

« On a sous-estimé le rôle des boucles numériques privées dans la campagne présidentielle »

PAR JOSEPH CONFAVREUX
ARTICLE PUBLIÉ LE SAMEDI 16 AVRIL 2022



Jen Schradie. © Sciences-Po

Les résultats des urnes ne sont pas ceux des réseaux sociaux, où Éric Zemmour et Jean-Luc Mélenchon semblaient avoir l'avantage. Entretien avec la chercheuse Jen Schradie, qui travaille sur les liens entre politique et infrastructures numériques, à l'heure où Emmanuel Macron prétend « démanteler » Facebook.

Internet est-il de droite ? C'est la question à laquelle Jen Schradie répondait par l'affirmative après avoir observé les élections ayant porté Donald Trump au pouvoir aux États-Unis. Dans son livre, tout juste traduit en français, *L'Illusion de la démocratie numérique* (Quanto), la chercheuse montre en effet que, contrairement à l'utopie fondatrice d'Internet suggérant que son fonctionnement serait émancipateur

et propice aux idées progressistes, les infrastructures numériques avantagent en réalité les droites et les droites extrêmes.



Jen Schradie. © Sciences-Po

Chercheuse à Sciences Po depuis quelques années, elle revient pour Mediapart sur la campagne présidentielle et les déclarations récentes d'Emmanuel Macron appelant à réguler, voire démanteler les plateformes américaines en situation de monopole pour ne pas être soumis à l'idéologie politique qu'elles catalysent.

Mediapart. Quelle lecture faites-vous du rôle d'Internet dans la campagne présidentielle française ? Le fait que les deux candidats qui ont été le plus offensifs et présents sur les réseaux, à savoir Jean-Luc Mélenchon et Éric Zemmour, n'aient pas accédé au second tour relativise-t-il l'importance de ces derniers ?

Jen Schradie: J'étudie les réseaux sociaux depuis des années, et j'aime ça, mais il ne faut pas perdre de vue qu'ils ne représentent pas toujours ce qui se produit dans la société réelle. Ils fonctionnent comme des mégaphones ou des projecteurs, qui déforment ce qui se passe dans la réalité de plein de manières, et la campagne présidentielle française n'a pas échappé à cela. On peut prendre deux exemples.

Alors qu'en raison de leur caractère discriminatoire et provocateur, on a pu avoir le sentiment que Zemmour et ses partisans étaient bien plus présents sur Twitter que Marine Le Pen, en réalité Éric Zemmour a moins de 400000 abonnés, tandis que Marine Le Pen en a plus de 2,7 millions.

Mais ce qui me semble encore plus déterminant est de comprendre à quel point, quand on parle, comme journaliste ou comme chercheur, des réseaux sociaux, on se focalise sur Twitter, et dans une moindre mesure sur Facebook et TikTok. On collecte ainsi des données précieuses, mais on manque sans doute un phénomène massif qui demeure une boîte noire, à savoir les boucles privées sur WhatsApp, Telegram, Signal ou les groupes privés sur Facebook, alors que c'est sans doute là qu'une partie de la politique numérique se joue, plus particulièrement dans le cas de Le Pen.

Votre livre récemment traduit en français s'intitule *L'Illusion de la démocratie numérique* et montre, à partir de l'exemple des États-Unis, comment, contrairement à l'utopie initiale qui se représente Internet comme un champ de libre expression égalisant les conditions et propice aux idées progressistes, le fonctionnement même du réseau mondial favorise les conservateurs et les droites. Est-ce que vos conclusions s'appliquent de façon similaire à ce que vous avez pu observer en France ?

Les similarités sont nombreuses. Mon livre montre qu'Internet favorise les conservateurs, la droite et la droite extrême à partir de trois observations principales qui se retrouvent de part et d'autre de l'Atlantique.

Sur mediapart.fr, un objet graphique est disponible à cet endroit.

