

LES RÉSEAUX SOCIAUX ET L'EXERCICE DE LA DIPLOMATIE

gériq:

Les réseaux sociaux et l'exercice de la diplomatie

Note de recherche

Les réseaux sociaux, devenus essentiels au cours de la dernière décennie, ont transformé les interactions entre gouvernements, citoyens et le monde. La diplomatie numérique s'est imposée comme un outil clé, poussant les États à créer des comptes pour établir une présence active sur ces plateformes. Ce document explore comment les gouvernements utilisent les réseaux sociaux pour leurs activités diplomatiques. L'étude s'appuie sur une analyse approfondie de la présence des pays, en commençant par ceux du G7 avant de s'étendre à l'ensemble des nations. L'objectif est de mesurer l'engagement des États à travers leurs comptes sociaux, d'identifier les langues les plus utilisées et de recueillir diverses données pour dresser un portrait des stratégies numériques déployées dans le cadre de leur politique étrangère. Cette recherche met en évidence le rôle croissant des réseaux sociaux dans le soft power, en soulignant leur impact sur l'influence mondiale des nations. Elle examine aussi les approches distinctives de grandes puissances, comme la Chine, qui privilégient des stratégies alternatives. Enfin, ce document approfondit les thèmes abordés dans un blogue du CORIM sur la diplomatie numérique.

© GÉRIQ, Janvier 2025

Le Groupe d'études et de recherche sur l'international et le Québec (GÉRIQ) est un groupe de recherche et de formation interuniversitaire non-partisan établi à l'École nationale d'administration publique (ENAP).

Auteurs

Émile Paquin, étudiant en sciences politiques à l'Université de Montréal et chercheur au GÉRIQ

Naël Gaillet, étudiant en sciences politiques à l'Université de Montréal et chercheur au GÉRIQ

Ce document a été réalisé avec l'appui financier du Ministère des relations internationales et de la Francophonie du Québec.

Introduction

Au cours de la dernière décennie, les réseaux sociaux se sont imposés comme le moyen de communication de prédilection, transformant la manière dont les gouvernements interagissent avec leurs citoyens et le reste du monde. En constatant que la diplomatie numérique prenait une place prépondérante, les États ont rapidement entrepris la création de comptes afin de s'assurer d'avoir une présence sur ces nouveaux moyens de communication. Les ministères des Affaires étrangères se sont ainsi donné la mission d'établir une présence active sur ces plateformes.

Ce cahier de recherche a pour objectif d'étudier la manière dont les États utilisent ces nouveaux moyens de communication dans l'optique de mener des activités diplomatiques. Dans le cadre de cette étude, nous avons effectué des recherches approfondies afin d'analyser la présence des pays du monde sur les réseaux, en commençant par les pays du G7 pour ensuite élargir notre objet d'étude à l'ensemble des pays du monde.

Nous avons ainsi cherché à mesurer l'engagement des pays à travers leurs comptes sur les plateformes sociales. Nous nous sommes intéressés aux langues les plus utilisées pour faire de la diplomatie numérique ainsi qu'à de nombreuses autres informations afin de dresser un portrait complet des stratégies numériques mises en place par les gouvernements dans le cadre de leur politique étrangère.

Dans cette recherche, nous mettons en lumière l'importance croissante des réseaux sociaux dans le *soft power*, la capacité d'influencer des États sur la scène mondiale et les particularités de certaines grandes puissances, comme la Chine, qui optent pour des stratégies alternatives. Cette note est la version longue de l'article de blogue publié sur le site du CORIM et traitant du même sujet¹.

¹ Stéphane Paquin, « Les réseaux sociaux au cœur de l'exercice de la diplomatie », *Conseil des relations internationales de Montréal (CORIM)*, 22 janvier 2024, [https://blogue.corim.qc.ca/diplomatie_reseaux_sociaux/].

De longues recherches ont été nécessaires pour parvenir à nos résultats. Nous avons commencé par analyser les sites Web des pays du G7 afin de comparer leur présence sur les réseaux. Nous avons ensuite étendu nos recherches à l'ensemble des pays du monde. Ainsi, nous avons consulté l'ensemble des sites des ministères des Affaires étrangères du monde afin d'observer leur présence sur les réseaux sociaux. Plusieurs informations ont été relevées, comme les réseaux sur lesquels ils sont présents et le nombre d'abonnés qu'ils comptent sur chaque plateforme. Par la suite, nous avons noté l'ancienneté de chacun de leurs comptes ainsi que les langues qu'ils utilisent pour communiquer sur leurs comptes. Finalement, après avoir calculé le nombre de mois qui séparent la création des différents comptes et la date de nos recherches, c'est-à-dire entre juin et août 2023, nous avons divisé le nombre de mois depuis lesquels ces comptes existent par le nombre de publications totales sur leurs comptes afin d'obtenir la moyenne du nombre de publications de chaque pays par mois. Pour le nombre d'abonnés, nous avons actualisé nos chiffres en août 2024. Avec toutes ces données recueillies, nous avons créé des tableaux qui mettent en avant les dix meilleurs pays pour chaque catégorie ainsi que le nombre de pays qui utilisent les langues les plus répandues. Nous avons ainsi pu établir des statistiques, comme le pourcentage de pays utilisant l'anglais ou le nombre de pays ayant un réseau social pour faire de la diplomatie numérique.

Résultats de nos recherches

Sur les 193 pays examinés, 184 sont présents sur au moins un réseau social. Seuls neuf pays n'utilisent aucun média social, soit le Brunei, le Cap-Vert, les Comores, la République du Congo, la Corée du Nord, la Dominique, l'Érythrée, le Laos et le Turkménistan.

