

«Gilets jaunes» et médias, deux mondes qui se regardent sans se comprendre

PAR DAN ISRAEL

ARTICLE PUBLIÉ LE VENDREDI 11 JANVIER 2019



Des gilets jaunes regardent l'allocation présidentielle du 10 décembre 2018. © Reuters

La fracture entre les « gilets jaunes » et les médias traditionnels semble irrémédiable. Les journalistes, qui cachent parfois mal leur mépris face au mouvement, sont la cible d'injures, de menaces et parfois même de coups. Loin des plateaux et des studios classiques, un écosystème cohérent, accueillant pour les militants, a éclos sur les groupes Facebook.

Depuis bientôt deux mois, le mouvement des « gilets jaunes » donne à voir le fossé qui se creuse, chaque jour un peu plus, entre les médias traditionnels et les citoyens mobilisés sur les ronds-points, les barrages et ailleurs. De part et d'autre, la suspicion le dispute au mépris, et la rupture semble irrémédiable.

Au tout début de la mobilisation, avant même le premier samedi de manifestation, le 17 novembre, les médias les plus classiques ont été une caisse de résonance précieuse pour le mouvement, **traité comme très rarement** l'a été un mouvement social. Télévisions, radios et quotidiens se sont penchés sur les revendications du mouvement, et ont participé à en faire émerger quelques figures.

Depuis les violences des premiers samedis de décembre, le changement de ton est net. Si les gilets jaunes ont encore largement accès aux plateaux et

aux studios, les images de voitures incendiées et de policiers attaqués tournent en boucle sur les écrans, et sont sur les lèvres de tous les éditorialistes.



Des gilets jaunes regardent l'allocation présidentielle du 10 décembre 2018. © Reuters

Mais c'est dans le confort de l'entre-soi que l'on entend le mieux certains journalistes – vieux routiers des micros souvent, reporters de terrain rarement – dire le fond de leur pensée. « *On est face à des psychotiques. Ils pensent que 2 et 2 font 5 et ils pensent que tous ceux qui ne sont pas d'accord font partie d'un complot* », **lançait ainsi** Guillaume Durand dans sa matinale de Radio Classique le 8 janvier (à 9 min 29 s). Face à lui, le centriste Jean-Louis Bourlanges, mais aussi le journaliste de *Libération* Jean Quatremer. Ce dernier a dressé un tableau glaçant des menaces de mort et des insultes qu'il reçoit en grand nombre sur Twitter.

Pourquoi subit-il cette haine? Parce qu'il trouve « *que ce mouvement n'est pas justifié* », se contente-t-il d'indiquer. Oubliant de mentionner les termes dans lesquels il fait connaître son opposition : **depuis les premiers jours de novembre**, il attaque quasiment quotidiennement ce « *mouvement de beaufs* », qui lui « *sort par les oreilles* », qu'il trouve « **hallucinant** », tout autant que « **poujadiste, factieux et rouge brun** ».

Ces termes ne justifient en rien les menaces et les insultes, mais cela donne une meilleure idée de sa position dans le débat. À son image, de nombreux journalistes font connaître, souvent sur leur compte Twitter, leur incompréhension ou leur dédain face aux gilets jaunes. Brice Couturier, de France Culture, **n'hésite ainsi pas à parler**, sans preuve aucune, « *d'Internationale Noire* » financée par Steve Bannon.

Le 5 janvier, c'est en recevant le journaliste critique des médias Daniel Schneidermann qu'Ali Baddou, l'un des intervieweurs de référence de France Inter,

a lui aussi dit tout le mal qu'il pense des pages et groupes Facebook des gilets jaunes : « *D'un côté, il y a du journalisme, et de l'autre, quand même, beaucoup de choses qui sont de l'ordre du délire, où on ne trie pas le bon grain de l'ivraie, où on ne fait pas ce travail de journalisme.* »

