



## **Médias sociaux : tout n'est pas bon à dire en opérations**

En juin 2012, le ministère de la Défense a diffusé à 300.000 exemplaires un « Guide du bon usage des média sociaux », destiné à sensibiliser les militaires en opérations susceptibles de divulguer par inadvertance des informations mettant en péril leur sécurité et l'activité opérationnelle elle-même.

Sont notamment concernés : les noms et lieux, la géolocalisation (souvent automatique) par tablette ou téléphone portable, les photos, vidéos et paramètres de sécurité à vérifier avant publication. Devant l'impossibilité d'interdire les

diffusions de messages en raison du progrès fulgurant des technologies, le ministère a choisi de responsabiliser, d'encourager et d'accompagner ses personnels dans le respect du secret professionnel et le devoir de réserve, en s'inspirant des exemples américain (trois guides) et britannique (un guide et des vidéos). Actuellement, 77 % des Français sont membres d'un réseau social, dont « Facebook », « copaind'avant.com », « Twitter » et « YouTube ». A lui seul, Facebook (800 millions d'utilisateurs dans le monde) regroupe 76 % des jeunes Français de 18-24 ans... tranche d'âge des soldats ! Le guide insiste sur la vigilance en opérations : « *Dans les conflits modernes, nos « ennemis » scannent régulièrement le web (réseaux sociaux, blogs, forums, sites personnels), à la recherche d'informations sensibles et pour détecter nos vulnérabilités* ». Il énumère une liste de recommandations à suivre avant de diffuser une information d'ordre opérationnelle, y compris à sa propre famille. Les chefs militaires et civils sont aussi concernés. En effet, en s'exprimant dans les médias sociaux au nom du ministère de la Défense, ils en sont les « *ambassadeurs* » et les « *garants de son image* ».

**L.S.**