Sur ces 184 pays, 146 utilisent l'anglais comme langue de communication, ce qui représente 79,3 % des pays du monde. Seuls les pays suivants n'utilisent pas l'anglais comme langue de communication : l'Angola, le Bénin, la Bolivie, le Burkina Faso, le Burundi, la Chine, la Colombie, la République démocratique du Congo, le Costa Rica, la Côte d'Ivoire, Cuba, Djibouti, l'Équateur, le Gabon, la Guinée, la Guinée-Bissau, la Guinée équatoriale, le Honduras, la Hongrie, Madagascar, la Mauritanie, le Mexique, Monaco, le Monténégro, le Mozambique, le Nicaragua, le Niger, le Panama, le Paraguay, le Pérou, le Portugal, la République centrafricaine, la République dominicaine, le Salvador, le Tchad, le Togo, l'Uruguay et le Venezuela.

Le français est utilisé par 35 pays, ce qui représente 19 % des pays du monde. Les pays utilisant le français comme langue de communication sur leurs comptes des affaires étrangères sont l'Algérie, l'Arabie saoudite, l'Arménie, la Belgique, le Bénin, le Burkina Faso, le Burundi, le Cameroun, le Canada, la République démocratique du Congo, la Côte d'Ivoire, Djibouti, la France, le Gabon, la Guinée, Haïti, le Liban, le Luxembourg, Madagascar, le Mali, le Maroc, l'île Maurice, la Mauritanie, Monaco, le Niger, la République centrafricaine, le Rwanda, le Sénégal, les Seychelles, la Suisse, le Tchad, le Togo, la Tunisie, la Turquie et le Vanuatu.

Parmi ces pays, 12 n'emploient que le français, soit le Bénin, le Burkina Faso, le Burundi, la République démocratique du Congo, la Côte d'Ivoire, Djibouti, le Gabon, la Guinée, Monaco, le Niger, la République centrafricaine et le Togo.

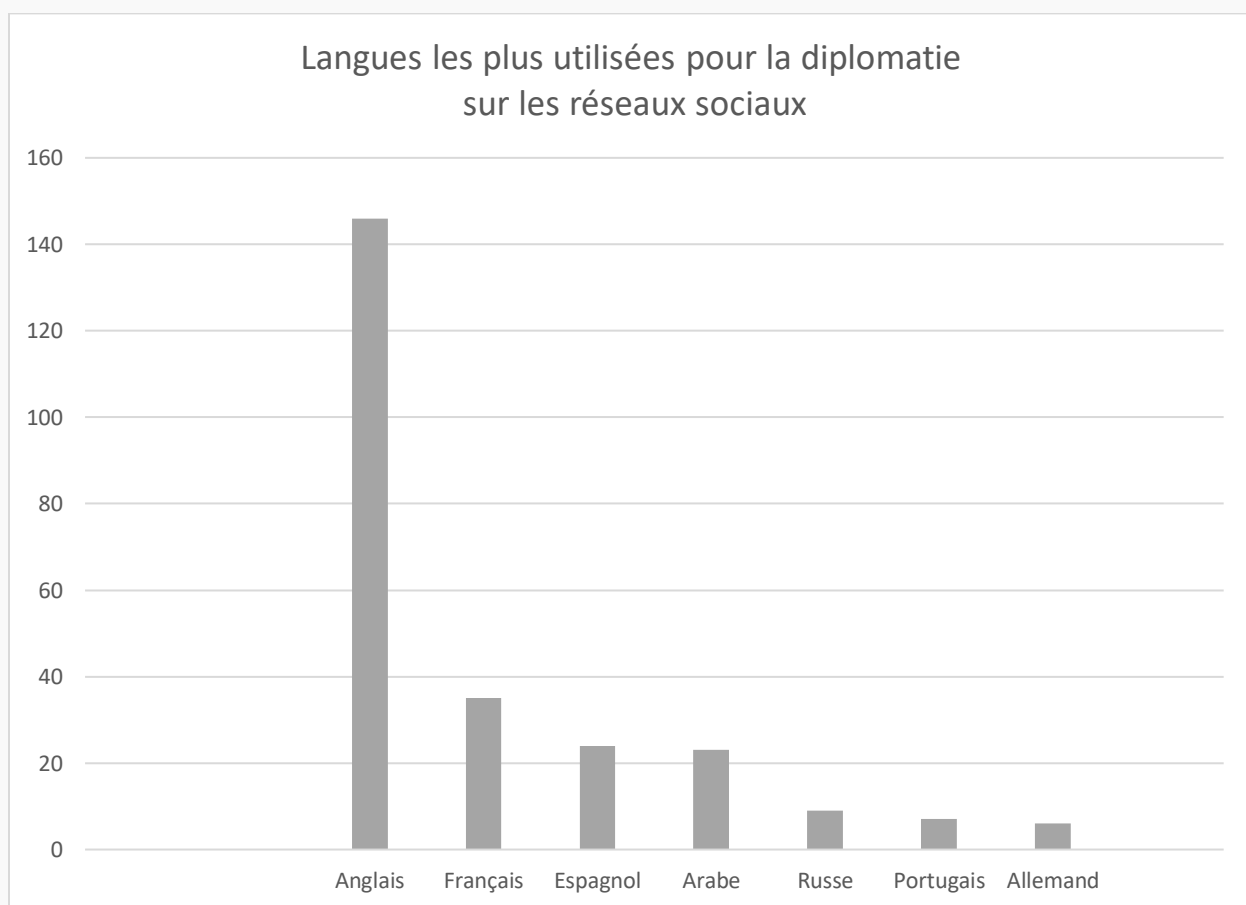
Pour ce qui est de l'espagnol, il est utilisé comme langue de communication par 24 pays (Argentine, Bolivie, Brésil, Chili, Colombie, Costa Rica, Cuba, Équateur, Espagne, France, Guatemala, Guinée équatoriale, Honduras, Maroc, Mexique, Nicaragua, Panama, Paraguay, Pérou, République dominicaine, Russie, Salvador, Uruguay et Venezuela), soit des pays principalement en Amérique du Sud, ce qui représente 13 % des pays du monde. Il est utilisé comme unique langue de communication par les pays suivants : la Bolivie, la Colombie, le Costa Rica, Cuba, l'Équateur, la Guinée équatoriale, le Honduras, le Mexique, le Nicaragua, le Panama, le Paraguay, le Pérou, la République dominicaine, le Salvador, l'Uruguay et le Venezuela, donc 16 des 24 pays de la liste.

