

3 QUESTIONS À MARTIN ANDREE



©Florian Lechner

ENSEIGNANT
CHERCHEUR EN
SCIENCES DES
MÉDIAS (UNIVERSITÉ
DE COLOGNE)

*Propos recueillis par Kati Bremme,
directrice de l'Innovation à
France Télévisions et rédactrice
en chef de Méta-Media*

Le professeur Martin Andree enseigne les sciences des médias à l'université de Cologne. Spécialiste de la domination des Big Tech, il mène des recherches sur le sujet depuis plus de quinze ans. Son expertise est régulièrement sollicitée par les principaux médias allemands — notamment les chaînes de télévision publiques et les grands quotidiens — ainsi que par des conférences de référence comme le Sommet numérique du gouvernement fédéral. En 2020, il publie l'ouvrage de référence Atlas der digitalen Welt (Atlas du monde numérique). En 2023, il reçoit le Prix spécial Günter-Wallraff pour la liberté de la presse et les droits humains pour son livre Big Tech muss weg (Big Tech doit disparaître), également paru en anglais.

1

LES MONOPOLES NUMÉRIQUES GAGNENT UN CONTRÔLE CROISSANT SUR NOS VIES — D'ABORD VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX, AUJOURD'HUI VIA L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE. LE PARADOXE, C'EST QUE LE BATTAGE ACTUEL AUTOUR DE L'IA EST LARGEMENT ALIMENTÉ PAR LES BIG TECH ELLES-MÊMES, — SOUVENT SOUS COUVERT DE SOUTIEN À L'INNOVATION. COMMENT CETTE POSITION DOMINANTE S'EST-ELLE RENFORCÉE CES DERNIÈRES ANNÉES, AU POINT DE FRAGMENTER — VOIRE FAÇONNER — NOTRE RÉALITÉ ?

L'IA générative est, sur le plan technologique, une révolution mondiale. Mais dans le cadre de mes recherches, elle ne fait qu'accentuer et accélérer deux tendances problématiques que nous observons depuis vingt ans :

- La concentration du pouvoir d'influence : aujourd'hui incarnée par ChatGPT dans l'univers des générateurs de texte — tout comme, dans l'ère du Web 2.0, presque tout le trafic se concentrait déjà sur quelques plateformes monopolistiques ;
- La dévalorisation du contenu : pour le dire crûment : **la valeur du contenu a été méthodiquement détruite au fil des décennies, si bien que l'IA générative ne fait qu'aggraver un secteur déjà en stagnation.**

Comme lors des précédentes ruptures technologiques, les rédactions sont dans une impasse, une situation

« lose-lose » : elles doivent adopter ces technologies pour survivre, tout en soutenant ainsi des structures qui finiront par anéantir le journalisme lui-même.



Comme lors des précédentes ruptures technologiques, les rédactions sont dans une impasse, une situation « lose-lose ».

2

VOTRE TRAVAIL TROUVE-T-IL UN ÉCHO DANS LES RÉDACTIONS, OU ONT-ELLES TENDANCE À CONTINUER COMME SI DE RIEN N'ÉTAIT ? SELON VOUS, QUEL POURRAIT ÊTRE LE POINT DE BASCULE ? CAR THÉORIQUEMENT, LES PLATEFORMES N'AURONT BIENTÔT PLUS BESOIN DES RÉDACTIONS : ELLES ONT ACCÈS AUX DONNÉES, SAVENT PRODUIRE DES CONTENUS, CRÉER DES FORMATS — ET PEUVENT DÈS LORS IMPOSER LEUR PROPRE DÉFINITION DE LA RÉALITÉ.

Je ne vois toujours aucun véritable changement de paradigme. Il y a quelques semaines, on a célébré en Allemagne les 20 ans de YouTube — sans la moindre prise de recul critique de la part des rédactions. On imagine mal fêter aussi tranquillement « les 50 ans des Hells Angels », non ? Cette semaine encore, on couvre sans recul la conférence Google I/O. Mais nous avons affaire à des entreprises qui sapent les fondements mêmes de la démocratie et du journalisme — et cela ne semble jamais pris en compte dans le traitement médiatique. Le juge américain James Donato a récemment dénoncé la suppression délibérée de preuves par Google en des termes très clairs : « Il s'agit des preuves les plus graves et les plus préoccupantes que j'aie vues en dix ans de carrière, en matière de

dissimulation volontaire de documents par une partie. Ce comportement constitue une attaque frontale contre l'intégrité de la justice. » Pourquoi le journalisme ne dénonce-t-il pas plus vigoureusement l'incompatibilité structurelle de ces entreprises avec le fonctionnement démocratique ? Pourquoi va-t-il jusqu'à les célébrer ? Cela me dépasse.

3

À PÉROUSE, VOUS AVEZ LANCÉ UNE FORMULE VOLONTAIREMENT PROVOCATRICE : « IL NOUS RESTE ENVIRON QUATRE ANS AVANT QUE LES BIG TECH NE PRENNENT TOTALEMENT LE CONTRÔLE DES MÉDIAS. » COMMENT FAUT-IL COMPRENDRE CETTE ALERTE ? ET QUELLES ACTIONS CONCRÈTES PEUVENT PRENDRE LES MÉDIAS — ET LES DÉMOCRATIES EN GÉNÉRAL — POUR RETROUVER UN LEVIER D'INFLUENCE DANS CET ÉCOSYSTÈME DÉSÉQUILIBRÉ ?