La réciprocité est vraie. Le mouvement des gilets jaunes ne cache plus son hostilité face aux médias traditionnels. Le 9 janvier, **interrogé par Konbini**, Maxime Nicolle, *alias* « Fly rider », administrateur de groupe Facebook très écouté dans le mouvement, justifiait par ces mots le refus de nombreux gilets jaunes de laisser les journalistes des chaînes d'info travailler pendant leurs manifestations : « *La désinformation qui est diffusée sur ces chaînes, BFMTV, CNews et LCI, justifie que des gens n'aient plus envie (...) qu'ils soient sur les lieux.* »

Et lorsque le groupe « La France en colère !!! », l'un des principaux carrefours numériques du mouvement, relaie **un sondage** demandant benoîtement si « *les médias nous mentent* », plus de 15 000 internautes répondent par l'affirmative en 48 heures. Seuls 350 courageux ont affiché leur désaccord...



La cible principale du courroux des gilets jaunes est BFMTV, devenue le symbole à la fois de la couverture en direct des événements et des commentaires incessants des éditorialistes de plateau. Son antenne est quasi exclusivement dédiée au mouvement depuis

ses prémices, et les résultats d'audience sont au rendez-vous : en décembre, elle a rassemblé 3,7 % de parts d'audience **selon Le Monde**, contre 2,6 % en 2018 et 2,7 % en 2017.

Le 29 décembre, pour leur « acte VII », des gilets jaunes s'étaient donné rendez-vous dans les locaux de la chaîne, dénonçant les « *journalistes collabos* ». La semaine précédente, déjà, la directrice de la rédaction Céline Pigalle **était descendue répondre** pendant 45 minutes à quelques dizaines de manifestants qui l'interpellaient sur la manière dont sa rédaction travaillait. L'échange, intéressant, a été filmé par Sylvain Baron, militant anti-Union européenne adepte de la critique médiatique (comme **l'a bien raconté** le site Arrêt sur images).

Malgré cette discussion polie, l'hostilité n'a pas disparu. Le 5 janvier à Rouen, une équipe de la chaîne a dû fuir le cortège de « l'acte VIII » sous les insultes et les jets d'œufs. Les journalistes et les vigiles qui les escortaient (un dispositif régulièrement utilisé par les chaînes d'info lors des mouvements sociaux) ont essuyé des coups. « *Dès que l'on prononce le nom BFMTV, ça déclenche une haine incroyable* », a constaté l'une des reporters visés.

« Votre présupposé, c'est que je suis un menteur »

Sur les pages et groupes Facebook du mouvement, où des milliers d'infos et d'images s'échangent quotidiennement, on remarque, de fait, peu de séquences issues des télévisions traditionnelles. Et de moins en moins au fil des semaines, sauf lorsqu'il s'agit d'interviews de soutiens politiques, comme l'Insoumis Adrien Quatennens **sur BFMTV**, ou le philosophe Vincent Cespèdes qui a créé l'émotion **sur le plateau de CNews** lorsqu'il a dit « *comprendre* » la violence de certains manifestants.

BFM n'est pas le seul média ciblé, loin de là. Ce jeudi 10 janvier, *La Charente Libre* a été visée, une poignée de gilets jaunes **tendant de bloquer** sa distribution. Le 27 décembre, la diffusion de *Ouest France* avait bien été en partie bloquée par des manifestants « *mécontents de la couverture du mouvement, déplorant que certains gilets jaunes aient*

pu être taxés d'antisémitisme » après **les incidents parisiens** du week-end précédent. Auparavant, c'était France 3 qui avait été très violemment prise à partie, pour avoir, le 15 décembre, **diffusé une photo** en décor de son JT, d'où la mention « *Macron dégage* » avait été soigneusement effacée.

D'autres figures sont dans le viseur. Ainsi de Jean-Michel Apathie, qui a régulièrement confessé dans ses éditoriaux sur Europe 1 son incompréhension et son désaccord avec le mouvement (avant de regagner en popularité **en exhortant le gouvernement** à parler des violences policières). Dans **une vidéo** mise en ligne le 7 janvier, un anonyme se présentant comme un « *journaliste gilet jaune* » se filme en train de l'interpeller à la sortie de la radio. Il tente de le déstabiliser en lui reprochant avec virulence son supposé « *grand appartement du XVI^e* » et « *les millions [qu'il a] gagnés dans la presse* ».

