



La société de la post-vérité

Fake news et démocratie

Boisen, Jørn

Published in:
Fransk nyt

Publication date:
2019

Document version
Tidlig version også kaldet pre-print

Citation for published version (APA):
Boisen, J. (2019). La société de la post-vérité: Fake news et démocratie. *Fransk nyt*, (275), 26-30.

La société de la post-vérité - *fake news* et démocratie.

Une loi controversée

La nuit du 9 au 10 octobre 2018, l'Assemblée nationale en France a adopté un texte controversé, « la loi contre la manipulation de l'information en période électorale », ou, autrement dit, la loi contre les *fake news*.

La loi est une réaction à une série d'épisodes politiques aussi inquiétantes qu'étonnantes. D'abord le référendum sur le Brexit en Grande Bretagne en juin 2016, puis l'élection surprise de Donald Trump au mois de novembre la même année, le référendum sur l'indépendance en Catalogne en Espagne 2017 et, enfin, l'élection présidentielle française en 2017.

Dans tous ces cas, le comportement souvent surprenant des électeurs, s'expliquait - dans une certaine mesure au moins - par la circulation des informations sur les réseaux sociaux, voire par la propagation organisée des informations fausses sur les réseaux sociaux. Ainsi les autorités américaines soupçonnent des trolls russes d'avoir détruit la campagne de Hillary Clinton et d'avoir boosté celle de Donald Trump. De même, le candidat Macron a été victime d'une rumeur propagée par l'extrême-droite au sujet d'un prétendu compte offshore, et d'une autre, venue du site russe Sputnik, qui l'affirmait financé par un soi-disant « lobby gay » .

La démocratie en danger

Il est impossible à dire dans quelle mesure les fausses nouvelles ont été déterminantes pour le résultat dans ces campagnes. En revanche, il est évident pour tout le monde qu'on a affaire à une situation tout à fait nouvelle. La démocratie se trouve désormais face à une menace d'un nouveau genre. C'est la validité même du scrutin qui est en cause. La démocratie est fondée sur le choix informé des citoyens, c'est à dire que les citoyens, malgré leurs différences, font partie d'une communauté qui partage la même réalité et qui a accès à l'information sur cette réalité. Que faire quand les nouvelles, au lieu d'éclairer et d'ouvrir le monde, enferment les individus dans leur propre

monde constitué de leurs idées préconçues avec des gens qui pensent exactement comme eux ?

C'est quoi la situation ? Ce n'est pas seulement les *fake news*, mais un ensemble de phénomènes. C'est l'industrialisation numérique de la vie politique et des campagnes politiques ; le numérique a pris possession d'une grande partie de la scène politique et nous avons non seulement le problème des *fake news*, mais également du ciblage numérique, du piratage, des bots, des faux comptes Twitter, des images piratées et détournées. Nous avons toutes sortes de problèmes.

Ce qui est nouveau ce n'est donc pas qu'il y a des mensonges dans l'espace publique - jamais la liberté d'expression n'a interdit le mensonge. Le droit interdit la diffamation et l'injure, l'incitation à la haine raciale, mais on a le droit de mentir. Le problème est que le mensonge a pris une puissance vraiment affolante du fait de la vitesse de propagation et la puissance de propagation de l'information.

Un seul exemple suffit parce qu'il est à la fois drôle et tragique. On sait que les *fake news* ont beaucoup marqué la campagne des élections présidentielles aux États-Unis. Un seul exemple qui est à la fois amusant et tragique. La rumeur a commencé à circuler pendant cette campagne que le pape avait exprimé son accord avec Donald Trump - le pape vote Trump, en quelque sorte. La rumeur a été partagée 870.000 fois sur Facebook. Les décodeurs qui se sont emparé de la chose pour dire que ce n'était pas vrai, eux, leur message a été partagé 33.000 fois. Un rapport de 26 à 1. Voilà à quoi on a affaire.

Les médias sociaux étaient à l'origine un moyen du partage de revendications collectives et de la coordination d'actions civiques - un instrument démocratique, en quelque sorte. Ils sont devenus des instruments de contrôle social, manipulés par des conseillers et informaticiens peu scrupuleux, au service de ceux qui veulent payer, aussi bien les hommes politiques des démocraties que ceux des dictatures. C'est l'industrialisation de la politique par les technologies numériques et c'est un danger mortel pour la démocratie.