L'arabe, quant à lui, est employé par 23 pays (Afghanistan, Algérie, Arabie saoudite, Bahreïn, Égypte, Émirats arabes unis, France, Irak, Iran, Jordanie, Koweït, Liban, Libye, Maroc, Mauritanie, Oman, Russie, Somalie, Syrie, Tchad, Tunisie, Turquie et Yémen). Ces pays, qui se trouvent principalement au Moyen-Orient, représentent 12,5 % des pays du monde. Aucun pays n'utilise uniquement l'arabe.

La langue russe est utilisée par seulement neuf pays (Arménie, Bélarus, France, Kazakhstan, Kirghizistan, Ouzbékistan, Russie, Serbie et Tadjikistan). Ce sont des pays situés surtout en Asie, donc d'ex-membres de l'Union soviétique, et ils représentent 4,9 % des pays du monde. Aucun pays n'utilise uniquement le russe.

Ensuite, nous avons le portugais avec uniquement sept pays (Angola, Brésil, Guinée-Bissau, Mozambique, Portugal, Sao Tomé-et-Principe et Timor-Leste), ce qui représente 3,8 % des pays du monde. Parmi ces sept pays, l'Angola, la Guinée-Bissau, le Mozambique et le Portugal ne communiquent qu'en portugais.

Finalement, nous avons l'allemand avec six pays (Allemagne, Autriche, France, Liechtenstein, Luxembourg et Suisse), ce qui représente 3,3% des pays du monde. Aucun pays n'utilise uniquement l'allemand.



Nous pouvons constater que la France, la Russie et la Turquie apparaissent plusieurs fois dans les listes de pays précédentes. En effet, la France communique en français, en arabe, en anglais, en espagnol, en russe et en allemand, donc en six langues. La Russie quant à elle partage ses publications dans les langues russe, anglaise, espagnole et arabe, donc en quatre langues. Enfin, la

Turquie utilise également quatre langues sur ses réseaux, soit le turc, l'arabe, le français et l'anglais. Ce recours à plusieurs langues témoigne d'un effort de ces pays pour toucher un large public.

En matière d'ancienneté, les États-Unis sont des pionniers dans le domaine puisqu'ils sont les premiers à avoir créé leurs comptes sur Facebook, Twitter, Instagram et Flickr. Ils ont créé leur compte Facebook le 27 mai 2008, soit sept mois avant le prochain État ayant fait de même, le Liechtenstein, qui a activé son compte le 17 décembre 2008. Ensuite, nous trouvons l'Estonie le 5 mars 2009 et puis la France le 11 mai 2009. Le cinquième pays à avoir créé un compte Facebook pour les affaires étrangères est la Roumanie le 30 octobre 2009, qui est suivie par la Macédoine du Nord (30 octobre 2009), le Royaume-Uni (15 janvier 2010), l'Islande (19 janvier 2010), la Tchéquie (28 janvier 2010) et puis finalement la Bulgarie (20 avril 2010). Ainsi, nous pouvons formuler le constat suivant : les États-Unis ainsi que l'Europe ont été les pionniers. Neuf pays européens dominent le classement, ce qui montre une volonté européenne très précoce d'avoir une présence sur ce réseau social afin d'exercer une diplomatie numérique.

Sur Twitter, le compte américain a été lancé en octobre 2007, six mois avant le prochain compte ayant été créé en avril 2008 par la Grande-Bretagne. L'Estonie suit la Grande-Bretagne en mettant en ligne son compte Twitter en mars 2009, et viennent ensuite la France en avril 2009, la Grenade et le Brésil en juin 2009, le Koweït en juillet 2009, et finalement l'Ouzbékistan, les Pays-Bas et Singapour en septembre 2009. Le constat pouvant être fait est le suivant : comme pour Facebook, l'Europe est très présente dans le classement, mais Twitter a rapidement suscité un intérêt à l'échelle mondiale après sa création.

