

## Internet et le débat public : quelles mutations ?

### *Compte-rendu de la conférence du 3 avril 2024 inaugurant le cycle de rencontres sur l'influence des médias et la désinformation*

Le cycle de rencontres sur l'influence des médias et la désinformation souhaite stimuler le regard critique des citoyens sur l'actualité. Il bénéficie du soutien de l'Union européenne dans le cadre du projet GRACE dédié à la généralisation de l'éducation artistique à tous les citoyens, et cofinancé par le programme européen Interreg Grande Région 2021-2027. Ce cycle a un double objectif : mieux comprendre l'évolution des pratiques de diffusion et de circulation des informations sur l'Internet ; sensibiliser aux mécanismes de formation de l'opinion publique sur et dans les médias numériques.

Entre 2024 et 2026, l'Université de Lorraine (CREM - Céline Ségur et Laurence Corroy) et l'Université du Luxembourg (C<sup>2</sup>DH - Valérie Schafer) proposeront 6 conférences dans la Grande Région avec un.e chercheur.e en SHS, un.e journaliste et un.e animateur.ice spécialiste du sujet. Chaque conférence traitera d'un angle différent de l'influence des médias.

Le 3 avril 2024, le Centre de Recherches sur les Médiations (CREM) de l'Université de Lorraine, le *Centre for Contemporary and Digital History* de l'Université de Luxembourg et la Ville de Metz ont organisé la première conférence du cycle avec les modératrices :

- **Laurence Corroy** (Université de Lorraine) : Professeure-Chercheuse en sciences de l'information et de la communication.
- **Céline Ségur** (Université de Lorraine) : Maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication.
- **Valérie Schafer** (Université de Luxembourg) : Professeure d'histoire européenne contemporaine.



## SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>3</b>
<b>INTERVENTION DE ROMAIN BADOUARD SUR LA THÉMATIQUE DU DÉBAT PUBLIC D'UN POINT DE VUE DES SCIENCES SOCIALES.....</b>	<b>4</b>
INTERNET : UN RÉSEAU OUVERT ET DÉCENTRALISÉ QUI PERMET D'ÉCHAPPER AUX CONTRÔLES.....	4
UNE VIOLENCE EXPRESSIVE DE PLUS EN PLUS PRÉSENTE DANS LES DÉBATS EN LIGNE .....	5
LA DÉSINFORMATION, UN PHÉNOMÈNE POLITIQUE ET ÉCONOMIQUE QUI PREND DE L'AMPLEUR.....	8
UNE RECENTRALISATION DU WEB QUI CONCENTRE L'ESSENTIEL DU DÉBAT PUBLIC .....	10
<b>RÉSUMÉ DE LA DISCUSSION AVEC ANNAÏG HAUTE SUR LA THÉMATIQUE DU DÉBAT PUBLIC DANS LES MÉDIAS .....</b>	<b>11</b>
LA COMPLÉMENTARITÉ DE LA RADIO ET D'INTERNET À L'HEURE NUMÉRIQUE .....	11
UNE VIOLENCE OBSERVÉE, ENTRE LE CHOIX DU CONTRÔLE OU DE LA LIBERTÉ D'EXPRESSION .....	12



## GRACE

### Introduction

« Internet et le débat public : quelles mutations ? ». Telle était la thématique proposée pour la première conférence sur l'influence des médias et la désinformation organisée le 3 avril 2024 au sein du programme Interreg 2021 – 2027. Le projet GRACE (INTGR0100011) au sein duquel s'inscrit ce cycle est en effet dédié à la généralisation de l'éducation artistique à tous les citoyen-ne-s de la Grande Région, et porte une attention particulière à l'éducation aux médias et aux outils numériques comme composante de l'éducation artistique. L'importance de ces questions, sur le plan académique, sociétal et politique a été éclairée et mise en perspective par Patrick Thil (Ville de Metz), Angeliki Monnier et Carole Bisenius-Penin (CREM, Université de Lorraine), qui nous ont fait l'honneur d'ouvrir ce cycle de conférences.