Qu'est-ce que les *fake news* ?

Mais d'abord : de quoi parle-t-on quand on parle de *fake news* ?

Les contenus mensongers visant à tromper les lecteurs ne sont évidemment pas nouveaux les sites parodiques (*The Onion, Nordpresse, le Gorafi, Rokokoposten*), les *hoax* et les théories du complot ont circulé massivement sur internet depuis le début. Le phénomène des *fake news* s'apparente également à toute une série de phénomènes très traditionnels, de la rumeur traditionnelle à la propagande politique, en passant par les théories conspirationnistes et le canular.

Parmi tous les contenus faux qui circulent sur internet, il est cependant possible de définir quelques modalités distinctes.¹La première, et la plus innocente, est la pratique de la *mésinformation* (*mis-information*). C'est quand un contenu est faux, mais quand il s'agit tout simplement d'une erreur, sans intention de nuire. Dans la presse, il y a beaucoup de contenus « faux » sans que ceux-ci soit nécessairement le fruit d'une manipulation. C'est le cas chaque fois qu'un journaliste fait une erreur ou rapporte quelque chose d'inexact. La mésinformation est donc un *fake* (dans la mesure où ce qui est rapporté n'est pas vrai) sans qu'il s'agisse pour autant des *fake news*.

Pour qu'il soit réellement question des *fake news*, il faut que le contenu faux est produit dans le but de tromper l'utilisateur. Comme on sait, le terme anglais de *fake* ne signifie pas la même chose que *false*, dans la mesure qu'il introduit une volonté de tromper. Le *fake news* est une contrefaçon qui imite le style et le ton des articles journalistiques dans le but de tromper le lecteur en vue d'influencer son comportement. Ce n'est plus la mésinformation (*mis-information*), mais la désinformation (*dis-information*).

La troisième pratique, plus grave, est celle de l'information malveillante (*malinformation*), qui manipule un contenu vrai pour produire des surinterprétations idéologiquement chargées afin de servir une cause politique souvent extrémiste ou antidémocratique.

Voilà donc la définition des *fake news* ; c'est le mensonge au service de la propagande. L'objectif des *fake news*, c'est la manipulation politique

¹ Voir C Wardle, H Derakhshan : *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* - Council of Europe report, DGI (2017), 2017 - theewc.org

L'industrie de la désinformation

La création des rumeurs en ligne a connu une croissance exponentielle, ces dernières années, lors des dernières campagnes électorales aux États-Unis et en France. Une analyse quantitative, portant sur huit millions de liens partagés sur Twitter et Facebook pendant la présidentielle française, arrive à la conclusion qu'un quart de ces liens était des *fake news*, c'est-à-dire qu'ils correspondaient directement à des tentatives de manipulation politique².

Des deux côtés de l'Atlantique, des individus ou des réseaux, souvent situés à l'extrême droite ou à l'extrême gauche de l'échiquier politique, produisent de rumeurs de manière industrielle pour disqualifier leurs adversaires politiques et faire avancer leur propre agenda.

Voilà le deuxième trait caractéristique des *fake news* : leur mode de production industrielle.

Les nouvelles sont fabriquées à la chaîne et leur diffusion à grande échelle s'appuie sur le modèle économique des réseaux sociaux. Facebook tire ses revenus (plus de 40 milliards de dollars en 2017) de la vente de publicités sur les fils d'actualités des internautes. Les annonces sont très efficaces parce qu'ils sont ciblés en fonction des données démographiques (âge, sexe ou lieu d'habitation), des préférences culturelles (musique, films, littérature) et des comportements de consommation - données que Facebook récupère chez ses usagers. Cela fait de Facebook une plateforme idéale pour la diffusion des *fake news* vers un large public. Le site où le *fake news* est mis en ligne héberge également de la publicité ; en diffusant sur Facebook des liens vers les articles de *fake news*, ils font venir en masse les usagers de Facebook sur leurs propres sites, et arrive donc à générer des revenus publicitaires. Les plateformes, les fabriques de *fake news* et les publicitaires vivent en symbiose.