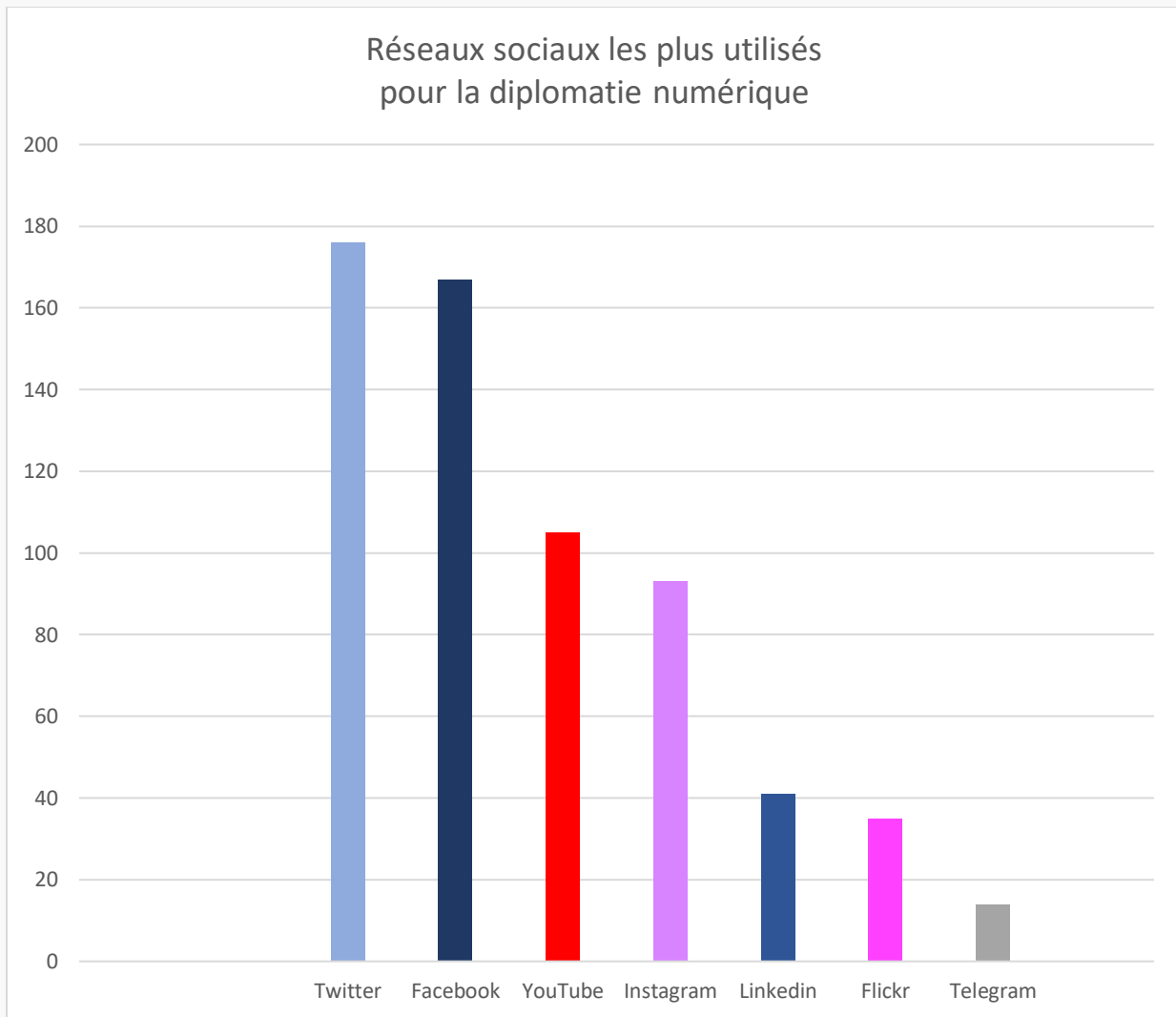
En ce qui concerne YouTube, c'est l'Australie qui s'inscrit en premier sur la plateforme le 10 juillet 2006, c'est-à-dire cinq mois avant le pays suivant, le Danemark. Les États-Unis activent leur compte le 25 février 2007. Ainsi, pour ce réseau social, ils ne sont pas les premiers à avoir créé un compte. Les prochains pays à apparaître sur le réseau sont le Royaume-Uni (18 septembre 2007), la Suède (16 janvier 2008), la Lettonie (11 mars 2008), la France (12 mars 2008), les Pays-Bas (20 mars 2008), l'Estonie (4 juin 2008) et finalement l'Italie (6 juin 2008). Le constat qui peut être émis est le même que pour Facebook, l'Europe, et plus largement le monde occidental, a été avant-gardiste et a fait preuve d'une volonté de présence sur les nouvelles technologies de l'époque afin d'étendre sa présence diplomatique.

Les premiers comptes Instagram, quant à eux, ont été créés par les États-Unis et Israël en avril 2012, quatre mois avant le pays suivant, Bahreïn en août 2012. Nous avons ensuite le Koweït en novembre 2012, l'Inde en février 2013, le Kazakhstan en juin 2013, l'Islande en août 2013, le Royaume-Uni et les Émirats arabes unis en septembre 2013, la Russie en mars 2014 et finalement le Liechtenstein, également en mars 2014. Cette fois-ci, nous constatons une présence plus forte des pays du Proche-Orient ainsi que des pays asiatiques.

Finalement, pour Flickr, les États-Unis et l'Estonie sont les premiers pays à activer leurs comptes en 2007. Deux ans plus tard, en 2009, la France crée son compte ainsi que le Brésil, Israël, la Norvège, la Pologne de même que la Roumanie. En 2010, l'Argentine et la Grèce apparaissent à leur tour sur la plateforme. L'Europe domine encore une fois le classement avec une présence plus forte de pays sud-américains.

En première position des réseaux sociaux les plus utilisés se trouve Twitter qui regroupe 176 comptes des affaires étrangères de pays, ce qui représente 95,6 % du total des pays présents sur au moins un réseau social. Seuls l'Andorre, la Barbade, le Brunei, le Cap-Vert, le Cambodge, la Chine, les Comores, la République du Congo, la Corée du Nord, la Dominique, l'Érythrée, la Guinée-Bissau, la Hongrie, les Îles Salomon, le Laos, le Timor-Leste et le Turkménistan ne sont pas présents sur la plateforme.