L'échange, vertigineux, dit tout sur la fracture qui s'est ouverte entre les gilets jaunes les plus enflammés et les stars de l'info. « *Les gilets jaunes sont du côté de la vérité, Monsieur, et vous, vous êtes du côté du mensonge et de la manipulation !* », clame celui qui tient le téléphone. Jean-Michel Apathie reste calme et résume le propos de son interlocuteur, qui lui reproche notamment de ne pas évoquer **les violences du commandant de police toulonnais** contre des manifestants :

« *Votre présumé, c'est que je ne parle pas du commandant de police parce que je suis du côté du pouvoir.*

— *Oui.*

— *Votre présumé, c'est que je suis un menteur.*

— *Oui. »*

L'échange se termine lorsque le gilet jaune, se dévoilant, chante les louanges de la « quenelle » et de Dieudonné, qui serait « *un peu un nouveau Coluche* ».

Les gilets jaunes détestent les institutions et les médias... comme tous les Français

Pourquoi tant de haine ? Les gilets jaunes reprochent avant tout aux médias dominants de se faire le relais d'un pouvoir qu'ils veulent voir tomber. D'où les

reproches récurrents d'être des « collabos », qu'il s'agisse de reprendre les chiffres officiels du nombre de manifestants défilant chaque samedi, de relayer et d'appuyer les déclarations de l'exécutif visant à décrédibiliser le mouvement ou de suivre l'agenda gouvernemental en réduisant la focale aux violences des manifestants.

À l'inverse, l'impasse faite par la plupart des journalistes *mainstream* sur les violences policières dans les manifestations n'est pas non plus pardonnée, alors qu'elles représentent **un trait distinctif majeur** de cette mobilisation.

Les gilets jaunes de la base reprochent aussi aux médias d'être à la recherche de porte-parole s'exprimant bien, même s'ils ne sont représentatifs que d'eux-mêmes, comme Christophe Chalençon, de tous les plateaux alors **qu'il a été désavoué localement** dans le Vaucluse pour ses positions trop clairement à droite.

Il y a sans doute plus. Issus par définition de couches de la société apparaissant peu dans les médias, les gilets jaunes ne semblent pas supporter d'être soumis au classique traitement médiatique. Comme si, au moment où leurs revendications (et leurs vies) s'imposent au centre des débats, ils ne pouvaient admettre de voir leurs propos synthétisés, leur parole coupée, montée, ou même contredite. Ce que bien des journalistes, de leur côté, considèrent comme étant leur rôle intrinsèque.

Finalement, **comme le résume Vincent Glad**, journaliste à *Libération* et observateur avisé des méandres virtuels du mouvement, « *les gilets jaunes sont des Français comme les autres* » : « *Que détestent-ils le plus ? Les partis politiques et les médias, soit les deux catégories qui apparaissent bonnes dernières du baromètre de la confiance dans les institutions du Cevipof.* »

Dit autrement, les médias traditionnels, et par extension la majorité des journalistes, sont critiqués par les militants parce qu'ils incarnent une forme de médiation, de représentation, refusée par le mouvement. Sur le plan institutionnel, ses membres réclament le référendum d'initiative citoyenne,

pour faire entendre leur voix « pure » et non déformée par d'autres. Sur le plan médiatique, ils refusent pareillement tout filtre. Et les médias qu'ils plébiscitent leur offrent justement cette instantanéité sans médiation, ou presque.

Lorsque Éric Drouet, le routier à l'origine de l'appel à manifester le 17 novembre, figure du mouvement, **lance un sondage** pour connaître les médias que ses troupes souhaitent voir regroupés sur une page Facebook dédiée, les réponses sont sans appel. Arrivent très largement en tête Brut, média créé par l'ancien producteur du Grand journal Renaud Le Van Kim et diffusé sur les réseaux sociaux. Brut où travaille notamment Rémy Buisine, connu de tous les gilets jaunes pour ses très longs « lives » tout en empathie au cœur des manifs.

L'autre média plébiscité est... l'antenne française de Russia Today, outil du *soft power* russe très enclin à montrer les divisions françaises. Ses plateaux accueillent de nombreux gilets jaunes ou soutiens du mouvement, mais surtout son site web diffuse aussi des flux « live », non commentés, des manifestations, au plus près des échauffourées.



