

en
vrai

SOCIÉTÉ

« Je ne vais pas chercher l'info ailleurs » : quand les conflits internationaux passent par les réseaux

Des débris de missiles filmés en direct depuis Dubaï ont atterri sur nos fils Tiktok et Instagram ces derniers jours. Suivre un conflit à travers le récit d'influenceurs interroge notre manière de consommer l'information.

SARAH BOUCLAINVILLE (ST.)
ROSALIE CANNISTRA (ST.)
THOMAS CASAVECCHIA

C'est chaud, c'est quand même des bombes, donc même si c'est bien géré (les Emirats arabes unis affirment avoir intercepté tous les missiles visant leur territoire, NDLR), ce n'est pas rien. » Pour Aylin, 19 ans, les réseaux sociaux sont la première source d'information. Alors, quand des influenceurs et influenceuses postent des vidéos montrant des missiles iraniens interceptés au-dessus de Dubaï, la jeune femme s'y intéresse immédiatement : « Je ne vais pas chercher l'info ailleurs, mais je vais suivre un peu la situation sur les réseaux, surtout TikTok. » Le conflit lui paraît lointain : « Je m'y intéresse parce que je vois passer leur contenu, mais ça ne me concerne pas vraiment. »

L'élève de secondaire explique s'intéresser aux actualités locales et participer à des manifestations quand elle se sent directement concernée. Les conflits internationaux, elle préfère les suivre avec modération, « parce que c'est trop anxiogène ». Selon elle, les créateurs de contenu seraient parfois plus crédibles que les médias traditionnels. « Les influenceurs sont plus honnêtes et moins biaisés, ils prennent moins parti que les médias », affirme-t-elle. Quand elle voit plusieurs fois la même chose sur les réseaux, « racontée de manière réaliste », Aylin y croit, même si elle avoue ne pas vérifier les sources.

Maxim, 26 ans, étudiant en histoire de l'art, se montre plus sceptique. Il porte un regard très critique sur les contenus qu'il voit circuler sur les réseaux : « Je ne crois pas ce que disent les influenceurs, leur but est avant tout commercial. » Plutôt adepte de la presse en ligne et des journaux télévisés, Maxim ne suit pas d'influenceurs, mais parfois leurs vidéos viennent inonder son flux TikTok, comme cela a été le cas depuis la riposte militaire de l'Iran sur la région du Golfe. « Je peux comprendre qu'ils surfent sur la situation pour attirer les vues, mais ils en font des caisses et diffusent des fausses infos, ce qui peut être dangereux », confie-t-il.

Une proximité qui attire

Malgré ces réserves, les internautes continuent de scroller et de visionner ces vidéos. Pour Daniel Bonvoisin, responsable de l'équipe d'éducation permanente chez Média Animation, ce qui séduit une partie du public, c'est une information qui se veut incarnée : « Entre l'influenceur et son audience, une relation sociale ou plutôt un faux sentiment de proximité s'établit au fil du temps. » Il poursuit : « On a l'impression d'être proche des influenceurs que l'on suit. Forcément, lorsqu'ils mettent en scène la manière dont ils vivent des événe-



Une influenceuse, à Dubaï, voit des frappes de missiles depuis sa fenêtre. © CAPTURE D'ÉCRAN.

ments, certains y voient un contenu plus interpellant ou plus frappant que ne le serait une dépêche ou un reportage télé. Pour une partie du public, cela offre un autre regard sur le monde. »

Cette proximité peut aussi encourager les internautes à rester informés sur des sujets qui les atteignent moins lorsqu'ils sont traités dans les médias traditionnels. Noémie, 26 ans, travaille dans la gestion des réseaux sociaux. Lorsqu'un conflit éclate, elle se tourne d'abord vers les médias traditionnels. Elle a d'abord suivi l'actualité autour de l'Iran à la télévision, avant de se plonger dans son téléphone pour voir ce qui s'en disait en ligne. « Je préfère suivre des comptes comme celui de Laura Capeta qui racontent ce qu'il se passe de manière plus modérée que les influenceurs de télé-réalité. »

Une attitude qui ne surprend pas Damien Renard, professeur de marketing digital à l'UCLouvain. En cas d'événement « historique », le premier réflexe est bien souvent de se tourner vers des médias traditionnels. « Je ne pense pas que l'on puisse considérer les influenceurs *lifestyle* comme des relais ou des porteurs d'une information internationale ou locale. Pendant la crise covid, on s'était demandé si les influenceurs pouvaient être un relais des consignes de prévention émanant des autorités. Ces personnalités touchent un public que les politiques et les médias traditionnels n'arrivent pas à atteindre. Mais on s'est rendu compte que ce n'était pas vraiment le cas. »