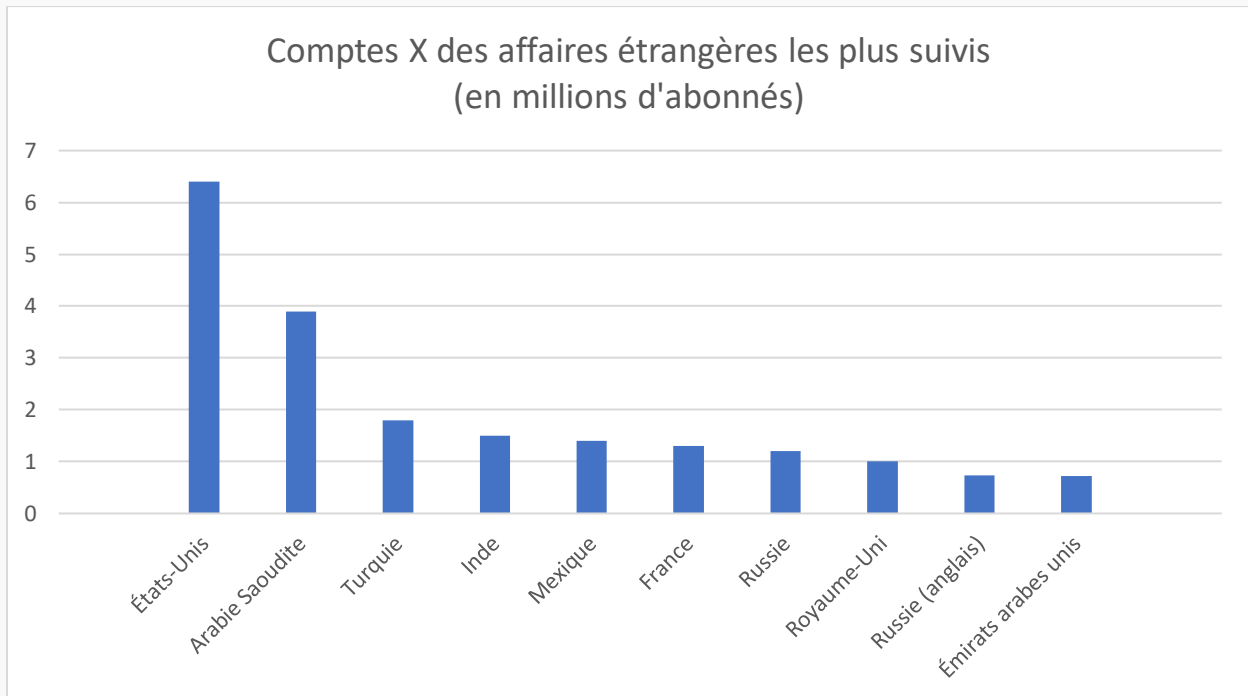
Ensuite, Facebook se hisse en deuxième position. La plateforme regroupe 167 comptes d'affaires étrangères, soit neuf pays de moins que Twitter, ce qui représente 90,8 % du total des pays présents sur au moins un réseau social. YouTube se classe en troisième position avec 105 comptes, ce qui représente 57,1 % des pays, et arrive ensuite Instagram avec 93 comptes représentant 50,5 % du total des pays présents sur un réseau social. En cinquième position, nous avons LinkedIn avec 41 comptes (22,3 %), en sixième position, Flickr, avec 35 comptes (19 %) et finalement Telegram occupe la septième place avec ses 14 comptes (7,6 %).



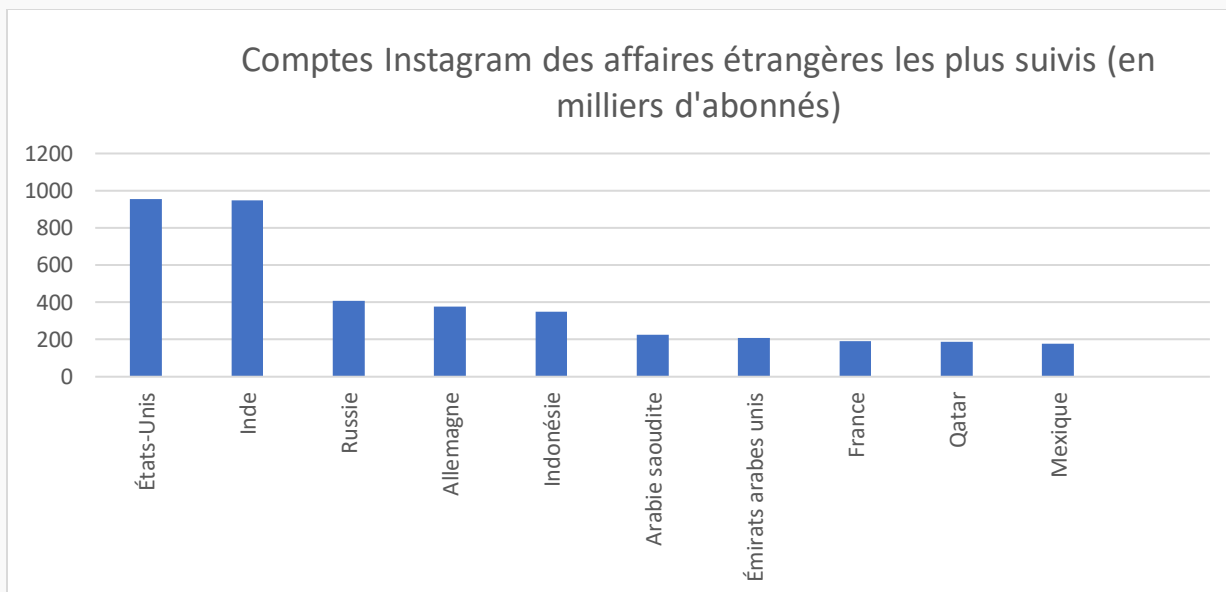
Le cas chinois est très particulier. En effet, la Chine est la seule superpuissance à demeurer absente des médias sociaux occidentaux; elle est uniquement présente sur ses propres réseaux, c'est-à-dire Weibo, où elle compte 8,1 millions d'abonnés, et WeChat. Seul le porte-parole de la politique étrangère de la Chine possède un compte Facebook et un compte X (Twitter).