D'abord, le fait que le militantisme numérique ne permet pas d'égaliser le terrain entre classes socio-économiques. Je ne parle pas seulement de l'accès aux différents moyens numériques, même si la fracture numérique compte, selon que vous ayez votre propre accès ou que vous deviez vous rendre dans une bibliothèque, selon que vous ayez accès à du haut débit ou non. Il faut aussi prendre en compte le fait de savoir manier les outils, les compétences

numériques différenciées, qui permettent de savoir ce qu'il faut poster, et quand, pour avoir le plus d'audience possible.

Le deuxième élément important est que l'opinion commune selon laquelle le militantisme numérique fleurit surtout dans les mouvements à organisation horizontale, portée par l'idée des révolutions Facebook ou Twitter, ne se vérifie pas. Au contraire, ce sont les organisations les plus hiérarchisées, pourtant réputées rétives au numérique, qui s'avèrent les plus influentes.

Même si un *hashtag*[mot-clic– nldr] venant d'une mobilisation horizontale peut parfois sembler dominer l'espace des réseaux sociaux, comme ce fut le cas avec #MeToo par exemple, cela ne fonctionne pas comme cela si on va plus en profondeur et si on s'intéresse davantage à ce qui se passe dans la durée, au-delà du succès d'une vidéo TikTok, d'un *hashtag* ou d'un mouvement de protestation connecté aux réseaux. L'engagement en ligne bénéficie de l'enracinement organisationnel bien plus que je ne l'aurais pensé, et il se trouve que les conservateurs et les droites sont souvent mieux organisés, et disposent de davantage de moyens que leurs homologues situés de l'autre côté de l'échiquier politique.

Le troisième facteur tient à l'idéologie que l'on défend et au message qui le porte. L'idéologie d'un Trump, comme celle d'un Zemmour ou d'une Marine Le Pen, surfe sur l'idée que les médias *mainstream* les censurent ou les représentent mal. Cela fait que beaucoup des partisans de cette idéologie sont davantage motivés que leurs opposants pour prêcher ce qu'ils jugent être « la » vérité cachée.

En outre, les algorithmes sont faits en sorte que les contenus provocateurs et agressifs ont davantage de chances de devenir viraux, et que les messages en provenance de la droite radicale sont souvent plus simples à formuler que ceux de la gauche, qui tentent souvent d'articuler des réalités plus complexes. Or le rôle des algorithmes ne cesse d'augmenter. Quand j'ai commencé à étudier Twitter, il y a une quinzaine d'années, Twitter les utilisait à peine. Désormais,

que ce soit pour les mots ou pour les images, les algorithmes jouent un rôle décisif dans la visibilité que la droite sait mieux exploiter que la gauche.

Et quelles sont les différences qui demeurent dans les « sociétés numériques » en France et aux États-Unis ?

La France et les États-Unis partagent une histoire où les technologies sont centrales. Mais la Silicon Valley concentre l'attention. Surtout, l'État français est bien plus impliqué dans ce qui se passe dans le monde du numérique, à tous les niveaux, et n'arrête guère de chercher des solutions aux défis et aux problèmes que celui-ci peut poser.

Sur un plan culturel et politique, la France a toujours été naturellement sceptique envers les géants de la technologie numérique, et la protection de la vie privée demeure une boussole plus forte qu'aux États-Unis. En pratique, la France a fait passer de nombreuses lois cherchant à réguler les pratiques des géants des technologies numériques. De l'adoption d'une loi en 2020 pour faire respecter le travail des mineurs pour les influenceurs de TikTok ou de YouTube, à une loi de 2014 contre le harcèlement des femmes en ligne, la France a eu tendance à se tourner vers la régulation étatique pour résoudre les problèmes, tandis que les États-Unis n'ont fait que s'appuyer sur le libre marché, ce qui a lamentablement échoué. Même dans le secteur des start-up, l'État français joue un rôle, notamment comme bailleur de fond ou garant dans des sociétés où le risque financier est élevé.

