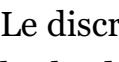


Etonnant cette histoire de chiffre.

-Est-il possible qu'un paramètre de vie privée quelconque cache un certain nombre de membres aux "nom membres" ? Du genre: cacher mon appartenance à des groupes sauf à me amis et/ou aux membres du dit groupe.

C'est un détail, mais ça illustre bien comment l'opacité des algorithmes compromet déjà le simple fait de se compter.

Rédigé par : guilhem | [06 déc 2018 à 08:51](#)



guilhem >> il y a aussi le fait que quand certain compte sont supprimé il ne sont pas supprimé des groupes ... j'avais déjà remarqué ça y'a déjà quelques années

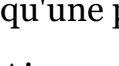
Rédigé par : waz271 | [06 déc 2018 à 09:44](#)



Bonjour,

J'ai été ajouté d'office à ce groupe par un de ses membres. Il a fallu que je me désinscrive. Alors, le nombre réel de gilets jaunes...

Rédigé par : Matthieu | [06 déc 2018 à 09:51](#)



Bilet intéressant, comme les précédents. En revanche je crois qu'il y a une faille dans l'analyse. Historiquement, les mêmes causes (en apparence) n'ont jamais les mêmes effets. Les élections à venir en France ne ressembleront pas aux élections US ou au vote sur le Brexit. A chaque élection FR on est tenté de vouloir lire l'avenir dans la boule de cristal des élections US qui ont précédé, les candidats essayent d'imiter, et se plantent. Ici, ce qui est particulier, c'est la méfiance mutuelle qu'ont une bonne part des gens se revendiquant "gilets jaunes" pour leurs propres représentants. Côté politique, tous les récupérateurs sont immédiatement évincés et conspués à égalité, extrême droite y compris ce qui est relativement nouveau. Du coup, je crois que ce à quoi il faut s'attendre, c'est une remise en cause profonde du vote, de ses échéances habituelles, et de la fausse représentativité. Et ça, des magouilles à la Cambridge Analytica n'y pourront pas grand chose.

Rédigé par : bfuzini | [06 déc 2018 à 10:11](#)



Analyse stimulante, ce n'est pas une surprise.

Pour rebondir sur le précédent commentaire et m'en tenir à un champ de compétence dont je suis plus familier que celui de la dixtyologie, je recommande "Le Front National comme « entreprise doctrinale »" d'Alexandre Dézé (2007).

<http://bit.ly/2PogYvN>

« Désespérance », sans doute : « idéologique », cela reste à voir et l'analyse de Dézé est à mon sens utile.

Rédigé par : Gilles Horvilleur | [06 déc 2018 à 10:57](#)

Vérifiez votre commentaire

Aperçu de votre commentaire

Rédigé par : |

Ceci est un essai. Votre commentaire n'a pas encore été déposé.

Votre commentaire n'a pas été déposé. Type d'erreur:

Votre commentaire a été enregistré. [Poster un autre commentaire](#)

Le code de confirmation que vous avez saisi ne correspond pas. Merci de recommencer.

Pour poster votre commentaire l'étape finale consiste à saisir exactement les lettres et chiffres que vous voyez sur l'image ci-dessous. Ceci permet de lutter contre les spams automatisés.

Difficile à lire? [Voir un autre code](#).

[affordance.info](#)

Powered by [Typepad](#)