



« Angela Merkel face à Donald Trump lors du G7 2018 » – Photo prise par Jesco Denzel, photographe officiel du gouvernement allemand.

COMMENT LES RÉSEAUX SOCIAUX ET L'AUDIOVISUEL FAÇONNENT L'OPINION PUBLIQUE.

Le 9 juin 2018, une photographie prise au Canada, à Charlevoix, lors du Sommet du G7 fait le tour du monde. Publiée par Steffen Seibert, porte-parole d'Angela Merkel, elle est devenue le symbole des tensions géopolitiques entre l'Europe et les États-Unis. On y voit Angela Merkel, les mains posées sur la table, face à Donald Trump les bras croisés, alors que tous les regards se tournent vers elle. Mais, d'autres clichés du même moment offrent une lecture différente révélant le lien entre l'audiovisuel et les réseaux sociaux dans le développement de l'opinion publique.

Une interprétation qui diffère.

De par la viralité soudaine sur les réseaux sociaux, les différents pays ont décidé de publier leur propre version. Les États-Unis, par exemple vont surenchérir en proposant un nouveau cliché montrant Donald Trump au centre de l'attention. Un cadrage en contre-plongée qui vient positionner les États-Unis comme un acteur dominant et central dans les décisions, contrastant ainsi avec la communication allemande.



« Donald Trump face aux dirigeants européens lors du G7 2018 » – Photo publiée par Dan Scavino Jr, directeur des médias sociaux de la Maison-Blanche.

La France ne tardera pas à proposer sa propre photographie, et donc sa propre interprétation de ce sommet du G7. Toujours en contre-plongée, on y voit Emmanuel Macron semblant jouer le rôle de médiateur dans les discussions, tandis que les regards tournés vers le président de la République renforcent son image d'acteur clé des négociations entre l'Europe et les États-Unis.



« Emmanuel Macron durant le Sommet du G7 de 2018 au Canada le 9 juin 2018 » - Photo issu de la communication officielle de l'Élysée.

Au travers de ses différents clichés soigneusement cadrés et relayés sur les réseaux sociaux, elles reflètent la volonté des États membres du G7 d'apparaître comme des forces majeures dans les négociations. Une nécessité face aux tensions géopolitiques sur les politiques économiques, notamment les tarifs douaniers imposés la même année par les États-Unis sur l'acier et l'aluminium.

Une bataille d'image qui montre à la fois l'importance d'étudier la mise en scène et le cadrage pour exploiter la puissance des images, mais aussi l'importance des réseaux sociaux dans la diffusion des messages politiques.

5,04 milliards d'utilisateurs actifs peuplent les réseaux sociaux.

Les réseaux sociaux sont devenus un outil stratégique pour la diffusion de messages politiques forts et un levier pour influencer l'opinion publique. Les plateformes permettent aux chefs d'État et, plus largement les gouvernements de communiquer sans passer par l'intermédiaire des médias traditionnels. C'est devenu un excellent moyen pour les pays d'assurer une bonne diplomatie et d'incarner leur action auprès du grand public.

La tendance dans l'usage des médias sociaux pour s'informer est en hausse et la dynamique devrait se poursuivre. En effet, selon le Digital News Report, 70 % des jeunes s'informent en priorité via les réseaux sociaux plutôt que par la télévision. Plus largement, 62,3 % de la population mondiale peuplent les réseaux sociaux soit 5,04 milliards d'utilisateurs d'après le « Special Report Digital 2024 » de We Are Social.

Là où les réseaux sociaux assurent un rôle de relais des informations et des images, l'audiovisuel à travers les techniques de cadrage et de mise en scène permet aux gouvernements de maîtriser les messages qu'ils souhaitent communiquer pour influencer l'opinion publique.

Un monde façonné par l'image

Les techniques d'audiovisuel et les réseaux sociaux coexistent et façonnent notre interprétation du monde, à une époque où les plateformes numériques sont de plus en plus utilisées.

Un duo stratégique dont les organisations politiques se saisissent pour communiquer et se positionner en tant qu'acteur majeur sur la scène internationale. Cependant, avec la démocratisation de l'intelligence artificielle générative, de nouvelles questions surgissent sur l'émergence des deepfakes, des images réalistes générées par l'intelligence artificielle capable de tromper et de propager de la désinformation.

*

SOURCES POUR LA RÉDACTION DE L'ARTICLE :

<https://wearesocial.com/fr/blog/2024/01/digital-2024/>

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>

https://www.lemonde.fr/big-browser/article/2018/06/11/trump-face-a-merkel-et-le-reste-du-monde-une-photo-du-g7-devenue-iconique_5313055_4832693.html

LIVRE : « Le Manuel de Survie du Vidéaste : Les bidouilles de Ludoc » Éditions Marabout

<https://www.marabout.com/livre/le-manuel-de-survie-du-videaste-9782501150156/>