

Le champ des partisans – Médias et réseaux sociaux vs. démocratie : les liaisons dangereuses ?

Participent à la table ronde :

Bérengère BONTE, journaliste, directrice adjointe de la rédaction d'Europe 1, auteure ;

Frédéric DABI, directeur général adjoint de l'Ifop ;

Bruno PATINO, directeur éditorial d'Arte France et doyen de l'école de journalisme de Sciences Po, auteur de *La Civilisation du poisson rouge* ;

Alain WEILL, CEO d'Altice Europe, président de SFR et de NextRadioTV ;

Eric WOERTH, président de la commission des Finances de l'Assemblée nationale, ancien ministre du Budget puis du Travail.

La table ronde est animée par Frédéric FERRER, journaliste, consultant et enseignant à l'ESCP Europe.

Face à la toute-puissante des GAFA, à l'infobésité et aux *infox*, l'opinion est-elle une victime consentante ? demande Frédéric FERRER.

Evoquant la genèse de son ouvrage *La Civilisation du poisson rouge*, Bruno PATINO explique que la durée d'attention du poisson rouge est censée être de huit secondes, tandis que celle des plus jeunes humains est de neuf secondes. Une seconde nous sépare donc désormais du poisson rouge. Ce livre décrit la « polarisation » de l'espace public, autour des *fake news* et de l'émotion, qui prend le pas sur les échanges rationnels. Nous vivons un moment paroxystique qui crée des mécanismes de dépendance, d'une part, en donnant une prime à tout ce qui est outrancier d'autre part.

Eric WOERTH rapporte une anecdote qui illustre bien ces phénomènes. Il indique avoir publié, au cours de l'été, une photo personnelle – ce qui lui arrive une fois par an. Il s'agit d'une photo de montagne, qui a suscité une polémique de façon très inattendue, de nombreux internautes ayant affirmé qu'il s'agissait d'un photomontage. Le plus surprenant fut la reprise de cette polémique par la presse – y compris BFM, glisse l'ancien ministre, par ailleurs alpiniste chevronné. Il suffisait d'appeler par exemple la Compagnie des guides de Chamonix pour savoir si la photographie était authentique, observe-t-il. Seul le quotidien *Libération* l'a fait. Pris dans cette spirale et dans cette surenchère, les hommes politiques deviennent les « paillassons de la République », et sont vite incapables de faire connaître la vérité, déplore Eric WOERTH.

Soulignant l'aventure entrepreneuriale – et le beau succès – que constitue BFM, Alain WEILL rappelle que les chaînes d'information sont de création récente, et ont apporté un pluralisme au bénéfice de tous. De nombreuses informations circulent sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter...) et il arrive en effet que ces informations soient reprises par des organes de presse. Il faut établir un bilan global de l'action des chaînes telles que BFM, et Alain WEILL a le sentiment que ce bilan est largement positif. Elles constituent même un vecteur de fraternité en ceci qu'elles permettent à l'ensemble du pays de partager, au même instant, des images très fortes.

Bérengère BONTE porte un regard plus nuancé sur cet épisode auquel a été confronté Eric Woerth, en considérant que le mélange des genres – en l'espèce, la publication d'une photo personnelle par un responsable politique – présente, en soi, des risques. Elle assure tenir régulièrement, face à des hommes politiques, le discours selon lequel ils risquent d'être toujours perdants dans l'utilisation de médias tels que les réseaux sociaux, dès lors qu'il ne s'agit pas de lieux de débat.

Pour autant, ce « buzz » n'a eu qu'un très faible écho, note Frédéric DABI à l'aune du baromètre Ifop-Fiducial. Etabli chaque mois pour *Paris Match* et Sud Radio, ce baromètre met en évidence les écarts pouvant être observés entre l'agenda politique, l'agenda médiatique et l'agenda que retiennent les Français,

Pour la première fois depuis le début de l'ère industrielle, un média – les réseaux sociaux – mélange l'information, la conversation et l'influence, constate Bruno PATINO. Nous ne cessons d'essayer de leur appliquer les règles de l'une ou l'autre de ces pratiques, alors qu'ils ne se résument à aucune d'entre elles. Les réseaux sociaux ont un impact sur l'espace public et ne peuvent s'apparenter, de ce fait, à une conversation de bistro, de même qu'ils ne présentent pas, à l'évidence, toutes les garanties qui font d'un média un vecteur d'information fiable. En outre, un média implique un ordonnancement et comprendre les réseaux sociaux suppose de saisir le fonctionnement des outils d'ordonnancement de ces réseaux. Ce fonctionnement dépend étroitement de leur modèle économique, qui n'est guère encadré. Force est de constater que, du fait de la nature de ce modèle économique, un message outrancier rapportera davantage, sur Facebook, qu'un message d'approbation ou un message plus nuancé.

Alain WEILL note aussi que dans les périodes au cours desquelles le pays est divisé, « les gens n'aiment pas toujours la vérité ». En témoignent les commentaires exprimés en mai 1968. Georges Pompidou n'avait alors pas craint d'affirmer : « Mai 68 a été créé par Europe 1 et RTL ». Le journaliste d'Europe 1 Gilles Schneider avait d'ailleurs été séquestré durant toute une nuit à la Sorbonne. De même, lors du mouvement des gilets jaunes, d'aucuns ont enjoint aux chaînes d'information de ne pas couvrir les manifestations du samedi, considérant que ces médias mettaient de l'huile sur le feu. Contrairement à une idée répandue, ces périodes ne leur sont pas nécessairement favorables : le chiffre d'affaires publicitaire des chaînes d'information a connu un recul sensible au cours de cette période agitée en France, assure Alain WEILL.

Revenant sur la diffusion de fausses informations, voire la désinformation délibérée, Eric WOERTH souligne l'asymétrie totale qui fait tout le danger de ces phénomènes informationnels. La fausse information part des réseaux sociaux puis est reprise par une agence de presse, faute d'une vérification en bonne et due forme, à la suite de quoi d'autres médias reprennent l'information. La personne mise en cause s'efforce alors de rétablir la vérité mais risque, à ce stade, de crier dans le désert, et subit une forme de lapidation en place publique. Dans le cas de la photo de montagne évoquée, l'hebdomadaire *Marianne* a affirmé qu'Eric Woerth avait menti avant de se rendre compte qu'il n'en était rien. Il a alors présenté ses excuses à ses lecteurs mais s'est bien gardé de le faire vis-à-vis de l'ancien ministre. Ce sont des manières curieuses, estime-t-il, et il faut s'attacher à ce qu'un média ayant commis une erreur le reconnaisse et présente des excuses chaque fois que cela se produit. D'une façon générale, ce ne sont pas les médias qui créent l'évènement, du point de vue d'Eric WOERTH. Lorsque BFM couvre une manifestation des gilets jaunes, la chaîne agit conformément à sa vocation. Pour le reste, dans une période de changements profonds, il faut inventer de nouvelles régulations. Nous sommes dans cet entre-deux puisqu'à l'heure actuelle, un média diffusant une fausse information peut le faire en toute impunité.

Prolongeant ces observations, Frédéric DABI se dit frappé de constater qu'une majorité de Français a le sentiment que la liberté d'expression est menacée dans les médias traditionnels. Cette proportion n'est que d'un tiers s'agissant des réseaux sociaux, même si un internaute sur deux observe que la loi ne s'applique pas de la même manière sur les réseaux sociaux et hors de ceux-ci.