La menace est évidente. Les États-Unis glissent lentement vers l'autocratie. Leur gouvernement forme désormais une alliance de fait avec les Big Tech. Et cette puissance démesurée coopère déjà avec les partis populistes et d'extrême droite européens. Nous venons d'en avoir la preuve en Allemagne avec le soutien explicite d'Elon Musk à la campagne de l'AfD. **Le problème central est que Trump et la Tech, en contrôlant les plateformes, contrôlent déjà une grande partie de l'espace public politique européen.** Si nous continuons à fermer les yeux, les plateformes auront vite fait de porter les partis radicaux au pouvoir, d'aggraver la polarisation, peut-être même de provoquer l'effondrement de l'Union euro-

péenne — ouvrant ainsi un boulevard aux entreprises technologiques américaines pour exploiter l'Europe sans entraves réglementaires. Cela reviendrait à capituler totalement et à livrer notre démocratie sans aucune résistance.

Pour aller plus loin, scannez ce QRcode

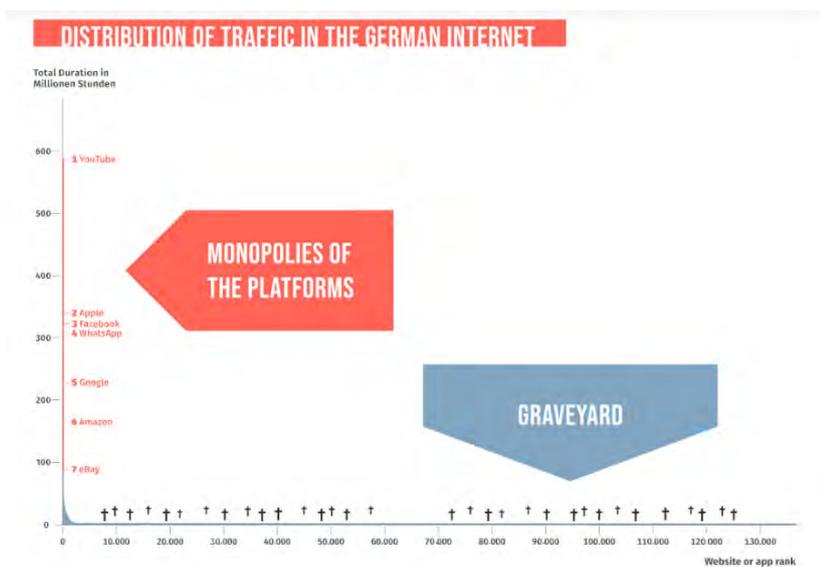


Illustration tirée de l'ouvrage de Martin Andree, mettant en évidence le déséquilibre saisissant entre le temps passé sur les plateformes (monopolies) et celui consacré aux autres sites (graveyard) en Allemagne

LES GRANDS ENSEIGNEMENTS

L'analyse de ces données apporte des perspectives inédites et des découvertes surprenantes. En voici quelques exemples :

- La concentration du trafic total sur un nombre très restreint d'entreprises est extrême et significativement plus importante que prévu : Google (ou Alphabet) et Facebook concentrent à eux seuls plus d'un tiers de l'attention totale de tous les acteurs numériques réunis ; à partir de millions d'offres différentes, les 7 premiers acteurs génèrent plus de 50 % de tout le trafic numérique.
- L'ampleur exacte de cette concentration est calculée scientifiquement - sur une échelle comprise entre 0 (répartition égale - tous les acteurs génèrent la même quantité de trafic) et 1 (un acteur attire tout le trafic, tous les autres acteurs du marché ont un trafic nul), la valeur de la concentration numérique est de 0,988 (coefficient de Gini).
- La croissance de l'utilisation des médias numériques est plus dynamique là où on l'attend le moins, à savoir chez les utilisateurs plus âgés (60 ans et plus). Dans ce cas, la croissance est plus de cinq fois supérieure à celle du marché global.
- TikTok connaît une croissance rapide et a plus que quadruplé sa durée d'utilisation en un an.
- L'importance des blogs est si faible qu'elle est souvent difficile à mesurer empiriquement. Seuls 14 % environ de la population allemande utilisent un blog. Ces utilisateurs y consacrent en moyenne moins de 2 minutes par mois.
- Les grandes marques ne parviennent pas à générer un trafic significatif sur leurs propres domaines, même après des décennies d'investissement.
- La génération Z est moins politisée que l'on ne le pense. Les jeunes utilisent beaucoup moins de domaines politiques que le reste de la population.

Dans l'ensemble, les analyses convergent : les indicateurs classiques du marché fondés sur la portée s'avèrent trompeurs. Le véritable critère décisif est la durée d'utilisation, ici mesurée de façon globale et révélée pour la première fois.

En réalité, seule la durée effective d'utilisation — telle que mesurée dans l'étude de Martin Andree — permet, selon lui, d'évaluer la fidélité des utilisateurs aux différentes offres numériques. À titre d'exemple, l'entreprise Apple ne revendique « que » 44,5 % de pénétration en termes de portée ; pourtant, l'intensité d'usage qu'elle génère la hisse parmi les acteurs les plus influents du marché global. Un résultat d'autant plus marquant qu'Apple capte à elle seule 8,0 % du temps d'utilisation total.



Pourquoi le journalisme ne dénonce-t-il pas plus vigoureusement l'incompatibilité structurelle de ces entreprises avec le fonctionnement démocratique ?