



HAL
open science

Rumeur et comm' sont dans un bateau (électoral)

Pascal Froissart

► **To cite this version:**

| Pascal Froissart. Rumeur et comm' sont dans un bateau (électoral). 2021, pp.39. <hal-03751419>

HAL Id: hal-03751419

<https://hal.science/hal-03751419v1>

Submitted on 21 Jan 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

Rumeur et comm' sont dans un bateau (électoral)

La question n'est pas tellement de savoir s'il y aura des « fake news » ou des rumeurs lors de la prochaine campagne électorale, mais plutôt dans quelle proportion et avec quel effet... Ne soyons pas naïfs : il y en a toujours eu ! On n'a pas attendu Internet pour que la vie politique génère son lot de coups tordus, de manip's, et de ballons d'essai...

La vie politique exacerbe les tensions présentes, et il n'y a donc rien d'étonnant à en entendre l'écho dans la communication politique. Les débats de fond s'évanouissent. C'est à celui ou à celle qui aura le plus d'affiches sur les murs de la ville, le plus gros *meeting*, la meilleure couverture médiatique. Un excès en entraînant un autre, la parole politique se réduira à des « éléments de langage », des « coups de comm' », des « boules puantes », des insinuations, des allégations, des accusations... Et parfois les politiciens joueront avec les lignes : quoi ? il y a des lois sur l'affichage ? des lois sur le temps d'antenne ? des lois sur la distribution de la propagande électorale ?

Tout ceci est, à n'en pas douter, assez peu vertueux. On peut l'expliquer aussi par la vie militante : comment tenir des mois de travail invisible si ce n'est en faisant des coups pendants, comme des gamins en bande qui lancent un pétard dans la loge du concierge ? Ça fonde un groupe, ça désennuie, c'est bête, on en rigole, c'est nous les militants du parti X... De là à penser que lancer une « shitstorm » (élégant terme utilisé dans le milieu numérique, officiellement une « attaque d'ingénierie sociale coordonnée », qui signifie qu'on se coordonne à quelques-uns pour « pourrir » le compte numérique de quelques autres) est du même acabit, il n'y a qu'un pas. « Ce n'est pas graaave, 'y a pas mort d'homme, hein... » En effet, ces actions de communication sont symboliques et les symboles ne tuent pas. Mais les mots et les images laissent des traces indélébiles et provoquent des souffrances qu'on méprise trop facilement. Douleurs de mots, c'est douleur tout pareil.

Face à cela, les « cellules Riposte », mises en place dans les partis politiques apparemment modernes, jouent dans la même ligue. À nouveau, mille militants, des réunions, des boucles WhatsApp ou Signal, une mission essentielle, un peu secrète qui plus est... et voilà comment le parti se convainc qu'il existe, qu'il est incarné par la passion de ses militants et militantes... Pas très constructif sur un plan intellectuel, mais quelle efficacité pour la cohésion du groupe !

Est-ce donc faute à la technique ? Pas sûr. L'émergence des réseaux électroniques dans les années 1990 et celle des réseaux sociaux numériques dans les années 2000 a fait surgir le spectre d'une anomie sociale, d'un chaos communicationnel, comme si la technique changeait radicalement les

comportements des utilisateurs. Or c'est rarement le cas. La technique, pour efficace qu'elle soit, suit les usages de ses usagers et créateurs : pour ne prendre qu'un exemple, si les rumeurs se diffusent plus vite et plus loin grâce à Internet, dans le même temps se propagent des informations, beaucoup plus nombreuses et beaucoup mieux diffusées ; la technique apporte donc à la fois le poison et son antidote !

Enfin, s'il fallait un chiffre pour se rassurer (certes les chiffres sont trompeurs, mais celui-ci est dur à mal interpréter !), une étude menée par le CNRS lors de la précédente campagne électorale a montré que seuls 4 888 des 60 millions de micromessages en lien avec la campagne électorale sur Twitter pouvaient être qualifiés de *fake news* (ils étaient reconnaissables pour avoir été indexés par le site de fact-checking du *Monde*). Bref, en 2017, il y avait eu 0,0081% de fausses informations (allez, je vous l'arrondis à 0,01%). C'est toujours trop, mais ça rassure quand même, non ?

Pascal Froissart,

professeur au CELSA – Sorbonne
Université et membre du GRIPIC
(Groupe de recherches
interdisciplinaires sur les processus
d'information et de communication)