Dans le sondage, on trouve aussi des références régulières à Vincent Lapierre, journaliste indépendant se mettant en scène dans les affrontements avec les policiers, et soutenant sans réserve le mouvement. Avec Rémy Buisine, Vincent Lapierre a été le seul journaliste contacté par Éric Drouet le 22 décembre pour l'avertir que le rendez-vous parisien était fixé à Montmartre. Et le fait qu'il ait été très longtemps

proche de l'agitateur d'extrême droite Alain Soral ou **qu'il soutienne toujours** Dieudonné importe peu pour les gilets jaunes, qui rejettent les catégories politiques traditionnelles, et revendiquent même leur indifférence quant aux étiquettes partisans, quelles qu'elles soient.

Facebook, écrin idéal pour le mouvement

En soi, cette hostilité des gilets jaunes vis-à-vis de médias identifiés avec le pouvoir n'est guère originale. De nombreux mouvements sociaux ont été alimentés de cette méfiance profonde. Au sein du mouvement altermondialiste était par exemple né en 1999 le réseau médiatique international et indépendant Indymedia. Son slogan reprenait la fameuse phrase de Jello Biafra, chanteur du groupe punk américain Dead Kennedys : « *Don't hate the media, become the media* » (« Ne hais pas les médias, deviens les médias »).

Tout récemment, les zadistes de Notre-Dame-des-Landes avaient eux aussi poussé loin la défiance envers les journalistes *mainstream*, eux-mêmes prompts à publier **de fausses informations** nourries par la police sur la ZAD.

Le mouvement qui secoue la France depuis la mi-novembre affiche cependant une particularité. Il a trouvé un écrin idéal et cohérent pour abriter son entre-soi, sa « bulle de filtre » : Facebook. Le réseau social de Mark Zuckerberg offre aux gilets jaunes un espace médiatique qui peut être presque complètement fermé sur lui-même, avec ses « lives » à suivre les jours de manifestation, ses débats d'éditorialistes dont font office les longues interventions vidéo en direct de Fly Rider ou d'Éric Drouet (qui sont néanmoins en permanence critiqués par leurs fans dans les commentaires, comme le veut la pratique de ce réseau social).

Et les innombrables témoignages des militants de base sont disponibles *via* les commentaires, les posts et les panneaux (ces placards colorés où chacun y va de son interpellation ou de sa question, sans crainte de se faire rabrouer pour son orthographe mal maîtrisée)... Cet espace cohérent a aussi ses passages obligés : la dénonciation, photos à l'appui, des violences policières sur les manifestants.

Comme l'a montré la sociologue Dominique Pasquier dans son livre remarqué, *L'Internet des familles modestes*, ceux qui forment les gros bataillons des gilets jaunes avaient déjà une pratique assidue de Facebook avant le mouvement. « C'est bien eux. Des gens qui ont un travail, stable, mais pas beaucoup d'argent », **a-t-elle confié ici à Mediapart.**

Interrogée par Géraldine Delacroix, la sociologue rappelle à quel point cette pratique du net « ne fait pas communiquer entre eux des groupes sociaux différents » : « Les gilets jaunes qui s'expriment sur internet ont changé d'échelle mais restent dans un milieu identique. Ils savent qu'ils sont quand même entre eux, soutenus : c'est une communauté d'expérience. »

Sur son blog, Olivier Ertzscheid, maître de conférences en sciences de l'information, le dit autrement : « Les gilets jaunes investissent Facebook car il est leur média. Ils ont de Facebook un

usage serviciel qui est un usage de classe. » Pour l'universitaire, les infrastructures de Facebook sont « les seules dimensionnées pour collecter et agréger à la fois la parole et les colères de populations déclassées et en situation de pauvreté ou de souffrance sociale ».