Parfois la diffusion massive de ces fausses nouvelles a même pour unique but de générer des revenus publicitaires. Le site BuzzFeed a ainsi révélé comment un groupe d'adolescents en Macédoine, parvenait à gagner jusqu'à 5 000

² The Role and Impact of Non-Traditional Publishers in the 2017 French Presidential Election, www.bakamosocial.com

Vaccari, C. "Surfing to the Élysée: The Internet in the 2007 French Elections". French Politics (2008) 6:1. <https://doi.org/10.1057/palgrave.fp.8200139>

dollars par mois en diffusant des *fake news* pro-Trump sur le Facebook américain lors de la campagne présidentielle américaine³

Les *fake news* sont donc un produit très compétitif sur le marché de l'information que constituent aujourd'hui les réseaux sociaux. Ils sont extrêmement efficaces dans la mesure où ils créent de « l'engagement » (ils provoquent des clics, des partages, des commentaires), contribuant ainsi à la croissance économique des plateformes. Moralement, les *fake news* peut poser problème aux dirigeants des plateformes numériques ; économiquement, ils sont une aubaine.

La défaite du journalisme classique - la victoire des réseaux sociaux

Le troisième élément caractéristique des *fake news* est le rôle dominant des réseaux sociaux sur le marché de l'information aujourd'hui. Les plateformes, Facebook, Twitter et les reste, sont à l'origine créées pour permettre le partage des contenus personnels. Or, d'une part, les plateformes sont devenues très puissantes (deux milliards d'utilisateurs sont aujourd'hui inscrits sur Facebook), d'autre part, elles sont de plus en plus utilisées pour partager des informations d'actualité.

Cela a entraîné une réaction en chaîne. Les médias traditionnels en ligne sont obligés de passer par les réseaux sociaux, qu'ils le veuillent ou non, puisque ceux-ci leur fournissent une grande part de leur lectorat. Surtout pour les jeunes, les réseaux sociaux sont incontournables quand il s'agit de s'informer. Selon le Digital News Report 2017⁴ du Reuters Institute, les réseaux sociaux sont devenus la principale source d'information des 18-24 ans. Par conséquent, ces plateformes, où l'information n'est ni vérifiée, ni contrôlée ni rédigée deviennent non seulement des concurrents directs des médias traditionnels ; elles tendent à les remplacer tout court. Plus les réseaux sociaux vont bien, plus les médias classiques vont mal.

³ <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo>

⁴ Rapport disponible à l'adresse : www.digitalnewsreport.org

Il faut se rendre à l'évidence : Les médias sociaux sont devenus la plaque tournante de l'information du troisième millénaire. 22 millions de Français consultent leur compte Facebook chaque jour. Face à ce rouleau compresseur, la presse traditionnelle est en perte de vitesse. Les tirages semblent avoir entamée un déclin inexorable, ce qui pose la question de la survie même d'une presse indépendante. Or ce qui est bien pire est que les Français ne font plus confiance à leurs médias. La faible crédibilité concerne tous les types et tous les supports. La radio est considérée comme le média le plus fiable avec un taux de crédibilité de 56 % Puis, c'est la presse écrite (une cote de crédibilité à 52 %) et la télévision (48%). Même si les chiffres de 2018 marquent un progrès par rapport à 2017 Un gouffre s'est ouvert entre les journalistes et leur public et l'intérêt des Français pour l'actualité atteint un niveau historiquement bas⁵.

Le soft power autoritaire

Les régimes autoritaires (la Russie, la Chine) et des groupes terroristes (d'abord Al-Quaïda, puis l'État Islamique), se sont vite rendu compte des formidables possibilités de la numérisation de l'information, ce qui donne une dimension supplémentaire au problème. Les ennemis de la démocratie ont toujours eu l'ambition de déstabiliser les démocraties. Maintenant c'est possible, c'est extrêmement efficace, et c'est très peu cher.

