



SÉRIE AMÉRICAINE ÉLECTIONS 2020

Par son impact sur le reste du monde autant que par ses incertitudes, l'élection présidentielle américaine va retenir notre attention durant les semaines qui viennent. Terra Nova se met à l'heure américaine en publiant des contributions venant d'horizons variés, avec pour objectif de multiplier les éclairages sur une élection atypique. Sans illustrer une position collective de Terra Nova, les textes du présent cycle viseront à mieux comprendre les impacts multiples de ce vote aux Etats-Unis et au-delà.

FRACTURE SOCIALE, FRACTURE COMMUNICATIONNELLE LES DEUX FACES D'UNE MÊME QUESTION

31 octobre 2020 | Par Françoise Benhamou, Professeure d'économie à l'université Sorbonne-Paris Nord et membre du Cercle des économistes

Les réseaux sociaux, c'est bien connu, loin d'élargir le cercle de nos amis à ceux qui ne pensent pas comme nous, nous maintiennent dans un même cercle de raison - ou de déraison. Les élections américaines, de ce point de vue, sont le théâtre de cette dérive qui fait que la seule parole audible, et de confiance, est la parole de ceux qui partagent déjà nos opinions, fussent-elles infondées ou ancrées dans une palette de *fake news*. On reconnaîtra à Donald Trump d'avoir compris, déjà à travers la télévision, puis par son usage frénétique des réseaux sociaux, le profit qu'il pouvait tirer de la fidélisation de son électorat par l'envoi de messages destinés à conforter ce qu'il souhaite entendre, et à évincer, voire dénoncer, toute autre parole.

Cass Sunstein avait dès le début des années 2000 posé la question du filtrage, dans le cyberspace, de toute information sauf de celle que nous souhaitons voir, entendre et lire, et des conséquences pour la démocratie de ce rétrécissement de notre univers informationnel^[1].

[1] Cass R. Sunstein, *Republic.Com*, Princeton University Press, 2001.

La situation est d'autant plus paradoxale que la quantité d'informations à laquelle nous avons théoriquement accès est démultipliée par l'Internet. Les « bulles filtrantes » des réseaux sociaux, pour reprendre le terme d'Eli Pariser^[2], nous poussent toujours plus loin vers ce que l'on connaît déjà. Elles nous maintiennent dans des cercles de discussion où l'on retrouve les contenus qui alimentent nos croyances, nos valeurs et nos opinions, qui mettent en avant les héros que l'on s'est choisis.

Ce modèle de circulation virale de l'information entraîne, dans une société clivée en deux camps que tout sépare – modes de vie, habitat, valeurs, culture, catégories d'emplois, etc. – l'accentuation des clivages et la solidification des barrières entre deux pans de la société. Le modèle culturel, économique et social des réseaux pousse à cela. Culturel, par le langage et les référents partagés ; économique, car la publicité est plus efficace quand elle s'adresse à des individus dont on connaît les centres d'intérêt ; social, car les lignes de partage de la conversation numérique reflètent – et réciproquement – les clivages sociaux. Aux Etats-Unis où la violence des antagonismes entre deux Amériques qui ne se comprennent pas ouvre la voie à « une nouvelle guerre de Sécession », comme l'écrivait Douglas Kennedy dans *Libération* (16 octobre 2020), on assiste à l'entrée dans une « ère dystopique » où « l'impensable est devenu possible. »

La campagne électorale a amplifié cette polarisation : Donald Trump ne parle qu'à ses électeurs, ne cherche aucunement à convaincre d'autres que ceux qui le sont déjà, et le camp démocrate, dans une campagne plutôt aseptisée, ne parle lui-même qu'aux siens. Cette façon d'accroître l'audience en opposant jusqu'à l'extrême un pan de la société à un autre existait déjà à la télévision bien avant les réseaux sociaux, mais les réseaux en démultiplient la redoutable efficacité. La langue de Twitter est un reflet parfait du renoncement à l'autre : le faible nombre de signes pousse à la caricature des pensées déjà trop simples. Confrontation des passions et des émotions, indifférence des abstentionnistes : les ingrédients d'une guerre civile euphémisée (du moins peut-on espérer qu'elle le demeure) sont sur le devant de la scène.

Le clivage ne se reflète pas seulement dans ces deux conversations numériques s'ignorant mutuellement. Il est aussi un clivage des usages ; selon le Pew Research Center^[3], les Démocrates sont plus nombreux et plus actifs sur la plateforme, et les 10% des Démocrates les plus actifs produisent généralement environ deux fois plus de tweets par mois (157) que les 10% des Républicains les plus actifs (79) – sans que soit précisée la nature de cette activité : messages originaux ou re-tweets.

[2] Eli Pariser, *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*, Penguin, 2012.

[3] Differences in How Democrats and Republicans Behave on Twitter, 15 oct. 2020, <https://www.pewresearch.org/politics/2020/10/15/differences-in-how-democrats-and-republicans-behave-on-twitter/>

Il n'empêche : une journaliste américaine du média en ligne Vox, Jane Coaston, désigne Donald Trump comme un président « extrêmement en ligne », au sens où il est non seulement ultra-connecté à Internet, mais profondément modelé par une culture de l'Internet qui non seulement valorise ce qui se dit en ligne, mais considère que ce qui se dit en ligne transforme profondément ce qui se passe hors ligne[4]. D'où ce tour de force d'utiliser l'immatériel pour se présenter comme celui qui connaît la « vraie » vie des « vrais » Américains... Le récit vaut alors vérité. Une analyse des tweets présidentiels menée par le *New-York Times*[5] montre à quel point Twitter est le réseau de diffusion de la réalité politique parallèle de Donald Trump, avec ses « faits alternatifs », ses fausses informations destinées notamment à galvaniser une partie de sa base électorale. Notons ici que Donald Trump compte plus de 87 millions de followers, mais on soupçonne qu'un certain nombre d'entre eux sont des bots (c'est à dire des comptes automatisés). Certes, seuls 10% des utilisateurs américains de Twitter créent 92% du contenu de la plate-forme ; mais ces 10% créent des échos bien au-delà de leurs followers respectifs[6].