Engager un dialogue entre chercheur-e-s, professionnel-le-s des médias et citoyen-ne-s autour de ces enjeux complexes, pour mieux décrypter le numérique, ses usages mais aussi les contenus et infrastructures qui les supportent, ainsi que l'économie et les cultures médiatiques et numériques, est au cœur de ce cycle organisé dans la Grande Région par l'Université de Lorraine (CREM - Céline Ségur et Laurence Corroy) et l'Université du Luxembourg (C2DH- Valérie Schafer).

Cette première rencontre visait à mieux saisir les modalités du débat public en ligne, en tenant compte aussi des évolutions qui ont vu celui-ci se déplacer des forums ou sites web aux réseaux socio-numériques notamment. En invitant Romain Badouard, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris-Panthéon-Assas et Annaïg Haute, rédactrice en chef de la radio France Bleu Lorraine, il s'agissait à la fois de penser la production comme la réception des informations, les pratiques du débat public (en terme de circulation, participation, curation et régulation) mais aussi de penser le rôle des médias et des professionnel-le-s de l'information dans cet écosystème en constantes mutation et reconfiguration.

Ainsi Romain Badouard, spécialiste des questions qui lient la circulation de l'information sur Internet et la formation du débat public, et auteur de plusieurs ouvrages de recherche sur le sujet, notamment *Le désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur, propagande* (2017, FYP éditions) et *Les nouvelles lois du web. Modération et censure* (2020, Le Seuil), a discuté et décrypté plusieurs éléments clé pour la compréhension de ces enjeux : citons notamment les questions de modération, de l'anonymat et du pseudonymat, des affects et communautés, de l'économie de l'attention, ainsi que le rôle des infrastructures et plateformes dans les modalités du débat en ligne. Annaïg Haute a apporté un regard tout à fait complémentaire, en éclairant la fabrique concrète de l'information, les enjeux de vérification, les dispositifs communicationnels à l'œuvre à radio France Bleu Lorraine – du site aux réseaux socio-numériques, l'animation d'une communauté d'auditeurs et lecteurs des contenus en ligne, ou encore les choix des canaux de communication.

## Intervention de Romain Badouard sur la thématique du débat public d'un point de vue des sciences sociales



-Romain BADOUARD-

Maitre de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris-Panthéon-Assas (CARISM), spécialiste des questions qui lient la circulation de l'information sur l'Internet et la formation du débat public.

Un constat s'intensifie depuis quelques années concernant le sentiment de désillusion et de désenchantement vis-à-vis du rôle d'Internet dans le débat public. Depuis ses débuts grand public dans les années 1990, Internet avait plutôt été perçu comme un outil au service de la démocratie, de la liberté d'expression, de l'émancipation des citoyens. Mais depuis une dizaine d'années, quand le rôle d'Internet dans la démocratie est évoqué, c'est souvent pour dénoncer la désinformation, les discours de haine ou le cyberharcèlement, entraînant par la même occasion ce désenchantement. Il y a une grosse dizaine d'années, les discours sur le rôle d'Internet comme facteur d'émancipation étaient célébrés. Si on analyse cependant cette question du point de vue des sciences sociales, on se rend assez vite compte que les espoirs dans le rôle démocratique d'Internet, comme ses limites, sont quelque part les deux facettes d'une même pièce. Internet en tant que technologie, n'est pas bonne ou mauvaise, en revanche c'est un réseau de communication qui va imprimer ses spécificités sur le débat public et qui va en quelque sorte reconfigurer en fonction de ses propres caractéristiques. Deux caractéristiques principales se dégagent lorsque l'on regarde Internet en tant que réseau de communication : d'une part, c'est un réseau qui est ouvert, d'autre part, c'est un réseau qui est décentralisé.

### Internet : un réseau ouvert et décentralisé qui permet d'échapper aux contrôles

C'est un réseau ouvert car il est très facile de s'y connecter. Il suffit d'avoir un téléphone, une tablette, un ordinateur, une connexion Wifi pour pouvoir accéder au réseau, aux informations qu'il contient et pour pouvoir produire et publier nous-mêmes des informations. Cette accessibilité et cette facilité avec laquelle on va pouvoir accéder à un public et rendre publiques des informations sont assez inédites dans l'histoire des médias. Cette idée de démocratiser le débat public, d'offrir une voix aux sans-voix a été louée comme une vertu démocratique d'Internet, mais le revers de la médaille, c'est que si on ouvre le débat public on l'ouvre pour tout le monde. On l'ouvre donc aussi pour des voix rétrogrades, potentiellement haineuses, d'une population qu'on n'a pas toujours envie d'entendre mais qui bénéficie également de l'ouverture du débat public et de la possibilité d'avoir accès à une audience.