Le problème où la France et les États-Unis se rejoignent est la fracture numérique, en particulier l'accès à l'Internet haut débit dans les zones rurales.

Dans la préface à l'édition française, vous remarquez que « l'avantage des conservateurs s'est généralisé à travers le monde depuis la première publication du livre en 2019 », en évoquant notamment la façon dont Bolsonaro au Brésil ou Modi en Inde se sont emparés des outils numériques dans le cadre de ce qu'on appelle parfois des « élections WhatsApp ». Comment l'expliquer ?

En dépit de ce que j'ai dit précédemment, à savoir qu'Internet n'offre qu'une représentation déformée de la société qui l'entoure, il n'y a pas pour autant d'étanchéité entre les réseaux numériques et le monde dans lequel ils s'inscrivent. Pour comprendre la complexité de ce qui se passe en ligne, il est nécessaire de regarder ce qui se passe en dehors. Quand j'ai commencé mes recherches et montré que l'Internet avantagait les droites, et notamment les droites radicales, personne ne contestait réellement mes données, mais personne non plus, en son cœur, ne voulait croire que l'utopie à laquelle il avait cru avait été ainsi détournée.

Lorsque Trump a remporté l'élection, ou lors du scandale Cambridge Analytica, on a encore voulu croire que c'était un événement qui ne se reproduirait pas, qu'on pouvait échapper à ces structures, que la technologie pourrait réparer ce qu'elle avait elle-même produit. Mais j'aurais aussi pu titrer mon livre « *Comment l'activisme numérique favorise les plus puissants* ».

Force est de constater que les idées des droites extrêmes sont plus fortes aujourd'hui qu'elles ne l'étaient hier. C'est vrai pour les réseaux sociaux, mais c'est vrai aussi dans les médias traditionnels, et je ne parle pas seulement de Fox News aux États-Unis ou de CNews en France. Internet n'est pas une entité isolée, mais est connecté à un écosystème médiatique et politique qui rend encore plus lointaine l'utopie numérique à laquelle beaucoup d'entre nous ont voulu croire.

Emmanuel Macron a récemment affirmé, à propos des réseaux sociaux américains, qu'il « il ne faut pas hésiter à envisager le démantèlement de ceux qui sont en situation de monopole et réguler ». En ajoutant: « Quand on lit ce que pense Mark Zuckerberg, par exemple, ou même Elon Musk, qui est devenu actionnaire de Twitter et qui est libertarien, on se rend compte qu'ils ont aussi une vision du monde. Or la société qui se dessine ainsi n'est pas toujours démocratique. » Est-ce crédible ?

Aux États-Unis, il n'y a aucune tentative sérieuse de contrôle des grandes plateformes du numérique. Il y a beaucoup de « *handwaving* », d'agitation autour de cela, comme lorsque Mark Zuckerberg est auditionné par les sénateurs, par exemple, mais en pratique, rien ne se produit. En France, même si concrètement cela ne fonctionne guère, il y a des tentatives, à l'instar de la loi Avia en 2020, de mieux contrôler ce qui se passe sur Internet. Il y a aussi la volonté de créer une action coordonnée à l'échelon européen.

Mais modifier le fonctionnement des grandes plateformes numériques, les réguler ou les démanteler, supposerait un changement politique d'une ampleur telle qu'il semble davantage irréalisable aujourd'hui qu'il y a encore quelques années. La manière dont on les a laissés développer leurs algorithmes et collecter des données est telle qu'une bifurcation est difficilement envisageable.

Après les révélations d'Edward Snowden, après Cambridge Analytica, on a pris conscience du poids politique des données que nous laissons en ligne, mais ces technologies et ces plateformes numériques ont pris une telle place dans nos vies qu'il semble difficile de s'en défaire aujourd'hui.

