

« Les nouvelles manières de s'informer à l'ère numérique: réseaux sociaux et mobiles ont pris les clés de l'information. »

Mots clefs : ALGORITHMES, FRAGMENTATION, BIEN COMMUN, INTERNET, MOBILES, OPAQUE, POUVOIR.

L'arrivée des algorithmes a bouleversé la distribution des informations sur l'Internet. Les acteurs médiatiques et politiques ne semblent pas en avoir pris la mesure. Ces nouveaux intermédiaires techniques, configurés par des firmes privées, s'intercalent entre les journaux et le public dans une totale opacité. La montée des prescriptions sociales et l'utilisation des mobiles accentuent le pouvoir de ces algorithmes tout en encourageant l'isolement des internautes. Comment peut-on alors penser le bien commun ?

Prémisse: « L'information médiatique est au service du bien commun. La société a droit à une information fondée sur la liberté, la justice, et la solidarité. »

Eric Scherer

Les algorithmes sont partout sur l'Internet, ils permettent notamment d'ordonner les informations parmi la masse de données en circulation sur la toile. Ils constituent un nouvel intermédiaire entre les journaux et les lecteurs. Ils trient, sélectionnent et distribuent les publications des sites de presse. Le problème est que nous n'avons pas accès à la composition de ces algorithmes, ils sont la propriété de multinationales. L'enjeu est important puisqu'ils agissent comme un filtre entre les internautes et la réalité. De manière opaque, ils sélectionnent pour nous les informations qui sont censées nous intéresser.

En plus de nous exposer à une version partielle du monde, ils encouragent un isolement des individus en les confortant dans leurs opinions, à travers notamment les réseaux sociaux numériques (Facebook en tête) qui sont devenus les premiers distributeurs de presse en ligne.

Cette configuration numérique raréfie les occasions de partage et affecte le bien commun. Il devient urgent de demander des comptes aux algorithmes, d'ouvrir ces boîtes noires. Il faut que les journalistes prennent la mesure de ces transformations afin de profiter de ces outils et de l'explosion des méga-données. Le journalisme n'est pas qu'un contenu, c'est aujourd'hui un service d'informations qu'il faut adapter aux usages numériques.

Les journalistes, responsables politiques et citoyens doivent s'acculturer à ce nouveau monde afin d'être capables de dialoguer avec les ingénieurs et de saisir toute la complexité de ces problèmes publics et leur

impact sur le bien commun.

Gemma Serrano

Le surgissement des algorithmes a altéré certains rapports de pouvoir au sein du champ médiatique. La multiplication des informations et des sources a réduit le pouvoir des grands médias traditionnels et la transmission de messages communs. Les dimensions spatiales et temporelles sont affectées. La temporalité est rétrécie, les nouvelles doivent être actualisées en permanence. L'information est partout, il n'existe plus de lieu consacré. Cet état de flotement est accentué par un effacement des lignes de démarcation entre les différents rôles (bloggeurs, citoyens, experts, journalistes).

Les principaux risques liés aux algorithmes touchent au repli sur soi. L'espace public numérique risque de se polariser et se fragmenter. Cette configuration est susceptible de renforcer les communautés et de les voir s'opposer. Autrement dit, ce qui se joue est la montée des particularismes au détriment du bien commun, la progression des valeurs particulières contre les valeurs universelles.

La question des algorithmes ne se limite pas à un aspect technique, elle relève d'enjeux politiques plus globaux et met au défi l'intervention des pouvoirs publics. Comment, dans ce contexte, peut-on oeuvrer à une communauté humaine, construire collectivement du sens ?

Discussion

Globalement, les participants à la discussion ont relevé le manque de connaissances techniques des journalistes et des responsables politiques qui sont encore trop statiques et n'ont pas pris la mesure des changements. Facebook et Google sont trop puissants pour espérer que les éditeurs puissent parvenir seuls à modifier la donne: c'est au pouvoir politique de s'emparer de ce problème public. La prise de conscience sur ce sujet est différente selon les continents, les européens se mobilisent peu à peu.

Les algorithmes ont un projet éditorial quantitativiste qui ne sélectionne pas les informations les plus importantes mais les plus commentées, partagées...

Enfin, les journaux en ligne délaissent l'étude des modes de consommation au profit des chiffres et ne s'intéressent pas à la question du "comment".