## GRACE

La deuxième caractéristique d'Internet, c'est sa décentralisation : dans les médias traditionnels et les médias de masse on parle de "point de contrôle" quand on essaye de modéliser la manière dont ils fonctionnent. Que ce soient les chaînes de télévision, les stations radio ou la presse écrite, il y a toujours des points de contrôle dans la circulation des informations, par lesquels on peut contrôler les flux d'information. Les chaînes de télévision vont émettre depuis les studios, idem pour les stations radios et les journaux sortent des imprimeries. Quand on assiste à une révolution dans un pays, les révolutionnaires prennent d'abord le palais présidentiel et ensuite les stations radio ou les chaînes de télé pour contrôler l'information. Or, ce n'est pas impossible avec Internet, mais c'est beaucoup plus difficile. L'infrastructure d'Internet n'est pas visible. Si c'était le cas on verrait des câbles qui sont reliés à des ordinateurs, eux-mêmes reliés à des serveurs et on découvrirait un réseau décentralisé. Ce qui fait que même si on contrôle un point sur ce réseau, l'information a la possibilité de passer par un autre point, ce qui entraîne une difficulté à contrôler très précisément l'information. Cette décentralisation a donc pour conséquence d'amoindrir le contrôle sur la parole publique. Ce qui peut être très positif car on bénéficie d'une plus grande liberté d'expression sur Internet, mais le revers de la médaille est la remise en cause de la parole d'autorité classique (celle des pouvoirs publics ou des scientifiques), en plaçant sur un même pied d'égalité des paroles qui étaient jusqu'alors séparées dans l'espace des médias traditionnels. De ce fait, on ne s'exprime pas mieux ou moins bien sur Internet, on n'y débat pas mieux ou moins bien, mais on y débat différemment. Il est apparu qu'une nouvelle culture de débat est née sur Internet et sur les réseaux sociaux en fonction des caractéristiques que je viens de citer.

« On ne débat pas mieux ou moins bien sur Internet, on y débat différemment. »

Aujourd'hui quand on parle du débat public sur Internet, c'est effectivement pour mettre en lumière les maux du débat en ligne et deux vont être abordés ici : la supposée violence des débats sur Internet, et la désinformation sur les réseaux sociaux.

## Une violence expressive de plus en plus présente dans les débats en ligne

La première question qu'on pourrait se poser à ce sujet, toujours d'un point de vue de sciences sociales, serait de se demander s'il est vrai qu'il y a plus de violence sur Internet et dans les débats en ligne et si Internet nous rend plus violent ou plus tolérant à l'égard de la violence dans le débat. Il n'y a pas de réponse facile à cette question parce que c'est tout simplement difficile de mesurer un niveau de violence : par rapport à quoi le mesure-t-on ? Qu'est-ce qu'on appelle "violence" dans les débats en ligne ? Est-ce qu'on est plus violent aujourd'hui qu'il y a cinq ou dix ans ? Est-ce que c'est pertinent de se poser la question ? Ces précautions étant prises, des indicateurs nous démontrent tout de même que le débat semble être de plus en plus violent sur Internet et les réseaux sociaux. Certains sondages d'opinions qui valent ce qu'ils valent, indiquent qu'une partie importante des sondés affirment être témoins de discours de haine, de formes de violence expressive ou d'agressivité dans le débat. Ces témoignages semblent aller grandissants.

## GRACE



D'autres données, qui sont peut-être plus fiables, sont celles transmises par les professionnels de la modération sur les réseaux sociaux ou sur les sites des médias qui eux aussi témoignent d'une augmentation de l'agressivité mais qui reste quand même très minoritaire. Suivant les modérateurs professionnels, entre 3 et 5% des messages sur Twitter ou dans les commentaires YouTube sont des messages agressifs. 5% des messages c'est une petite minorité, certes, mais face au volume des messages publiés ça représente quand même un nombre important de messages contenant des marques d'agressivité.

