

« La robotisation des médias est en marche ! »

Jacques Attali dresse une vision affolante du futur des médias. Où la technologie et les réseaux sociaux risquent d'emporter la mission essentielle des journalistes : distinguer le vrai du faux.

ENTRETIEN

JOËLLE MESKENS
ENVOYÉE PERMANENTE À PARIS

Jacques Attali a mis trois ans pour écrire son dernier livre, *Histoires des médias* (Éditions Fayard). Si l'on découvre que les « fake news » existaient déjà il y a des millénaires, il décrit surtout un futur effrayant. Il nous a reçus chez lui.

En retraçant depuis des millénaires l'histoire des médias, vous tirez des leçons très actuelles...

Pour appréhender l'avenir, il est toujours essentiel de comprendre le passé. En plongeant dans l'histoire des médias, on met en évidence des lois immuables. Tout est déterminé par la technologie (la presse écrite, par l'invention de l'imprimerie, la radio, par celle du téléphone, la télévision, par celle de la photographie, etc.). Le média est par ailleurs toujours un moyen de communication personnel avant de devenir collectif. Enfin, il y a toujours une relation directe entre la démocratie et les médias. Les médias aident à la naissance de la démocratie, mais les médias libres n'empêchent pas de la détruire par les armes.

Depuis l'invention d'internet, vous décrivez une accélération affolante... Jusqu'ici, en dépit des craintes, les trois médias historiques (presse écrite, radio et télévision) n'avaient pas été tués l'un par l'autre. Ils avaient même fonctionné dans un cercle vertueux jusque dans les années 80. Mais aujourd'hui, dans un

grand mouvement de fusion, internet les avale dans un espace mondial non régulé. Le tirage des journaux papier ne représente plus qu'un quart de ce qu'il était en 2000. Il reste des médias japonais, chinois et indiens importants. Mais il n'y a plus de journaux européens dans les dix premiers. Le *New York Times* se traîne à la 12^e place, avec 4,5 millions d'abonnés. Ce n'est rien par rapport à la population américaine. On met en place des compensations. Mais c'est une aumône. Ce que Google donne aux journaux, c'est de quoi financer leurs funérailles.

Personne n'a senti venir le danger ?

L'évolution s'est faite dans une grande inconscience. Au début, tous les journaux se sont précipités pour mettre leurs contenus gratuitement sur internet. Personne n'a vu (pas même Facebook lui-même qui au départ n'était qu'un trombinoscope) que les réseaux sociaux étaient en train de devenir des médias. Paradoxalement, les médias historiques avaient tous les moyens de devenir eux-mêmes des réseaux sociaux. Ils avaient les petites annonces, ils auraient pu devenir des Tinder ou des Meetic. Mais aucun journal, aucune radio ou télé n'a utilisé son extraordinaire public pour créer un réseau social.

La mutation s'accompagne d'une précarisation qui conduira inévitablement à la robotisation ?

Cette robotisation est déjà en marche. Cela a commencé par les logiciels correcteurs d'orthographe, puis de grammaire et maintenant d'écriture et de style. En France, des quotidiens régionaux ou *L'Équipe* génèrent déjà des brèves, des petits articles, de façon automatique. Demain, il sera possible de générer des articles « à la manière » de tel ou tel auteur. A la radio, il est possible d'avoir les nouvelles avec une voix de synthèse ou avec celle de son présentateur préféré. En Corée, à la télévision,

on voit déjà apparaître des hologrammes dans les journaux de nuit. L'étape d'après, ce sera l'information en 3D. Vous verrez le match de foot comme si vous étiez sur le terrain, vous serez *embedded* dans les événements. C'est une affaire de vingt ans maximum...

Quel sera le principal risque ?

Dans le virtuel, l'imaginaire et le réel seront très difficiles à distinguer. L'information, le jeu, la fiction se mélangeront. Le combat fondamental que les journalistes, mais aussi les enseignants, auront à mener sera le combat pour distinguer le vrai du faux. Ils pourront d'ailleurs aussi s'appuyer sur les technologies. Comme Shazam ou Plantnet repèrent des musiques ou des plantes, des applications pourront repérer des faux de façon informatisée. Il suffira de scanner les contenus pour savoir si ce qui est dit est vrai ou faux. Une équipe française et une autre, californienne, travaillent déjà à la mise au point de cette technologie. Il restera parallèlement le travail artisanal de fact-checking, qui sera essentiel. Mais ce sera écopé un tsunami avec une cuiller à soupe.

Demain, il sera possible de générer des articles "à la manière" de tel auteur. L'étape d'après, ce sera l'information en 3D.

