

« Les machines nous volent notre temps »

« Le papier permet de se réapproprier ce temps que nous volent les machines. » Avec « Le 1 », Eric Fottorino redonne grâce au support et au fond. Un pari à rebrousse-poil. Mais gagnant.

PHILIPPE LALOUX

Qui a dit que la presse était à l'article de la mort ? Eric Fottorino s'échine, avec succès, à démontrer l'inverse. Créateur de nouvelles expériences de lecture, le journaliste, ancien président du directoire du *Monde* et écrivain, a cofondé, en avril 2014, un objet médiatique à rebrousse-poil du destin numérique que d'aucuns prêtaient forcément à l'information. Baptisé *Le 1*, l'hebdo tire aujourd'hui à près de 35.000 exemplaires. Loin du buzz, du flux, de la vidéo et des écrans « qui nous distraient de l'essentiel ». Et si le papier avait (re)trouvé son modèle ?

Quelle est la singularité du modèle éditorial de « Le 1 » ?

La première, c'est de ne traiter que d'un et un seul sujet, sur une seule feuille de papier, pliée en trois. La pluralité est dans le regard. Il développe une approche pluridisciplinaire de la réalité, de l'actualité. *Le 1* est ouvert au regard sensible des écrivains, des poètes, des illustrateurs ; au regard savant de chercheurs ; et au regard de ces quêteurs de réel que sont les journalistes, qui conçoivent le journal et qui réalisent des reportages, des enquêtes et des entretiens.

Vous faites aussi le pari de vous passer de publicité...

Le 1 existe parce qu'il a des lecteurs et seulement parce qu'il a des lecteurs. Il n'y a pas d'actionnaire puissant, pas de régie publicitaire. Je ne suis pas contre la publicité. J'ai dirigé *Le Monde*, j'étais évidemment content d'en avoir. Ce n'est pas une posture morale. Comme nous sommes dans

une époque où il y a une forme de défiance des lecteurs à l'égard des médias, je pense que ces dernières années, la notion d'indépendance est devenue encore plus sensible. Le fait de ne pas avoir de publicité, c'est une manière de montrer que nos seuls patrons, ce sont nos lecteurs.

Le pari du format papier pourrait sembler quelque peu saugrenu dans un univers entièrement voué à la cause du numérique. Comment le justifiez-vous ?

Quand le papier se met à imiter les codes du web ou des réseaux sociaux, il n'a plus de valeur. Il perd toute pertinence. Quand il devient le support de textes approfondis qui font appel à la réflexion ou au temps long, je pense que le papier reprend de la valeur. Le contenant donne même de la valeur au contenu et inversement. C'est une sorte de contrat implicite entre la forme et le fond. Je n'aurais pas pu imaginer *Le 1* sous une autre forme que le papier même si, paradoxalement, 90 % des abonnés souscrivent par notre boutique numérique. Le numérique reste un outil. Le papier privilégie le ralentissement, la concentration et l'attention alors que les écrans sont des lieux sur lesquels on ne pénètre pas, on surfe. Si l'on en croit le livre de Bruno Patino, *La civilisation du poisson rouge*, on est sollicité toutes les neuf secondes pour quitter le chemin que l'on avait emprunté, par un lien, une vidéo, une image de chat... Par définition, le papier ne va pas vous détourner du papier.

Dans un monde où le flux de l'instantanéité semble s'être imposé, vous faites aussi le pari du lent, du profond... Cela correspond-il encore à un besoin ?

En 2019, on vit, encore plus que jamais, la tyrannie de l'instant. A tel point que l'on se sent enfermé dans une addiction, de devoir compulsiver en permanence nos mobiles, de réactualiser nos veilles, au cas où l'on aurait raté quelque chose. Cela va de pair avec une montée de l'insignifiance. Si l'on devait hiérarchiser ces clics sur une journée, on verrait qu'il y a finalement très peu de choses importantes. La plupart n'ont aucun intérêt et nous ont pourtant mangé

notre temps. Les machines nous

Le papier privilégie le ralentissement, la concentration et l'attention alors que les écrans sont des lieux sur lesquels on ne pénètre pas, on surfe

volent notre temps. Le pari du papier, c'était de se le réapproprier, en étant « monotâche ». Les idées développées dans *Le 1* prennent de la place. Aujourd'hui, on miniaturise l'information. Le papier, et le format qui se déplie, qui pèse 45 grammes, permettent de faire un pied de nez aux algorithmes californiens qui façonnent le réel et le simplifient à outrance. Il donne des clés de compréhension du monde, ce que les communautés ne font pas. Elles vous enferment. Ne pas comprendre le monde, c'est cela qui crée de la colère, de l'affrontement.