Il semblerait donc qu'il existe quand même une agressivité assez importante dans les débats sur Internet et la question qui se pose par la suite est sa provenance. Pourquoi les gens sont plus agressifs lorsqu'ils débattent sur Internet ? Si je pose cette question, il y a fort à parier que le premier élément de réponse soit l'anonymat : on débat anonymement sur Internet, on a la médiation des écrans et on n'est pas

responsable de notre parole donc on peut se permettre une violence que l'on ne se permettrait pas lors de débats en face à face qui exigent des règles de civilité qui font que l'on va se retenir, quitte à ne pas exprimer exactement ce que l'on souhaiterait dire. Alors effectivement l'anonymat est un facteur indéniable et joue un rôle dans la violence en ligne, mais on peut évoquer deux points à ce sujet. D'abord que l'anonymat libère la parole pour le meilleur comme pour le pire : si on regarde les débats des années 1990 à l'arrivée d'Internet grand public, on parlait aussi de l'anonymat mais de manière très positive. L'anonymat était perçu comme un facteur capable de nous libérer des carcans sociaux qui pèsent sur nos prises de paroles. On sait que quand on prend la parole en public, notre parole est cadenassée par notre identité sociale, notre sexe, notre identité de genre, notre couleur de peau, et tout cela est très documenté en sociologie. Tous ces facteurs influencent la manière dont on ose, ou pas, prendre la parole. L'anonymat sur Internet est surtout un moyen de se libérer de ces carcans sociaux et de pouvoir poser des questions qu'on n'osait pas poser, explorer des débats qu'on n'aurait pas osé explorer dans la vraie vie. Donc ce premier point c'est de dire que l'anonymat c'est pour le pire, mais aussi pour le meilleur, même si évidemment aujourd'hui, on voit plutôt le pire. Cependant, l'anonymat n'est pas le seul facteur qui explique l'agressivité sur Internet.

« L'anonymat libère la parole pour le meilleur comme pour le pire. »

Certaines études en sciences sociales viennent documenter d'autres facteurs explicatifs de la violence. Le

## GRACE

premier, c'est que la violence dans les débats sur Internet trouve souvent une justification morale. La sociologue américaine Lisa Blackwell a réalisé une étude très parlante :

Elle réunit des focus groups et elle leur montre le tweet d'une certaine Lisa qui parle à une certaine Anna, en lui disant "tu n'es qu'une conne, tu devrais te suicider". Elle demande ensuite à ces focus groups s'ils trouvent que c'est acceptable de tenir de tels propos sur les réseaux sociaux. Évidemment ce premier focus group réagit en expliquant que ce n'est pas légitime et que c'est inacceptable de tenir ce genre de propos publiquement sur les réseaux sociaux. Puis, aux autres focus groups, elle montre le même tweet mais elle ajoute des informations à l'histoire et notamment un élément qui explique qu'Anna, qui se fait insulter, est en fait une arnaqueuse professionnelle et que sa spécialité est d'arnaquer des couples de retraités, de les mettre sur la paille. Aux USA elle a même ruiné des personnes âgées qui se sont retrouvées à la rue et Anna est donc en fait une personne peu recommandable. Quand Lisa Blackwell demande ensuite aux focus groups s'ils pensent que c'est normal de tenir de tels propos à son égard, les réponses sont plus gênées : "Oui bon, on ne devrait pas lui dire de se suicider mais quand même elle l'a un peu cherché". Cette étude est utilisée pour montrer que la violence est beaucoup plus acceptée quand elle a une justification morale. Dans l'histoire de la culture Internet, il y a plein d'exemples comme cela et ce sont des pratiques qu'on retrouve régulièrement : non à la violence expressive, mais s'il s'agit de s'en prendre à des personnes racistes, misogynes ou homophobes, ça s'explique, et c'est plus acceptable.

