

11/07/2011 À 17H59

«Internet accélère les rumeurs, mais permet aussi de les combattre»

INTERVIEW Patron de l'agence Internet Netscouade, Benoît Thieulin était responsable de la campagne web de Ségolène Royal en 2007. Ce spécialiste du Web, aujourd'hui proche d'Arnaud Montebourg, revient sur les rumeurs et le rapport de Martine Aubry à Internet.

Recueilli par **Dominique Albertini**



Une page de Facebook (AFP Justin Sullivan)

Comment le professionnel d'Internet que vous êtes réagit-il aux attaques contre le Web, accusé de colporter un torrent de rumeurs contre Martine Aubry?

On est à nouveau dans le net-bashing [NDLR: dénigrement du Net]. Cela ne révèle qu'une chose du rapport de ces gens à Internet: ils n'y vont pas. On a affaire, sur ces attaques, à une génération qui maîtrise assez peu les réseaux sociaux. Moi-même, je ne suis pas un net-optimiste absolu. Mais les rumeurs, elles sont nées avec la politique. L'affaire des colliers de la reine, ça a fichu la monarchie en l'air: dans tout Paris, des chansons ridiculisaient Marie-Antoinette.

N'est-il pas vrai, cependant, que l'effet viral des rumeurs est beaucoup plus fort sur Internet?

C'est certain. Twitter, par exemple, est un chaudron où les infos sont déversées et commentées. De nombreuses infos sont sorties là avant de sortir sur les grands médias: mort de Michael Jackson, affaire Jean Sarkozy... Certes, ça ne veut pas dire qu'il n'y a pas de fausses infos. Mais la nouveauté, c'est qu'elles sont très rapidement corrigées par d'autres internautes. La semaine dernière, [la rumeur de la mort d'Obama](#) diffusée par un faux compte Twitter de Fox News n'a duré que quelques dizaines de secondes.

De plus, avant Internet, les rumeurs se colportaient aux comptoirs, dans les dîners en ville: difficile de les identifier, de les contrer. Internet accélère leur diffusion, mais les révèle et les

«territorialise» aussi: on peut voir comment elles se construisent, d'où elles viennent... Obama encore, victimes de terribles rumeurs, a ainsi pu suivre leur montée et créer un site spécial pour les combattre.

Martine Aubry a-t-elle bien fait de contre-attaquer immédiatement?

Elle a eu plutôt raison de crever l'abcès au plus tôt. Mieux vaut réagir vite quand on sent que ça commence à traîner sur Internet, sinon ça traîne dans les têtes, dans les rédactions, c'est très mauvais.

Martine Aubry a déclaré avoir «horreur» de Facebook et Twitter. Est-ce décourageant pour vous qui avez initié le PS à l'usage des réseaux sociaux?

Oui et non. Je pense qu'il s'agit plutôt de sa part d'une maladresse, d'une parole un peu rapide. On ne peut pas reprocher à une personne de sa génération d'être sincère sur le sujet. Je ne connais aucun homme politique de plus de 50 ans qui a un usage personnel de ces outils de communication. Ils donnent ça à leurs conseillers, qui s'en occupent le plus souvent très maladroitement. Reconnaître qu'on n'est pas un geek, c'est au moins une forme de sincérité. Même s'il ne faut pas jeter le bébé avec l'eau du bain: Twitter est le reflet de la vie, dans ses aspects les plus experts et les plus futiles.

Est-ce le signe d'un désintérêt plus large pour ces nouvelles technologies?

Non, je me souviens que quand on travaillait sur la Coopol [*réseau social du PS, ndlr*], Martine Aubry avait bien compris que ces technologies changeaient profondément la politique. elle n'en fait pas un usage personnel, mais son bilan parle pour elle: Coopol, neutralité du net, opposition du PS à Hadopi malgré le rapport historique du parti aux artistes... On ne peut pas lui faire un procès en défaut sur ces questions.

Ségolène Royal, dont vous avez géré la campagne Internet, était-elle plus impliquée sur les réseaux sociaux?

A l'époque, elle l'était plus que les autres. La vraie différence est générationnelle: quand on est sur Twitter, c'est qu'on a un ordinateur entre les mains plusieurs heures par jour, que c'est un outil qui vous accompagne dans la vie. Mais encore une fois, on peut en comprendre les enjeux sans pratiquer soi-même directement.

La droite est, elle aussi, très présente sur Internet, parfois de manière plus incisive avec des sites comme le Solferishow qui raille les «clash» internes au PS...

Il y a un malaise à droite: comment aborder un Internet qui leur est globalement très opposé? Du coup, pourquoi parler du fond, des idées? Mais c'est vrai que ce qu'on appelle la «fachosphère» bouge beaucoup, Marine Le Pen a fait des déclarations troublantes sur Hadopi qui la placent du «bon» côté.

En revanche, Hadopi reste un vrai boulet pour Sarkozy dans son rapport à Internet. La création du Conseil national du numérique ressemble à une tentative de tourner la page. Quant au réseau social de l'UMP, les «Créateurs de possible», il s'est planté en partant dans de grands débats, de grandes mobilisations... alors que ce qui marche, ce qui a marché pour Obama, c'est du concret, des outils pratiques pour militer sur le terrain.

Que conseillerez-vous à Martine Aubry pour dissiper l'impression négative laissée par ses déclarations sur les réseaux sociaux?

Je lui dirais de parler des sujets de fond numérique: Hadopi, la civilisation numérique... le reste, c'est de la communication. Sur la twittosphère, les gens peuvent vite s'emballer. Mais on n'oubliera pas ces fondamentaux-là.