La population qui forme le gros des gilets jaunes n'est en rien habituée à consommer des médias, hormis télévisuels. « Chez les personnes que j'ai observées, quand on parle de politique avec ses amis sur Facebook, c'est sous la forme du coup de gueule, sur des infos non vérifiables et non vérifiées, souligne Dominique Pasquier. Il s'agit de personnes qui ne lisent pas la presse du tout, sont peu informées même si elles écoutent la radio en voiture. »

Il n'est donc guère étonnant de les voir focaliser leur attention, et leur colère, sur une chaîne de télévision, ou de ne retrouver dans leurs références aucun média de presse écrite. Il est tout aussi logique que ce public soit très perméable aux « fake news » et aux théories du complot qui font florès sur le net.

La principale de ces fausses infos est sans conteste celle voulant que le « pacte de Marrakech », **pourtant non contraignant**, conduise à céder la souveraineté de la France à l'ONU, pour mieux y laisser pénétrer des migrants. D'autres posts très largement repris présentent des circulaires officielles du gouvernement, très hostiles au mouvement, **qui sont des fabrications pures et simples...**



Mais dans ce petit monde quasi clos, la croyance en des « fake news » farfelues n'est en rien une fatalité. C'est ce qu'a démontré le petit média militant Vécu, **qui revendique sur Facebook d'être un « média**

horizontal » au service du mouvement. Porté par Gabin Formont, il a su désamorcer en quelques heures le samedi 5 janvier **la fausse rumeur** d'une manifestante belge tuée à Paris.

Dans sa présentation, Vécu réplique fidèlement un discours, qui pour être approximatif n'en est pas moins répété avec mille variations depuis le début du mouvement : « *Nous sommes confrontés à une nette désinformation de la part de nombreux médias (...) qui appartiennent, pour la plupart, aux plus grands chefs d'entreprises à qui l'État lui-même appartient.* »

Les gilets jaunes ont décidé de rompre les ponts, au moins symboliquement, avec ces grands médias, comme BFM TV. Ce désamour, ironiquement, est partagé par Emmanuel Macron lui-même, qui ne décolère pas contre la chaîne, **si l'on en croit Le Canard enchaîné**. Le président estime qu'elle a été « *le principal organisateur des manifestations* ».

Le paradoxe n'est qu'apparent. En conclusion de son interview à Konbini, Maxime Nicolle résume parfaitement l'enjeu : « *BFM, c'est l'ennemi du gouvernement parce qu'ils ont beaucoup médiatisé la chose. Pour nous, c'est "l'ennemi" des gilets jaunes parce qu'ils l'ont médiatisée d'une mauvaise façon.* »

Directeur de la publication : Edwy Plenel

Directeur éditorial : François Bonnet

Le journal MEDIAPART est édité par la Société Editrice de Mediapart (SAS).

Durée de la société : quatre-vingt-dix-neuf ans à compter du 24 octobre 2007.

Capital social : 24 864,88€.

Immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS. Numéro de Commission paritaire des publications et agences de presse : 1214Y90071 et 1219Y90071.

Conseil d'administration : François Bonnet, Michel Broué, Laurent Mauduit, Edwy Plenel (Président), Sébastien Sassolas, Marie-Hélène Smiéjan, Thierry Wilhelm. Actionnaires directs et indirects : Godefroy Beauvallet, François Bonnet, Laurent Mauduit, Edwy Plenel, Marie-Hélène Smiéjan ; Laurent Chemla, F. Vitani ; Société Ecofinance, Société Doxa, Société des Amis de Mediapart.

Rédaction et administration : 8 passage Brulon 75012 Paris

Courriel : contact@mediapart.fr

Téléphone : + 33 (0) 1 44 68 99 08

Télécopie : + 33 (0) 1 44 68 01 90

Propriétaire, éditeur, imprimeur : la Société Editrice de Mediapart, Société par actions simplifiée au capital de 24 864,88€, immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS, dont le siège social est situé au 8 passage Brulon, 75012 Paris.

Abonnement : pour toute information, question ou conseil, le service abonné de Mediapart peut être contacté par courriel à l'adresse : serviceabonnement@mediapart.fr ou par courrier à l'adresse : Service abonnés Mediapart, 4, rue Saint Hilaire 86000 Poitiers. Vous pouvez également adresser vos courriers à Société Editrice de Mediapart, 8 passage Brulon, 75012 Paris.