Dans le virtuel, l'imaginaire et le réel seront très difficiles à distinguer

”

peuvent certifier les informations. Cette mutation ne se passe pas du jour au lendemain. C'est comme la grenouille qui ne sent pas au début qu'elle est dans une eau en train de bouillir. A la fin, elle meurt.

Philosophiquement, cette évolution pose aussi un problème capital. C'est la fin de la diversité, du débat et du consensus. On ne s'abreuvra plus qu'avec des choses qui confortent nos propres préjugés, on ne fréquentera plus que des gens qui nous ressemblent... Ce sera la fin de ce qui fait société ?

Oui, c'est le principe même des algorithmes. J'ai pu parler avec des gens qui les fabriquent. C'est fascinant. Ils lancent des choses à toute vitesse : des choses fausses, des vraies, etc. Ils voient ce qui marche, ce qui entraîne un débat dans tel ou tel groupe. Ensuite, ils segmentent l'offre dans chaque groupe social qu'ils ont repéré. Les gens sont ainsi renforcés dans leurs convictions. Ils fonctionnent en « silos ». On participe tous à cela, moi compris. Quand, sur les réseaux sociaux, je bloque des gens qui me menacent de mort, c'est le même processus d'enfermement.

C'est l'entre-soi, la consécration de l'individualisme ?

Et son corollaire, le narcissisme. C'est une tendance lourde. Il y a un continuum entre l'individualisme consumériste, l'individualisme au travail (on devient tous des travailleurs indépendants), l'individualisme citoyen (on n'est plus attaché à un parti, on vote comme on veut), l'individualisme amoureux, l'individualisme spirituel (l'apologie du bonheur individuel par la méditation). Le populisme aussi, c'est la consécration du « moi » à l'échelle de la nation. Il y a un continuum individualiste et narcissique dont les réseaux sociaux sont l'outil de matérialisation.

Que faire ? L'Europe se réveille timide-ment ?

Il y a des plans, des batailles juridiques. Mais tout cela semble dérisoire. La seule chose qui peut avoir un impact sur les géants de l'internet, c'est un plan du gouvernement américain pour les démanteler. Lui seul peut agir puisqu'il s'agit d'entreprises américaines. Il ne s'agit pas de les faire disparaître, mais de rétablir une concurrence. Les Gafa ne peuvent pas posséder à eux seuls toutes les technologies. Il faut aussi que les réseaux sociaux deviennent en quelque sorte des services publics. Il ne s'agit évidemment pas de les nationaliser. Ce sont des entreprises privées. Mais on peut imaginer de leur imposer des règles mondiales de défense du vrai et de lutte contre la violence. Facebook a supprimé le compte de Donald Trump. Ce que disait Trump était bien sûr scandaleux. Mais ce n'était pas à une boîte privée de faire ça. Il aurait fallu une règle démocratique pour en décider. Demain matin, ils pourront supprimer le compte de n'importe qui. C'est inacceptable.

Dans ce contexte affolant, il reste quand même des raisons d'espérer ?

Mais oui ! Les médias historiques, les prescripteurs et certificateurs d'informations ne sont pas forcément voués à disparaître. En France, il reste de belles exceptions : regardez par exemple *Le Canard enchaîné*. C'est un journal papier, presque sans site et sans publicité. Et il a 350.000 abonnés ! En numérique, *The Conversation* (NDLR : qui publie gratuitement des contenus d'experts) est un exemple formidable de nouveau média. Mais en règle générale, pour survivre, les médias devront devenir globaux. La presse écrite a maintenant compris l'importance de l'internet. Mais pas encore totalement le rôle de la télé et de la radio. Or, je suis convaincu que la radio sera le grand média d'avenir via de nouveaux formats comme le podcast. Les médias traditionnels doivent aussi impérativement se saisir des nouvelles technologies pour ne pas en laisser le monopole aux réseaux sociaux.

Les gens s'informent de plus en plus en "silos". Il y a un continuum individualiste et narcissique dont les réseaux sociaux sont l'outil de matérialisation

”



Histoire des médias
JACQUES ATTALI
Fayard
524 p., 23 €
ebook 15,99 €

Jacques Attali

Jacques Attali est écrivain et économiste. Il a été le conseiller spécial de l'ancien président socialiste français François Mitterrand (une expérience qu'il a racontée dans ses best-sellers *Verbatim*, aux Editions Fayard) avant de fonder la Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BerD). Il est l'auteur de plusieurs dizaines d'essais ainsi que d'une dizaine de romans. Jacques Attali est également le créateur de l'ONG Positive Planet qui veut promouvoir la croissance et lutter contre la pauvreté en permettant aux populations les plus vulnérables d'accéder au financement de l'entrepreneuriat.



Pour Jacques Attali, le combat fondamental que les journalistes, mais aussi les enseignants, auront à mener demain sera le combat pour distinguer le vrai du faux. © BRUNO DALIMONT