Il faut alors s'interroger sur le rôle des médias, et tout particulièrement sur celui de la presse nationale ou locale, comme contrefeu - ou au contraire comme caisse de résonance - du bruit et de la fureur qui se jouent sur les réseaux sociaux. De l'aveu même des journalistes du *New-York Times*, il devient difficile de s'émanciper de la cascade des tweets présidentiels, qui finit par déterminer en partie la liste – et parfois même la hiérarchie – des sujets traités. Il faudra faire l'analyse de cette sorte de capture des attentions et de cette préemption des thèmes qu'elle implique, comme des moyens mis en place pour s'en défendre.

Il y a des leçons à tirer de cette homothétie américaine entre clivage de la communication et de l'information, et clivage de la société en deux camps irréductibles qui n'entendent pas se parler et où il semble que l'on ait intériorisé cette incommunicabilité. On aurait tort de s'en croire immunisé de ce côté-ci de l'Atlantique : il suffit de se référer aux séquences récurrentes des gilets jaunes, dont on ne sait jusqu'à quel point ils se tiennent encore en embuscade, pour se remémorer l'importance de la fracture sociale et communicationnelle ; chaque «camp» semblait ne parler qu'aux siens.

[4] Trump's presidential campaign is Too Online, by Jane Coaston jane.coaston@vox.com, Oct 22, 2020, <https://www.niemanlab.org/reading/trumps-presidential-campaign-is-too-online/>

[5] Michael D. Shear, Maggie Haberman, Nicholas Confessore, Karen Yourish, Larry Buchanan and Keith Collins, How Trump Reshaped the Presidency in Over 11,000 Tweets, *New York Times*, Nov. 2, 2019, <https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/02/us/politics/trump-twitter-presidency.html>

[6] Source : Pew Resarch center.

Ce sera un des enjeux des campagnes à venir : les candidats chercheront-ils à élargir leur base électorale ou se contenteront-ils de parler à leurs électeurs déjà conquis ? Et sur quelles terres et avec quels arguments iront-ils s'étendre, lorsqu'ils voudront le faire ?

Les réseaux sociaux seront un des lieux de la réponse à cette alternative. Que faire afin de ne pas rester impuissant devant la barrière communicationnelle qui s'est établie ? Des outils de régulation du caractère viral de la communication qui s'y déploie peuvent être envisagés^[7]. Et il est souhaitable de scruter et d'encadrer plus encore qu'aujourd'hui la collecte des données et l'usage qui en est fait. Il faut aussi soutenir les médias qui ne surfent pas sur ce que l'on pourrait qualifier de populisme communicationnel : médias généralistes publics ou privés, presse quotidienne nationale et presse quotidienne régionale, en évitant l'angélisme ou l'aveuglement qui nous conduiraient à les parer de toutes les vertus, en miroir inversé du caractère diabolique des réseaux, ou à simplement oublier qu'elles font elles aussi grand usage des réseaux sociaux. Il s'agit simplement de préserver le pluralisme, la concurrence et la soutenabilité des différents médias.

En France comme ailleurs, la presse quotidienne nationale va mal. Si les ventes du papier continuent de s'effriter d'année en année (-3,6% en France en 2019), la diffusion numérique n'assure qu'un relais apparent. Les quotidiens nationaux affichent en effet, en 2019, une progression de leur diffusion numérique, et tout particulièrement Le Monde (+12,2%), Le Figaro (+5,3%) et Libération (+6,3%), tandis que la diffusion des Échos reste stable (+0,8%) (source : ACPM). La lecture est là, mais le modèle économique reste fragile : l'abonnement numérique est moins cher et apporte des revenus publicitaires de moindre importance que l'abonnement papier. Le rôle du papier demeure essentiel, car le feuilletage du journal papier dessine un regard sur le monde et sur une variété de sujets que la spécialisation du lecteur numérique, qui se concentre sur ses sujets de prédilection, n'offre pas. Il est vrai que les plus âgés continuent de lire le journal en reproduisant le mode de lecture « papier », mais on peut raisonnablement penser que ce mode de lecture s'épuisera avec les pratiques effectives des générations à venir. En préservant un tirage papier ou un journal numérique clonant l'ordonnement des thèmes typiques au papier, le média conserve naturellement une approche générale de l'information. C'est une étape et non un objectif, qui requiert des moyens et un soutien public, mais qui participe grandement de la lutte contre les fractures françaises.

[7] Les pistes ne sont pas inexistantes mais se heurtent à divers obstacles de principe ou de faisabilité, qu'il s'agisse d'exiger plus d'autorégulation, de ralentir la circulation (en imposant un temps de latence dans la diffusion d'un post), ou encore de ralentir la viralité (en limitant le nombre de contacts auxquels on peut envoyer une info). Des chartes existent déjà sur le bon usage des réseaux sociaux dans certaines professions (telle celle de journaliste).

Bien entendu, on ne dépassera pas les clivages sociaux en préservant l'avenir de la presse dans toutes ses composantes et toutes ses technologies, mais l'existence de médias de référence qui, même lus par certains seulement, aspirent à parler à tous, participe de la lutte contre nos fractures sociales et communicationnelles comme de la bonne tenue des campagnes électorales à venir.