Le second facteur notable est l'usage stratégique de la violence, c'est-à-dire que les débats sur les réseaux sociaux sont rarement des vrais débats. L'enjeu de ces débats est plutôt d'occuper l'espace et d'assurer le maximum de visibilité aux arguments qu'on défend pour faire taire le camp adverse. Il existe une pratique de cyberharcèlement militant qui se généralise aujourd'hui sur les réseaux sociaux de la part de tous les bords politiques, où le principe est de faire taire le camp d'en face, ce qu'on appelle le *silencing* en anglais. Malheureusement, cette pratique passe par le harcèlement, l'intimidation, etc... Les militantes féministes, par exemple, ont une expérience très réelle de ces mécanismes de cyberharcèlement où les militants masculinistes, en tout cas ceux qui les critiquent, vont appeler au meurtre, au viol, faire du *doxing*, donc communiquer des informations sur leur vie personnelle, leur appartement, l'école où sont scolarisés leurs enfants, etc..., dans le but de leur passer l'envie de s'exprimer. Quand ces femmes voudront s'exprimer de nouveau sur les réseaux sociaux, elles pèseront le pour et le contre en se disant "est-ce que ça vaut le coup que je m'exprime si c'est pour me prendre en retour une telle violence?". Et la réponse est souvent non. Donc ces militantes se taisent et leurs opposants ont gagné puisque leur tentative d'intimidation a fonctionné.

Enfin, un dernier facteur moins visible est le rôle du design des plateformes favorisant l'agressivité. Twitter est un réseau particulièrement pointé du doigt lorsque l'on parle de la violence en ligne et ce n'est pas pour rien. Le design de Twitter, c'est-à-dire sa conception technique, va favoriser des formes d'expressions violentes. Par la limitation des caractères, on publie des messages courts sans s'embarrasser du contexte.

« Le design de Twitter va favoriser des formes d'expressions violentes. »

## GRACE

Les propos vont être décomptés, la pensée va se radicaliser pour tenir dans un tweet de 280, voire 140 caractères. L'idée c'est d'aller droit au but, on est donc moins modéré dans son propos qu'on ne le serait si on avait eu plus d'espace pour s'exprimer. En plus de cela, il y a aussi le système des arobases et des hashtags. Grâce aux arobases on va directement pouvoir prendre quelqu'un à parti, ce qui va favoriser les pratiques d'humiliation publique, et par l'hashtag on crée des camps retranchés dans le débat. La conception d'un réseau social n'est jamais neutre et elle met en place un type de débat particulier. Donc si Twitter est un espace violent, c'est aussi parce que son design et sa conception technique favorisent cette violence. Ce n'est pas vraiment Internet qui rend le débat plus violent qu'auparavant, ce sont plutôt les conditions d'échange sur les réseaux sociaux qui vont rendre propice un usage à la fois moral et stratégique de cette violence.

## La désinformation, un phénomène politique et économique qui prend de l'ampleur

La désinformation est un autre mal du débat public en ligne dont on parle beaucoup aujourd'hui. Là encore, d'un point de vue des sciences sociales, pourrait se poser une question

« Les fausses informations vont venir concurrencer les médias traditionnels et c'est cette concurrence qui est nouvelle. »

un peu naïve qui consiste à se demander où se pose le problème. Des fausses informations, des rumeurs, des théories du complot, il y en a toujours eu et chacun a déjà participé à faire circuler des rumeurs. Discuter des légendes urbaines ou des rumeurs, c'est le but de la rumeur même : faire parler et faire

fonctionner le lien social. Donc qu'est-ce qui change aujourd'hui ? C'est que ces fausses informations circulent sur les réseaux sociaux. Ces derniers sont devenus la source d'information principale d'une grande partie de la population. Cela pose des problèmes parce que ces fausses informations vont venir concurrencer les médias traditionnels et c'est cette concurrence qui est nouvelle. Même lorsque des rumeurs sont propagées dans la cour du collège ou à la machine à café, il y a l'intuition que ces légendes urbaines ne sont pas vraiment au même niveau que les informations médiatiques. Même au collège on savait que ces légendes urbaines n'allaient pas faire la une du JT sur TF1, ni du *Monde*. On comprenait même sans l'analyser qu'il s'agissait de deux espaces d'information distincts. Aujourd'hui, la fausse information concurrence l'information traditionnelle. Par ailleurs, une fausse information sur Twitter, Facebook, Instagram, TikTok apparaîtra sous le même aspect graphique qu'une information vérifiée : la même charte graphique, la même image, la même titraille et la source apparaîtra aussi tout en bas. Alors certaines personnes peuvent faire la distinction et analyser la pertinence des sources, mais pour un collégien de 12 ans qui s'informe sur les réseaux sociaux, c'est beaucoup plus compliqué d'apprendre à faire cette distinction entre les pertinences des sources. Les questionnements vont même un petit peu plus loin : qu'est-ce que changent les réseaux sociaux à la circulation des fausses informations ? Ces derniers vont organiser une forme d'industrialisation de la circulation d'information. C'est important parce que le modèle économique de la publicité en ligne joue un