Au cours du 20^e siècle, l'idéal démocratique s'est imposé partout dans le monde, parce que c'était de loin le modèle le plus efficace. La démocratie était capable de garantir à la fois les libertés individuelles et le bien-être matériel des citoyens. Depuis la crise financière de 2008, on a pu constater un changement dans les rapports de force stratégiques. Tout se passe comme si la crise économique, la révélation soudaine des dysfonctionnements de notre modèle économique, a ouvert la porte à toutes sortes d'interrogations existentielles et crises d'identité : qu'est-ce qu'une société ? quelle est notre identité ? quel est le lien social qui nous unit ? quel est le rapport entre le peuple et ses gouvernants ?

En revanche, les régimes autoritaires, forts de leur puissance économique (La Chine, l'Arabie Saoudite) ou leur efficacité stratégique (la Russie), s'affirment

⁵ <https://www.la-croix.com/Economie/Medias/confiance-Francais-medias-traditionnels-progresse-2018-01-23-1200908029>

de jour en jour. Il n'y a pas très longtemps, c'était les démocraties qui avaient l'ambition de former le monde à sa manière. Dans les années 80, Bernard Kouchner, co-fondateur de Médecins sans frontières et futur ministre, parlait ainsi de « devoir d'ingérence » tandis que les néoconservateurs américains des années 2000 parlaient de « *nation building* ».

Maintenant, ce sont les régimes autoritaires qui ont retrouvé la confiance idéologique, et ils entendent redessiner le monde à leur manière. À vrai dire, cette ambition ne date pas d'hier. Les tentatives d'affaiblir ses adversaires en les minant de l'intérieur sont vieilles comme le monde. Pendant la guerre froide, l'Union Soviétique essayait sans cesse à déstabiliser l'opinion en Occident en manipulant la diffusion du savoir, des partis politiques et divers groupes qui allaient du terrorisme pur (la *Rote Armee Fraktion* en Allemagne) jusqu'au grands mouvements populaires (le mouvement de la paix dans les années 80).

Or, le monde est entré dans un nouvel âge de la propagande. Si l'ambition d'affaiblir l'adversaire reste généralement la même, il y a désormais une différence essentielle : il ne s'agit plus de faire avancer son propre agenda en imposant ses points de vue à l'adversaire (c'était *grosso modo* l'objectif de l'instrumentalisation des mouvements de la paix). Le but est de convaincre de l'absence de vérité objective pour semer le doute et la confusion. Il s'agit de créer le chaos, de rapporter une multitude de « faits », de perspectives, d'opinions qui se font la concurrence et qui s'annulent si bien qu'à la fin, il est impossible d'établir une réalité commune. Claire Wardle, qui a dirigé un rapport remis au Conseil de l'Europe en 2017, parle de la « pollution de l'information » et au lieu d'utiliser le terme de *fake news* elle a recours à celui de « trouble informationnel ».⁶

Une telle situation, où il n'y a plus de vérité communément admise, où il n'y a plus de réalité partagée, est mortelle pour les démocraties. On l'a vu à plusieurs reprises, notamment aux États-Unis où le public est divisé en deux moitiés qui ne se parlent plus, qui ne se comprennent plus, qui se détestent et qui se font la guerre, précisément parce qu'elles n'ont plus de réalité commune.

⁶ C Wardle, H Derakhshan : Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking - Council of Europe report, DGI (2017), 2017 - theewc.org

Après la crise des gilets jaunes, la France est aussi en train de glisser vers le même climat de guerre civile que les États-Unis. Sans une presse, dont la validité, la légitimité et la crédibilité sont reconnues par le plus grand nombre, le pays risque de glisser de la fragmentation, à la polarisation, à la confrontation.

La loi contre les *fake news*

Il y a bien un problème. Mais y a-t-il un remède ? On peut craindre que celui-ci n'existe pas.

Devant le danger, plusieurs pays, dont la France, ont décidé de légiférer sur les *fake news* pour pouvoir réglementer la manière dont circulent les informations sur les réseaux sociaux. Les propositions de loi visent à permettre à un candidat ou parti de saisir la justice pour faire cesser la diffusion des *fake news* durant les trois mois qui précèdent un scrutin national. L'intervention de la justice sera encadrée. « Tous les garde-fous ont été instaurés », a assuré la ministre Françoise Nyssen, ajoutant que ce projet « ne restreint en rien la liberté d'expression. [...] Pour qu'elle soit justifiée, l'information devra être manifestement fausse et diffusée de manière délibérée, massive et artificielle », a expliqué la ministre.

