

Bientôt l'ère post-news ?

Meta-média, n° 16, automne hiver 2018, cahier média de France Télévision, E. Scherer - extraits

Ensevelis tous les jours un peu plus sous un déluge croissant d'images, de sons, de contenus et de données qui déferlent sur tous les écrans, s'accumulant en couches indigestes qui saturent et polluent leur espace mental, nombreux sont ceux qui, dans un phénomène d'autoprotection, expriment désormais leur lassitude à l'égard de l'information. Ils seraient même déjà près de 70% aux États-Unis, où on parle désormais de « news fatigue ».

Le flot ininterrompu de mauvaises nouvelles nous ronge, et favorise, selon Bruno Latour, sociologue, anthropologue et philosophe, la vague populiste mondiale actuelle.

Difficile aujourd'hui de s'en affranchir compte tenu d'une actualité où tragédies, pessimisme et négativité dominent.

Au risque de déchirer encore un peu plus le tissu social ajouré, l'heure est – avec le numérique et la démultiplication des points de contact – justement à la personnalisation des contenus, des loisirs, du divertissement. Mais aussi de l'info. Notamment en raison de la fragmentation des publics et des sources. Chacun, ou presque, a ses propres réglages, son propre flux, ses images, ses vidéos. Son info, et donc sa représentation du monde.

Et avec nos « like », nous sommes chaque jour un peu moins exposés aux informations reçues par les autres. Sauf s'ils sont dans notre propre bulle de filtre, dans la même chambre d'écho, favorisées par des algorithmes qui privilégient la nouveauté et la popularité de la nouvelle par rapport à son importance ou à sa valeur. La diversité souffre de ces choix mécaniques et tribaux qui favorisent plaisir et habitude dans une vision égoïste axée sur l'immédiateté.

Il y a donc danger à voir de larges communautés vivre dans des réalités différentes.(...)

Mais aujourd'hui, la Une du journal ou l'éditorial n'ont plus l'impact d'antan et font beaucoup moins réagir. Une des leçons d'Internet, c'est qu'il n'y a plus de monoculture. D'ailleurs, chacun est désormais en relation avec plus de gens qu'il ne l'a jamais été : difficile donc pour un média d'entrer dans le flux de chacun avec le même contenu ou la même info.

Car en dehors des réseaux sociaux, les pages web existent à peine. Le média social à la mode, Instagram, est un cul-de-sac presque sans lien vers l'extérieur. C'est bien le flux qui a gagné et qui organise l'information. Les gens sont désormais informés via un torrent ininterrompu de notifications, d'alertes, d'infos, d'opinions, d'émotions, distribuées de manière mystérieuse par de complexes logiciels et quelques chaînes en continu. L'info vient à nous. Dans notre poche. A tout moment, et partout. Plus besoin d'aller la chercher le matin dans le journal, le soir au JT.

On se défie de façon croissante de rédactions jugées élitistes et déconnectées du terrain, d'éditorialistes vivant dans l'entre-soi des puissants et du politiquement correct. De plus en plus, les médias sont classés comme partisans (...)

L'attitude protestataire, antisystème, « déagiste » a atteint, dans les grands pays, la sphère médiatique, souvent accusée de faire grimper l'audience avec du sensationnel et de proposer une perspective de mondialisation automatique qui ne séduit plus, qui effraie même.(...)

Les jeunes générations, en Europe, ont moins confiance dans l'info traditionnelle que leurs aînées, et ont deux fois plus de chances de s'informer en ligne qu'à la télévision, notamment auprès de leur YouTubeur préféré.(...)

Aux États-Unis, la presse, qui a encouragé la guerre en Irak sur la foi de fausses nouvelles non vérifiées, n'a pas été en mesure d'alerter sur la crise financière de 2008 liée au surendettement des ménages et à la folie des banques, et n'a pas cru, ni même vu venir l'adhésion populaire à Trump. Même aveuglement dans les rédactions européennes, surprises par le Brexit ou, il y a quelques années, par le référendum raté en France sur une constitution européenne.(...)

Nous vivons depuis trente ans une transformation totale des structures de communication avec la démocratisation (idéaliste ?) de la prise de parole, son transport aisé, l'apparition de nouveaux outils d'amplification qui ont élargi considérablement l'éventail des voix pouvant être entendues. Sans bien réaliser qu'on armait ainsi les extrémistes radicaux, le harcèlement et la haine. Les réseaux sociaux – Facebook, Twitter, YouTube... – ne sont pas en mesure, on le voit chaque jour, de nous proposer un forum acceptable et représentatif de la démocratie, qui se fonde sur l'idée que l'électeur sait à quoi s'en tenir.

Le problème n'est même pas que les gens consomment de fausses nouvelles, c'est qu'on ne les atteint plus avec des vraies ! La vérité elle-même est démonétisée, discréditée. On a tellement avalé de couleuvres qu'on ne veut plus croire en rien.

Sans valeur, la vérité est remise en cause sans vergogne dans un scepticisme général mortifère où les faits sont moins importants que les croyances et les convictions. « Le vrai a perdu de sa valeur face au vraisemblable », écrit justement Libération cet automne.

Et il ne suffit plus de rapporter l'info, même importante. Le New York Times peut publier une vaste enquête sur l'histoire fiscale de Trump, tout le monde s'en moque ! Ou plutôt, cela n'a aucun impact, car ceux dont l'enquête est censée changer l'avis ne la lisent pas !

« Il est peu probable que fournir des informations plus nombreuses et plus fiables arrange les choses (...) La plupart des gens n'aiment pas l'excès de faits et ont horreur de passer pour des idiots », juge l'historien Yuval Noah Harari.

Des faits avérés ne parviennent donc plus à convaincre les électeurs.

La priorité est donnée aux émotions et aux opinions. La réalité des faits et la véracité des propos sont secondaires. Le sensationnel l'emporte sur le rationnel, le divertissement sur le fond, et souvent l'image sur le texte. Des menteurs ont pris le pouvoir dans les plus grands pays.

Aux Amériques, en Europe, en Asie. Et ils s'attaquent aux journalistes, devenus « ennemis du peuple ».

« Les nouvelles, c'est le temps qu'il fait. L'information, c'est à propos du climat »