Sur X (Twitter), le compte américain possède 6,4 millions d'abonnés, soit 2,5 millions d'abonnés de plus que le second, l'Arabie saoudite. La Turquie suit avec 1,8 million d'abonnés, l'Inde avec 1,5 million d'abonnés, le Mexique avec 1,4 million d'abonnés, la France avec 1,3 million d'abonnés, la Russie avec son compte en russe (1,2 million d'abonnés), le Royaume-Uni avec 1 million d'abonnés, la Russie avec son compte en anglais (735 000 abonnés) et finalement les Émirats arabes unis avec 719 000 abonnés. Nous pouvons constater une forte corrélation entre le *soft power*

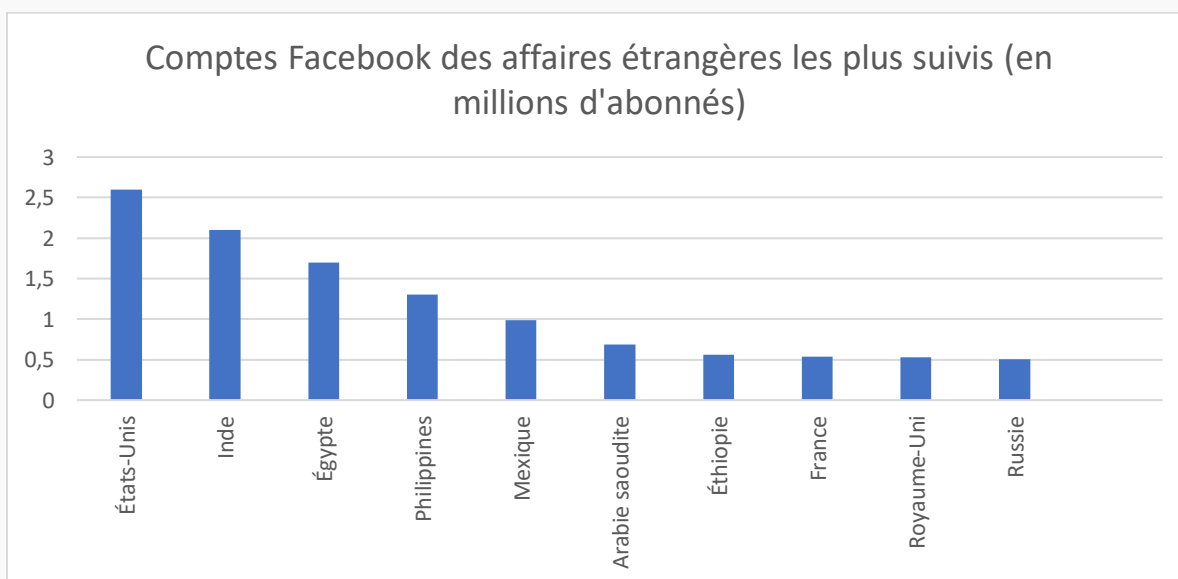
et le nombre d'abonnés des pays, les pays cités ci-dessus étant des puissances d'influence soit par leur *soft* ou *hard power*.



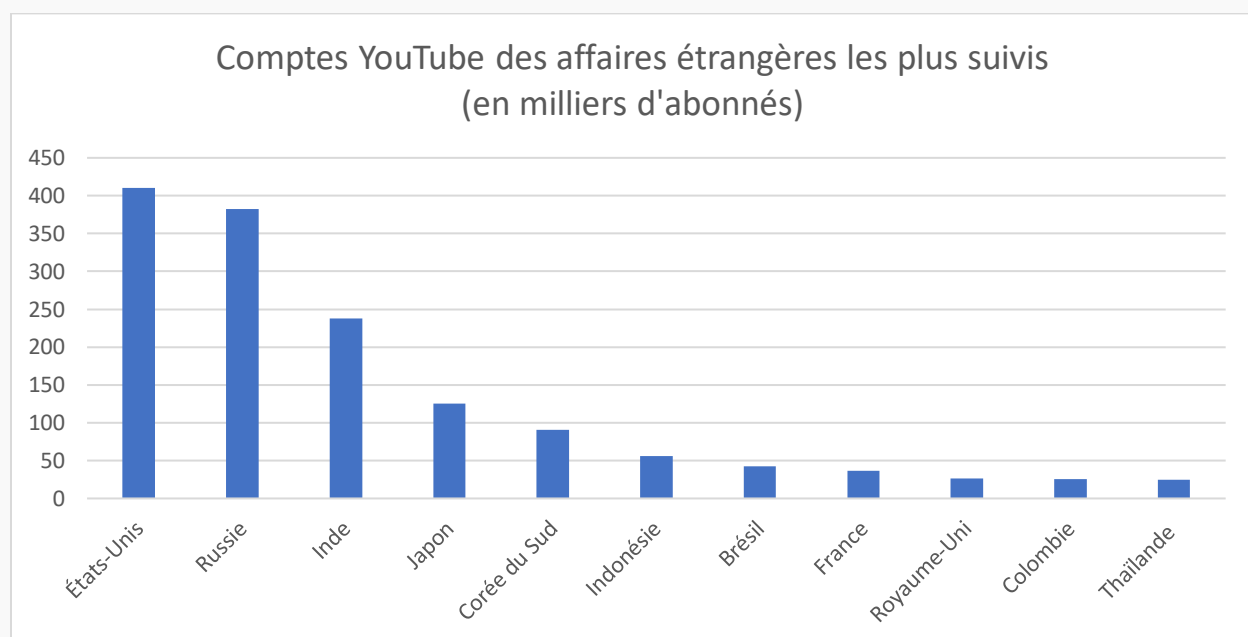
Sur Instagram, les États-Unis comptent 956 000 abonnés, soit 9 000 abonnés de plus que le pays qui occupe la deuxième place, l'Inde avec 947 000 abonnés. Nous trouvons par la suite la Russie avec 408 000 abonnés (la Russie ayant perdu des abonnés depuis la dernière mise à jour de nos données), l'Allemagne (376 000 abonnés), l'Indonésie (351 000 abonnés), l'Arabie saoudite (224 000 abonnés), les Émirats arabes unis (207 000 abonnés), la France (191 000 abonnés), le Qatar (189 000 abonnés) et finalement le Mexique (177 000 abonnés). Les États-Unis et l'Inde dominent le classement avec une grande marge en nombre d'abonnés. Les pays sont plutôt similaires à ceux qui font partie du classement de X (Twitter).



