

Ipjmag - le magazine réalisé par les étudiants de l'IPJ

-- Politique --

Politique

Entre cyberjournalisme et "negative campaigning"

Emmanuel Tixier [28ème
promotion]

vendredi 24 novembre 2006

Le salut de la transparence démocratique passe-t-il vraiment par Internet ? Après la publication des images de Ségolène Royal huée au Zénith ou en plein discours anti-enseignants, la question du partage en ligne des vidéos se pose.

Jules-ferry a uni la politique et l'Internet pour le meilleur et - surtout - pour le pire. Depuis sa publication le 8 novembre sur le site de partage de vidéos [Dailymotion](#), près d'un million d'internautes ont vu le document pirate compromettant Ségolène Royal posté par ce mystérieux internaute. Dans la vidéo, la présidente de la région Poitou-Charentes s'en prend aux enseignants en collège qui ne font pas leurs 35 heures sur leur lieu de travail. A la veille de son élection comme candidate du Parti socialiste pour la présidentielle, Ségolène Royal était victime du concept très américain de "negative campaigning". Un système qui consiste à nuire à son adversaire politique ou commercial par tous les procédés possibles.

Aux Etats-Unis, lors des élections de mi-mandat, le sénateur de Virginie en a fait les frais. George Allen, que les pronostics donnaient vainqueur, a perdu son siège au profit du candidat démocrate. Sur [YouTube](#), des milliers d'internautes ont pu voir le sénateur sortant traiter un caméraman noir de « macaque ». Erreur stratégique, le caméraman en question était démocrate. Et au final : un fauteuil perdu de 7 000 voix contre toute attente.



Sur Dailymotion, la vidéo compromettant Ségolène Royal a été vue par près d'un million d'internautes. Photo : capture d'écran.

Les médias traditionnels prennent le relais

« Les vidéos postées représentent davantage pour nous une source d'inspiration que d'information », précise Christophe Abric, responsable de la rubrique multimédia à Tf1.fr, qui cite pêle-mêle [Kamini](#) et [Social Supa Crew](#), dans le registre du divertissement. Les médias traditionnels se font pourtant parfois le relais des informations envoyées par les internautes. Ainsi, la fameuse vidéo de Jules-ferry a été diffusée quasiment *in extenso* dans le 20 heures de France 2, le vendredi 10 novembre. TF1 s'est contenté d'en montrer une dizaine de secondes.

« Méfiez-vous d'Internet ! » C'est en substance ce qu'a conseillé aux hommes politiques Eric Schmidt, le président de la firme américaine Google, lors d'une interview accordée début octobre au [Financial Times](#). Selon lui, la classe politique ignore encore tout du pouvoir d'Internet. Alors que d'ici

quelques années, des « détecteurs de vérité » pourraient bien traquer la moindre incartade de tout candidat sur le web.

Internet sera décidément le lieu de l'affrontement politique. Un atout pour la transparence démocratique. Mais aussi un danger : entre journalisme participatif et volonté de nuire, la frontière est perméable.