## GRACE

rôle majeur dans la circulation des fausses informations. C'est-à-dire que certaines personnes ont un intérêt économique à produire des fausses informations pour gagner de l'argent, non pas par intérêt idéologique, mais simplement pour de l'argent. On le distingue très bien dans le domaine de la désinformation sanitaire par exemple. Certaines personnes, parfois ce sont même des ados, vont créer des sites sur lesquels ils hébergent de la publicité. Ils demandent à Google d'insérer de la publicité sur leur site, puis ils font circuler des fausses informations sur les réseaux sociaux du type : "Vous ne saviez pas que manger des pépins de pamplemousse vous protège de tous les cancers" ou "Ce fruit dont votre docteur ne veut pas vous parler parce qu'il va vous sauver la vie". Ils jouent sur une corde assez classique qui est l'information de santé car on veut tous être en bonne santé et on est tous concernés par notre santé, donc on va avoir envie de cliquer. On arrive sur leur site, on va voir de la publicité et à chaque fois qu'une bannière publicitaire apparaîtra, ils récupéreront quelques centimes d'euro. Cependant, quelques centimes d'euro appliqués aux millions de gens qui verront l'information sur les réseaux sociaux, ça engendre beaucoup d'argent.

De cette façon, ces personnes peuvent parvenir à se dégager des salaires de plusieurs milliers d'euros juste en diffusant de fausses informations. Il y a donc un intérêt économique à produire de la fausse information car sur le marché c'est un produit compétitif.

Un dernier point à évoquer sur la désinformation, est la nouvelle volonté de propagande politique par le biais des fausses informations. On l'a connu avec le Brexit, avec l'élection de Trump aux Etats-Unis, l'élection de Bolsonaro au Brésil. Les fausses informations vont être utilisées dans un but de propagande politique pour chercher à influencer un public et à le faire voter pour un candidat plutôt qu'un autre. L'efficacité de ces stratégies est largement remise en cause par les travaux en sciences sociales. Pour autant, s'il y a beaucoup de désinformation sur les réseaux sociaux c'est aussi parce que les désinformateurs bénéficient du modèle économique des réseaux sociaux qui est celui du marketing ciblé. Ce dernier consiste à cibler une publicité vers un public particulier. Pour faire de la publicité sur Facebook, il est possible de demander au réseau de parler à des jeunes de 18 à 25 ans, qui vivent dans une ville, qui portent des baskets blanches, qui écoutent du rap, qui aiment manger thaïlandais et qui regardent "Touche pas à mon poste". Ce pouvoir de marketing ciblé est aux mains des désinformateurs qui vont l'utiliser pour toucher des publics très précis. On va parler aux Noirs américains qui votent majoritairement démocrates en les informant que Hillary Clinton soutient les policiers dans le cas d'affaires de violences policières. Ce n'est pas vrai, mais ça les décourage de voter démocrate. On va cibler des populations touchées par la désindustrialisation au Royaume-Uni en leur disant que tout cela est la faute de l'Union européenne pour leur donner envie de voter pour le Brexit, etc... Donc certes, la désinformation est un phénomène qui n'est pas nouveau, mais les réseaux sociaux et le marché de la publicité en ligne leur offrent un écosystème extrêmement propice à leur propagation. Le problème posé par le débat public en ligne n'est pas vraiment dû à Internet en tant que tel, mais plutôt aux réseaux sociaux, et encore plus précisément aux firmes qui les détiennent et au modèle économique qu'elles déploient justement pour générer des revenus.