En termes de nombre d'abonnés, les États-Unis dominent le classement sur l'ensemble des réseaux sociaux. Sur Facebook, ils montent sur la plus haute marche du podium avec 2,6 millions d'abonnés soit 500 000 abonnés de plus que l'Inde. Ensuite, nous avons l'Égypte avec 1,7 million d'abonnés, les Philippines avec 1,3 million d'abonnés, le Mexique avec 984 000 abonnés, l'Arabie saoudite avec 688 000 abonnés, l'Éthiopie avec 560 000 abonnés, la France avec 538 000 abonnés, le Royaume-Uni avec 526 000 abonnés et finalement la Russie avec 507 000 abonnés.



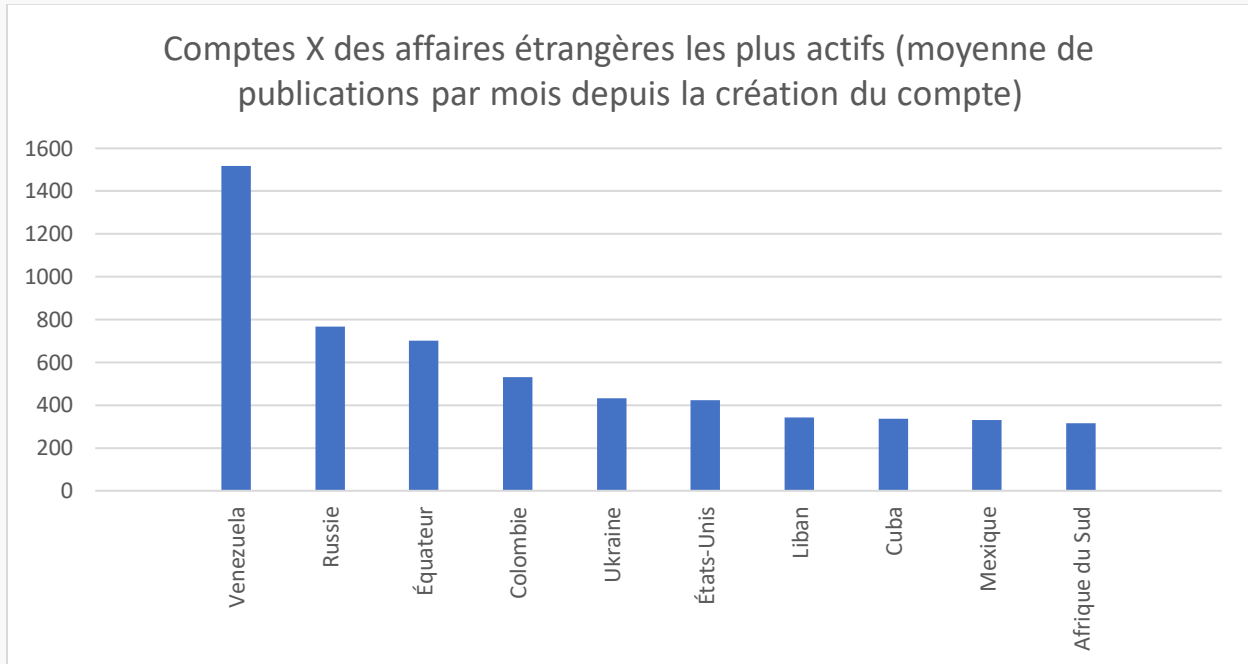
Finalement, sur YouTube les États-Unis comptent 410 000 abonnés, soit 28 000 abonnés de plus que la Russie (382 000) qui occupe la deuxième place. Viennent ensuite l'Inde (238 000 abonnés), le Japon (125 000 abonnés), la Corée du Sud (91 000 abonnés), l'Indonésie (56 100 abonnés), le Brésil (42 400 abonnés), la France (36 500 abonnés), le Royaume-Uni (26 800 abonnés), la Colombie (25 400 abonnés) et finalement la Thaïlande (24 700 abonnés). Il est à noter que le Myanmar n'a pas été inclus dans le classement bien qu'il occupe en théorie la première position avec ses 530 000 abonnés. Or la chaîne YouTube rattachée au ministère des Affaires étrangères a comme rôle de diffuser de la propagande d'État. Il nous semblait impertinent de l'intégrer au classement.



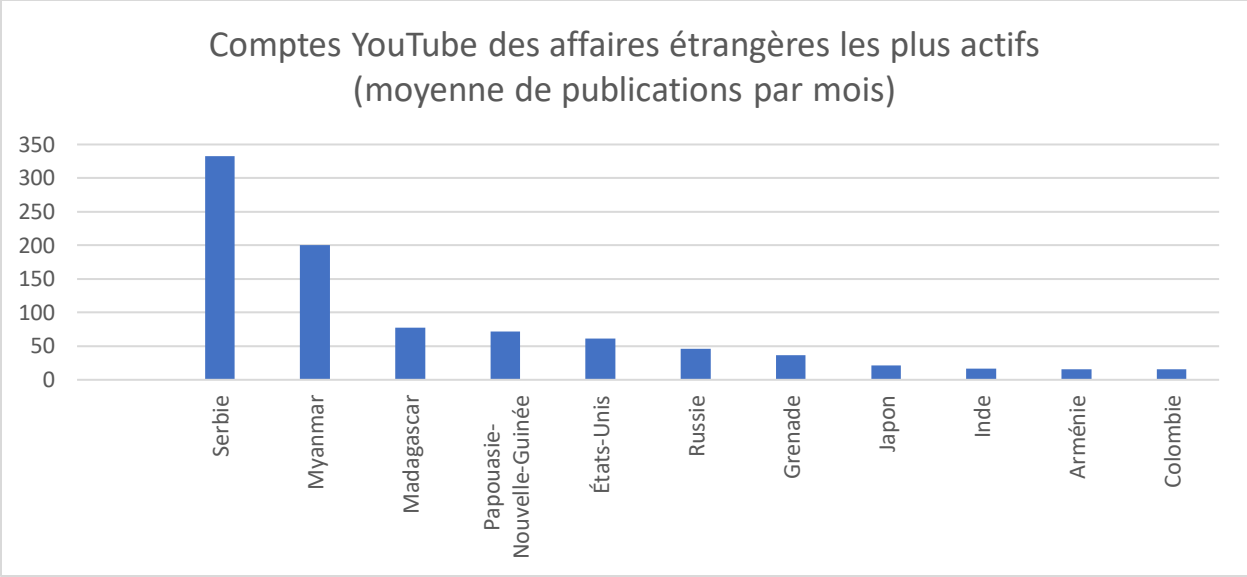
Nous avons calculé l'activité sur les réseaux sociaux de chaque pays en divisant le nombre de publications par le nombre de mois qui se sont écoulés depuis la création des comptes. Les résultats obtenus nous ont permis d'établir un classement des pays en fonction de leurs activités sur les réseaux sociaux suivants : X (Twitter), YouTube et Instagram.