Pensez-vous que cette démarche est de nature à rétablir un climat de confiance à l'égard des médias ?

Heureusement, il y a encore des médias qui font cet effort de rentrer dans la complexité des choses, de faire de la pédagogie, de ne pas être des militants idéologiques mais d'avoir une approche de citoyenneté, c'est-à-dire d'éclairer le citoyen sur le monde qui les entoure. Mais malgré tout, aujourd'hui, l'immense majorité des médias est court-circuitée par cette puissance sans précédent du numérique.

Il y a de très bonnes choses, on le sait. Elles viennent d'ailleurs souvent de marques reconnues de presse, qui ont leur déontologie, leurs règles. Mais elles sont très souvent balayées par la montée en puissance de l'information émotionnelle ou sectaire, portée par de nouveaux médias qui enferment les gens dans ces fameuses bulles numériques.

Finalement, ces réseaux sociaux dont on nous promettait qu'ils seraient une ouverture au monde ne sont que des enfermements de communautés. C'est le plus grand danger. L'opinion publique naît de stratégies d'enfermement, d'isolement. Comme si, dans un kiosque, vous ne trouviez que le journal qui correspond à vos idées.

Eric Fottorino

Journaliste, Eric Fottorino a passé près de 25 ans au journal *Le Monde* où il a été grand reporter avant d'accéder à la présidence du directoire, jusqu'en 2010. Il lance l'hebdomadaire *Le 1* en avril 2014, avec Natalie Thiriez et Laurent Greilsamer. Grand passionné de cyclisme, il vient aussi de publier son nouveau roman chez Gallimard : *Dix-sept ans*.

« Le 1 » gratuit avec « Le Soir »

Exceptionnellement, le prochain numéro de *Le 1*, consacré à l'influence de Facebook sur l'opinion publique, sera offert gratuitement dans *Le Soir* « papier » de ce mercredi. Un numéro à ne pas manquer, disponible pour tous les abonnés et en librairie.

Facebook « Tout le monde chasse en meute »

PH.L.

Comment les réseaux sociaux, et singulièrement Facebook, façonnent-ils les opinions publiques ? Telle est précisément la question au centre du prochain numéro de *Le 1* (disponible ce mercredi en kiosque, mais aussi, exceptionnellement, offert gratuitement avec *Le Soir*). Pour nourrir le sujet, *Le 1* s'est livré à une petite expérience. Elle a été menée, depuis janvier, sur fond de campagne européenne, en collaboration avec l'école de journalisme de Sciences Po à Paris et avec Thomas Huchon, un réalisateur spécialisé dans la problématique des fake news pour la télévision numérique, Spicée. « Ils ont créé six faux profils sur Facebook », explique Eric Fottorino. « Ils sont tous très marqués : l'un très "République en marche", l'autre très "Front de gauche", ou très écologiste... Ces profils ont été peu actifs. Ils ont juste dit qui ils étaient. Ensuite, on a simplement observé le type d'informations qu'ils recevaient. »

« Fabrique de l'info »

Verdict ? « Elles sont toutes très typées. Aucun ne reçoit une information de nature à remettre en cause ses propres convictions ». De quoi nourrir cette idée d'une « fabrique de l'info », capable, sinon d'orienter l'opinion, à tout le moins de la coincer dans des com-

munautés hermétiques. Et, forcément, en logique d'affrontement plus que d'échange. « Tout le monde chasse en meute », commente le journaliste. Ce qui pousse la société dans une forme de « déterminisme numérique ».

Fidèle à son ADN, *Le 1* explore le sujet en ouvrant ses colonnes à un panel élargi de plumes. Bruno Patino, auteur de *La civilisation du poisson rouge* (Grasset), pionnier convaincu du numérique en France, explique comment la machine a finalement échappé à ceux qui l'avaient créée. « Ce qui refaçonne le réel au point qu'il ne se ressemble plus », commente Eric Fottorino.

L'écrivain Lola Lafon explique, elle, les raisons qui l'ont poussée à renoncer à Facebook, « parce qu'elle ne reconnaissait plus ses amis ». Le psychologue Olivier Houdé nous livre le guide de survie du cerveau « pour empêcher qu'il gobe toutes les informations qu'il reçoit ». Le journaliste Julien Le Bot, quant à lui, se met « dans la tête de Zuckerberg » quant à la manière dont est programmé « son monstre » pour exploiter nos données (peu importe, une photo anodine de vacances, un « like » sur une vidéo conspirationniste, un appel au don ou à la haine). Et nourrir ses ambitions de croissance à tout prix, quitte « à attiser des haines ou à ranger les gens dans des catégories dont ils ne peuvent pas s'échapper ».