Peu d'internautes attendent d'un créateur spécialisé dans les voitures de sport ou les « morning routines » de livrer des analyses géopolitiques. « Néanmoins, il est vrai que de nombreux jeunes s'informent sur les réseaux sociaux », concède Damien Renard. « Mais ils le font peut-être davantage auprès de créateurs de contenu spécialisés comme Hugo Décrypte ou Gaspard G. »

Des influenceurs sous influence

Une amende de 40.000 euros, et une peine plancher d'un an d'emprisonnement, voilà qui devrait freiner les envies de documenter, en vidéo, son quotidien dans un Dubaï assailli de missiles iraniens. C'est en effet ce que risquent ceux qui diffusent ou repostent des photos et vidéos de « sources inconnues ». Selon le parquet des Emirats arabes unis, cette amende sert à lutter contre les *fake news* qui essaient sur les réseaux sociaux à propos des bombardements et de leur gestion par les autorités. Sans oublier que, depuis le début d'année, le pays a rendu obligatoire l'obtention d'un permis pour exercer le métier d'influenceur. De quoi soulever des questions sur la liberté d'expression des influenceurs sur place et de la véracité de ce qu'ils publient. D'autant que certains d'entre eux ont diffusé, ces derniers jours, des messages étrangement similaires sur leur confiance envers les autorités qui les protègent. TH.CA.

à Dubaï Les influenceurs divisés face aux missiles

SARAH BOUCLAINVILLE (ST.)
ROSALIE CANNISTRA (ST.)
TH.CA

On voyait des missiles dans le ciel comme dans un film. Nous n'avions jamais vécu ça », raconte Yahya Boumediene, footballeur liégeois installé à Dubaï. Dans cette ville des Emirats arabes unis, qui joue pourtant la carte de la sécurité, de nombreux habitants ont vu pour la première fois la menace d'une guerre se rapprocher. Très vite, les images ont envahi les réseaux sociaux, publiées notamment par des influenceurs européens qui ont élu domicile dans ce pays du golfe Persique.

Sur ces plateformes, les réactions varient. D'un côté, des influenceurs surfent sur la vague, à l'instar de Maeva Ghennam. L'ancienne candidate de télé-réalité s'est mise en scène, affolée, entre deux stories louant les produits anticellulite de sa marque. De l'autre, des influenceurs informent leurs followers sans trop en dire. Yahya Boumediene, basé aux Emirats depuis cinq ans, est plutôt de cette catégorie. Sur Instagram, où il est suivi par 90.000 personnes, il partage ses rencontres sportives ainsi que des clichés avec sa famille. Pour autant, il a décidé de ne pas communiquer publiquement sur la situation : « Ma femme travaille pour un journal français donc elle en a parlé dans l'émission qu'elle fait en direct depuis Dubaï. Mais sinon, sur nos réseaux, on n'en a pas parlé. »

Le sportif critique les influenceurs qui exploitent l'actualité pour gagner en visibilité. « Ils veulent faire des vues, faire parler d'eux en bien ou en mal. Ils gagnent leur vie grâce à l'audience sur Instagram ou Snapchat. » Pour le footballeur, ces influenceurs donnent une mauvaise image de Dubaï, qui reste, à ses yeux, une ville majoritairement composée de personnes qui y travaillent

et vivent avec leur famille. Selon des données du ministère de l'économie français datant de 2024, 91 % de la population à Dubaï serait composée d'expatriés.

Une exposition démesurée

Ce que dit Yahya Boumediene résonne avec les propos récents de Tibo In-Shape, influenceur sportif très suivi en France. Sur Twitter, il s'est ouvertement moqué de certains créateurs de contenu, partis s'exiler pour le soleil (et pour des raisons fiscales) : « Les influenceurs de Dubaï, finalement on est bien en France, n'est-ce pas ? ». La formule ironique n'a pas manqué de mettre le feu aux poudres.

Zoé Brunet, ancienne candidate de télé-réalité et mannequin belge, refuse de jeter la pierre à celles et ceux qui ont pris la décision de partir y vivre. « Ça reste des humains avant tout, et il faut aussi rappeler qu'il n'y a pas que des influenceurs à Dubaï. Il faut être insensible pour oublier ça. » La jeune femme est consciente du rôle que jouent les influenceurs dans la propagation de *fake news* mais nuance : « Forcément il y en a qui font parler d'eux, c'est comme ça qu'ils gagnent de l'argent et il ne faut pas leur donner trop de crédit. »

Responsable de l'équipe d'éducation permanente chez Média Animation, Daniel Bonvoisin déplore également cette attention démesurée : « Notre capacité à faire un sujet de ces stars des réseaux est interpellante, au vu de la gravité de ce qu'il se passe. Il est logique d'apaiser la tension avec des choses plus légères. Il peut aussi être grisant de voir que le vernis factice de la vie « rêvée » de ces influenceurs s'effrite et que la réalité les rattrape. Mais il ne faut pas que ce sujet en occulte d'autres, comme le fait que près de 150 jeunes filles ont perdu la vie dans le bombardement de leur école en Iran. »