Sur X (Twitter), le Venezuela arrive premier avec une moyenne de 1 518 publications (tweets) par mois. Ensuite, nous avons la Russie avec une moyenne de 767 publications (tweets) par mois, presque deux fois moins que le Venezuela. L'Équateur se hisse en troisième position avec 701 publications (tweets) par mois. Les pays qui complètent le classement sont la Colombie (532), l'Ukraine (431), les États-Unis (424), le Liban (342), Cuba (338), le Mexique (331) et finalement

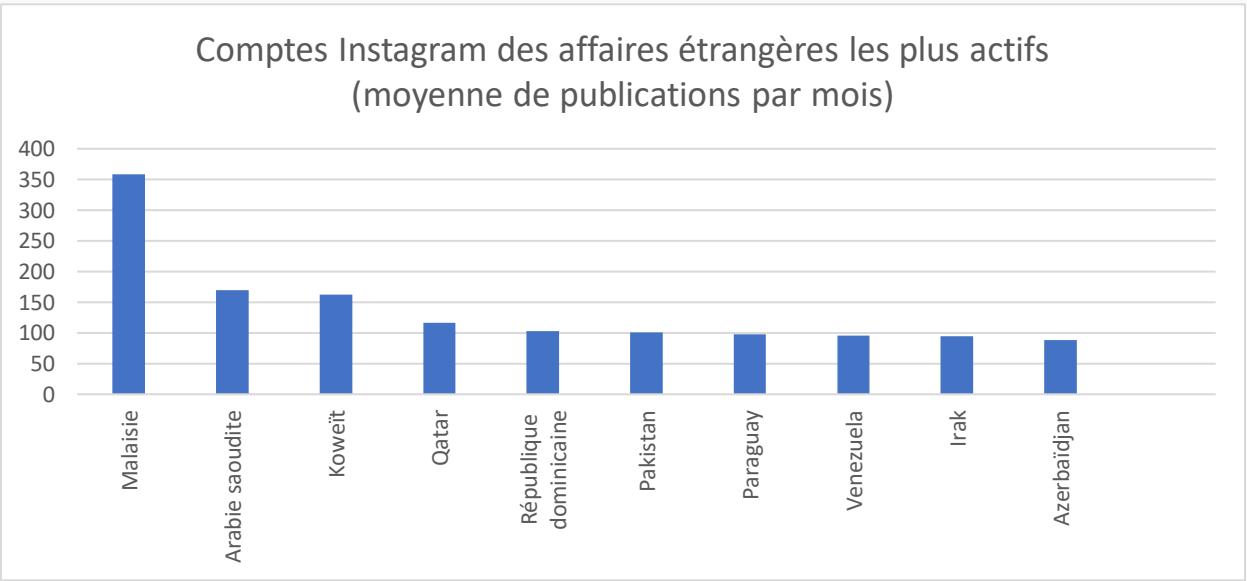
l'Afrique du Sud (315) au dixième rang. Nous pouvons ainsi formuler le constat suivant : les pays d'Amérique du Sud dominent le classement. Aussi, les pays avec des gouvernements autoritaires sont plus présents sur les réseaux sociaux.



Pour ce qui est de YouTube, le classement se présente ainsi : la première place revient à la Serbie avec ses 333 publications (vidéos) par mois. Le Myanmar, avec sa chaîne YouTube de propagande gouvernementale, se hisse au deuxième rang avec une moyenne de 200 publications (vidéos) par mois et Madagascar occupe la troisième position avec 78 publications (vidéos) mensuelles. Le classement se poursuit avec la Papouasie-Nouvelle-Guinée (72 vidéos), les États-Unis (61 vidéos), la Russie (46 vidéos), la Grenade (37 vidéos), le Japon (21 vidéos), l'Inde (16,6 vidéos), l'Arménie (16,06 vidéos) et finalement la Colombie avec 15,8 vidéos.



Finalement, pour Instagram, le classement est le suivant : en première place nous trouvons la Malaisie avec 358 publications par mois. Ensuite, nous avons l'Arabie saoudite avec 170 publications par mois et en troisième place se trouve le Koweït avec une moyenne de 162 publications mensuelles. Le classement se poursuit avec le Qatar (116 publications), la République dominicaine (103 publications), le Pakistan (101 publications), le Paraguay (98 publications), le Venezuela (96 publications), l'Irak (95 publications) et finalement l'Azerbaïdjan (88 publications). Nous pouvons constater que les pays du Moyen-Orient dominent ce classement.





gériq

Groupe d'études et
de recherche sur l'international
et le Québec