“Face à Fdesouche, la défaite culturelle de la “start-up nation” de Macron” (L’Express)

23/06/2024 à 14h15



Guerre des récits. Entre Cocorico, la newsletter “condensé de bonnes nouvelles” de l’Elysée et le site identitaire qui relaie les faits divers, deux visions du monde s’affrontent. Jusque dans les urnes.

(…)

L’influence de Fdesouche grandit parce que son contenu répond à l’humeur d’une partie non négligeable du pays. De récentes enquêtes d’opinion le montrent : en France plus encore qu’ailleurs, la méfiance, la lassitude et la morosité l’emportent, quelle que soit la réalité vécue. La fréquentation assidue des réseaux sociaux accentue encore l’impression d’un monde qui se délite de toutes parts : “Ils fonctionnent essentiellement au rejet, à l’anxiété. Cela devient presque une nécessité pour les gens d’aller chercher du contenu négatif, qu’ils trouvent aussi dans des séries ou des films dystopiques”, constate Philippe Moreau Chevrolet, communicant, fondateur de l’agence MCBG. L’effet d’accumulation fonctionne alors à plein. “Le site fait attention à relayer le moins de désinformation possible, mais il a une stratégie politique via la sélection des faits. C’est

dans le cocktail qu’il donne à lire qu’il induit le visiteur en erreur sur la représentativité de ce qu’il partage, il y a une loupe déformante de la réalité, qui pointe du doigt certaines communautés”, ajoute Tristan Mendès France, maître de conférences associé à l’université Paris-Cité, spécialiste des cultures numériques.

www.lexpress.fr