Bien sûr, on pourrait imaginer de créer des plateformes et des réseaux sociaux plus respectueux de la vie privée, qui laisseraient moins de place aux contenus haineux, mais est-ce que les gens accepteraient de quitter les moyens numériques qu'ils utilisent aujourd'hui ? Et si l'initiative vient de start-up, qu'Emmanuel Macron encourage dans leur développement, comment fait-on pour qu'elles ne soient pas elles-mêmes rachetées par des géants américains, comme c'est le cas la plupart du temps ? Et si ce sont les États, à un échelon national ou même

européen, qui sont à l'initiative, comment fait-on pour ne pas se retrouver avec un nouveau genre de Minitel qui serait inaccessible au reste du monde ?

Emmanuel Macron a également dit : « Dans une société démocratique, il ne devrait pas y avoir d'anonymat. On ne peut pas se promener encagoulé dans la rue. Sur Internet, les gens s'autorisent, car ils sont encagoulés derrière un pseudo, à dire les pires abjections. » La fin de l'anonymat vous semble-t-elle pouvoir être une piste pour limiter certains dysfonctionnements des réseaux sociaux ?

En théorie, les grandes plateformes réfléchissent à ces questions et cherchent des moyens de vérifier les identités des personnes qui harcèlent des femmes en ligne ou postent des contenus racistes en se cachant derrière l'anonymat. Quand la presse papier a commencé à publier ces contenus en ligne, elle a parfois payé beaucoup de gens pour modérer les contenus des commentaires sans toujours y parvenir.

Mais j'ai constaté, dans mes recherches aux États-Unis et en France, que ce « facteur de peur » du harcèlement ou de la répression de la publication d'informations politiques ou personnelles en ligne constitue un autre élément important de la fracture numérique. Ce « facteur de peur » est répandu parmi les communautés marginalisées, que ce soit les Noirs américains ou les Français musulmans. Ce qui est ironique, c'est que ces espaces qui sont censés fournir aux gens une plateforme pour surmonter les déséquilibres de pouvoir finissent souvent par être dangereux pour ceux-là mêmes qui étaient censés bénéficier de ce mégaphone public. Mais ce sont les gens qui se cachent – ou ne se cachent pas – pour continuer leur harcèlement qui maintiennent le fonctionnement du pouvoir numérique tel qu'il s'exerce.

Directeur de la publication : Edwy Plenel

Direction éditoriale : Carine Fouteau et Stéphane Alliès

Le journal MEDIAPART est édité par la Société Editrice de Mediapart (SAS).

Durée de la société : quatre-vingt-dix-neuf ans à compter du 24 octobre 2007.

Capital social : 24 864,88€.

Immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS. Numéro de Commission paritaire des publications et agences de presse : 1214Y90071 et 1219Y90071.

Conseil d'administration : François Bonnet, Michel Broué, Laurent Mauduit, Edwy Plenel (Président), Sébastien Sassolas, Marie-Hélène Smiéjan, François Vitrani. Actionnaires directs et indirects : Godefroy Beauvallet, François Bonnet, Laurent Mauduit, Edwy Plenel, Marie-Hélène Smiéjan ; Laurent Chemla, F. Vitrani ; Société Ecofinance, Société Doxa, Société des Amis de Mediapart, Société des salariés de Mediapart.

Rédaction et administration : 8 passage Brulon 75012 Paris

Courriel : contact@mediapart.fr

Téléphone : + 33 (0) 1 44 68 99 08

Télécopie : + 33 (0) 1 44 68 01 90

Propriétaire, éditeur, imprimeur : la Société Editrice de Mediapart, Société par actions simplifiée au capital de 24 864,88€, immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS, dont le siège social est situé au 8 passage Brulon, 75012 Paris.

Abonnement : pour toute information, question ou conseil, le service abonné de Mediapart peut être contacté par courriel à l'adresse : serviceabonnement@mediapart.fr. ou par courrier à l'adresse : Service abonnés Mediapart, 4, rue Saint Hilaire 86000 Poitiers. Vous pouvez également adresser vos courriers à Société Editrice de Mediapart, 8 passage Brulon, 75012 Paris.