## GRACE

# Une recentralisation du web qui concentre l'essentiel du débat public

Il y a 20 ans était débattu le traité constitutionnel européen, qui est une période de l'histoire de France où justement le débat en ligne a été très vif. C'était presque la première fois qu'on parlait du débat sur Internet et il était très vivant : il était décentralisé et avait lieu sur une multitude de sites et de forums. Nous avons assisté dans les années 2010 à un phénomène de recentralisation du web autour de quelques grands services. Chacun est fautif de ce phénomène car ce sont nous les internautes qui utilisons Twitter (devenu X), Facebook, YouTube ou Netflix. Les derniers chiffres de l'Autorité de Régulation des Communications Électroniques (ARCEP), indiquent que si vous prenez quatre sites web : Netflix, Amazon, Méta et Google, ils représentent à eux seuls la moitié des flux de données sur le web français, alors qu'il existe des millions et certainement des centaines de millions de sites francophones. Aujourd'hui, le problème est donc

que ces réseaux jouent le rôle de l'espace public mais en ligne. Certes, ils

« Netflix, Amazon, Méta et Google représentent à eux seuls la moitié des flux de données sur le web français. »

jouent donc le rôle des espaces publics, mais ce sont des entreprises privées à but lucratif qui développent un modèle de captation de l'attention qui repose sur l'utilisation de données personnelles et sur un design qui va générer de l'addiction. Shoshana Zuboff, professeure émérite à la Harvard Business School, appelle cela "le capitalisme de surveillance". C'est un modèle techno-économique qui va inciter à réagir plutôt qu'à réfléchir, qui va favoriser la visibilité des contenus radicaux et ce sont ces derniers qui vont générer de l'indignation. C'est un modèle qui va aussi polariser la société en donnant à voir aux internautes ce qui correspond à leurs attentes. Pour reprendre les mots de la chercheuse américaine Zeynep Tufekci, on vit aujourd'hui une époque paradoxale : d'un côté, c'est l'âge d'or de la liberté d'expression car il n'a jamais été aussi simple de prendre la parole et de se faire entendre d'un public. De l'autre, le pouvoir sur le débat public n'a jamais été concentré dans les mains de si peu d'acteurs. Il y a sur les plus grandes plateformes de réseaux sociaux, l'essentiel du débat public en ligne. Méta, Google, TikTok et X aujourd'hui, à eux seuls décident de ce qui est vu, débattu, invisibilisé, qui a le droit de prendre la parole, d'être vu par les autres, etc... Ça pose donc un problème démocratique très important.

Pour terminer cette intervention sur une note positive, il y a aujourd'hui beaucoup de gens qui travaillent à des initiatives pour redécentraliser le web, notamment des initiatives de réseaux sociaux décentralisés. Il y a déjà Mastodon, mais aussi Bluesky qui développent déjà des modèles un peu différents. Certaines personnes appellent même à la création de réseaux sociaux publics, à l'instar des chaînes de télévision ou des stations radios publiques. Pourquoi n'existerait-il pas des réseaux sociaux publics qui seraient à but non lucratif, indépendants des pouvoirs publics comme le sont Radio France et France Télévision, et qui développeraient un design respectueux de l'attention des usagers, dont l'architecture technique serait transparente et où les

## GRACE

usagers auraient davantage leur mot à dire dans la gouvernance de ces plateformes. Ça peut paraître utopique, mais si on reprend les mots de Zeynep Tufekci évoquée précédemment, elle affirme que ce n'est pas si utopique que ça. Facebook fête ses 20 ans cette année, Google a fêté ses 25 ans l'année dernière et elle a fait un comparatif avec l'industrie automobile : quand l'industrie automobile fêtait ses 20 ans, il n'y avait pas de ceinture de sécurité, pas de code de la route ni d'airbag. Donc il faut se dire que le code de la route ou les ceintures de sécurité, n'ont pas été inventés par les industriels qui cherchaient à sécuriser leurs usagers. Ils ont été inventés car des pouvoirs publics ont imposé de nouvelles règles et selon elle il n'y a pas de raison que de telles normes ne soient pas à nouveau appliquées à cette industrie encore naissante qui est celle des réseaux sociaux.

## Résumé de la discussion avec Annaïg Haute sur la thématique du débat public dans les médias

Annaïg Haute est rédactrice en chef de la radio France Bleu Lorraine. Garante de la ligne éditoriale de France Bleu Lorraine, elle œuvre au quotidien à la production et la diffusion de l'information dans un média régional de service public.

Annaïg Haute est revenue sur les transformations du métier de journaliste ces dernières années. Devenue journaliste radio il y a 15 ans elle a vu Internet arriver petit à petit et se transformer. Aujourd'hui, les journalistes chez France Bleu sont de plus en plus des journalistes plurimédias. Annaïg Haute a abordé la complémentarité de la radio et d'Internet avec le numérique.

## La complémentarité de la radio et d'Internet à l'heure numérique

La rédactrice en chef a rappelé qu'il existe des similitudes entre Internet et la radio car ce sont deux médias qui vont très vite. Il lui arrive parfois aujourd'hui de demander à ses équipes de s'occuper du web en priorité avant de travailler le sujet radio. En l'espace de dix ans, l'organisation s'est complètement transformée. Avant, pour une information qui tombait à 11h00, la priorité était d'avoir un papier pour le journal de 12h00. Aujourd'hui il y a parfois une priorité donnée à Internet, quitte à délivrer l'information de manière plus courte dans le journal de 12h00, en renvoyant les auditeurs sur le web. En parallèle, continuer à s'attarder sur la radio tout en postant des articles sur Internet, permet de toucher plus de monde. Les réseaux sociaux sont très suivis, ils permettent d'atteindre des publics différents (France Bleu a une communauté fidèle sur Facebook, tandis qu'Instagram permet de toucher un public de trentenaires, plus jeune). Néanmoins, a rappelé la journaliste, rien ne remplace le terrain.

Annaïg Haute a également parlé des interventions du public à la radio. C'est une tradition à France Bleu que de donner une grande place aux auditeurs à l'antenne. Aujourd'hui, ces derniers peuvent appeler autant qu'ils peuvent s'exprimer sur les réseaux sociaux. Les auditeurs peuvent

## GRACE

aussi alerter les journalistes via Internet, l'information est alors vérifiée et certifiée avant d'être diffusée. Au sujet de la vérification de l'information, la rédactrice en chef indique aussi qu'il est essentiel de réaliser de l'éducation aux médias dans les écoles.

## Une violence observée, entre le choix du contrôle ou de la liberté d'expression

Au sujet de la violence qui peut être exprimée en ligne, Annaïg Haute observe que France Bleu a la chance d'avoir des auditeurs (qui sont aussi les internautes) qui ont un sentiment de communauté d'appartenance. Par rapport à d'autres médias, les commentaires sont assez bienveillants. Les quelques rares débordements sont modérés par un prestataire extérieur et régulés par la rédactrice en chef. Toutes les incitations à la haine ou les propos illégaux sont tout de suite supprimés. Mais la rédaction essaie aussi de répondre à tous les propos violents ou agressifs envers les journalistes qui peuvent être publiés sous certains articles ; ce qui permet parfois de calmer le débat.

En tant que média local, a ajouté la journaliste, il y a un lien affectif qui se tisse entre France Bleu Lorraine et ses publics. La défiance est donc peut-être moindre que dans d'autres médias où les gens sont plus éloignés. Néanmoins la violence peut quand même exister ; Radio France a mis en place une procédure *ad hoc*. Annaïg Haute a conclu en précisant que le débat doit avoir sa place sur les pages web du média.

*Le temps de discussion avec le public a permis de revenir sur des points dédiés notamment à la ligne éditoriale de la radio France Bleu Lorraine, ses spécificités en termes de public, les temporalités de diffusion de l'information, les enjeux de modération - nos deux intervenants contribuant à enrichir la compréhension des relations entre médias d'information, plateformes, communautés et communications numériques. Les enjeux d'éducation ne pouvaient pas manquer non plus d'être abordés, et notamment à destination des jeunes.*

*Le cycle de conférences poursuivra son approche de ces enjeux au cours d'une prochaine rencontre qui se tiendra le 18 novembre 2024 au Luxembourg.*

*Nous remercions chaleureusement Marie-Sarah Nottet pour son travail sur ce compte-rendu basé sur l'enregistrement audio de la conférence.*