Les propositions de loi imposent également aussi imposer aux plateformes numériques des obligations de transparence quand elles diffusent des contenus contre rémunération. Enfin, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) pourra « ordonner la suspension de la diffusion » d'un service « contrôlé par un Etat étranger, ou sous l'influence » de cet Etat, s'il « diffuse de façon délibérée de fausses informations de nature à altérer la sincérité du scrutin⁷ ».

L'opposition politique et les associations de journalistes ont déjà dénoncé un texte au mieux « inapplicable » au pire « dangereux pour la liberté d'opinion ». Le grand problème est évidemment la nature ambiguë des fausses informations et l'anarchie des réseaux sociaux. Il est sans doute vrai que les *fake news* sont fabriquées à l'échelle industrielle dans des pays qui sont hostiles à la démocratie. Or le partage, c'est nous-mêmes qui l'assurons ; c'est nous qui cliquons, qui relayons, qui commentons.

⁷ <http://www.conseil-etat.fr/Decisions-Avis-Publications/Avis/Selection-des-avis-faisant-l-objet-d-une-communication-particuliere/Lutte-contre-les-fausses-informations>

C'est absolument génial comme moyen de propagande. Les *fake news* est comme une maladie auto-immune de la démocratie, c'est-à-dire que ce sont précisément nos propres moyens de défense - le débat et l'échange d'idées démocratiques - qui nous poussent à notre perte. D'où les paradoxes et les problèmes de la loi française. Très raisonnable dans ses intentions, mais (peut-être) inapplicable, inefficace ou dangereuse pour la liberté d'expression. La grande question est, évidemment, de savoir s'il existe encore, dans un monde profondément démocratique, une autorité supérieure capable de dissocier le vrai du faux et de réguler un marché de l'information à la fois dérégulé et dérégulé.

Cinq conseils

La loi française prévoit également que les jeunes soient davantage formés aux médias et à l'information. En réalité, il n'est pas très difficile de s'assurer que les nouvelles qu'on lit et qu'on partage sont vraies ou fausses. Ainsi Guillaume Daudin de l'Agence France Presse (AFP) donne cinq conseils (sur Facebook!) que tout le monde muni d'un téléphone ou d'un ordinateur peut suivre. Voilà une transcription approximative de ces conseils :

« Le premier conseil est le plus simple : Il suffit de regarder et d'écouter attentivement. Dans une photo ou une vidéo, il y a souvent les indices pour comprendre si la légende que l'on met avec la photo ou la vidéo est vraie. Ainsi, pendant le mouvement des gilets jaunes, l'AFP avait travaillé sur une vidéo qui tournait sur Facebook et qui disait que les gilets jaunes étaient entrés à l'Élysée. Si l'on regarde rapidement la vidéo, cela paraît vraisemblable ; il y a bien un bâtiment officiel, qui a vraiment l'air d'être l'Élysée, et qui est plein de gilets jaunes. Or, en regardant plus attentivement, image par image, on voit à un certain moment qu'il est écrit « Préfecture de l'Aude » sur le fronton du bâtiment. On est donc à plus de mille kilomètres de Paris. C'est un faux.

C'est un conseil simple qu'il faut suivre tout le temps : regarder dans le détail les photos et les vidéos, les écouter attentivement, parce que, dans la plupart des cas, on peut avoir la réponse à ses questions sans même passer par une aide extérieure.

Le deuxième conseil est de regarder les commentaires pour chaque photo, pour chaque vidéo que l'on a sur internet. Souvent on y trouve une rectification quand il s'agit d'un faux. Par exemple, pendant le mouvement des gilets jaunes, il y avait la photo d'un gendarme, qui avait un petit message à la main : « ne lâchez rien !! » Dans les commentaires, cependant, on trouve rapidement quelqu'un qui écrit : « Ça date de 2016, ça date d'une autre histoire. » Si l'on vérifie cette affirmation, par exemple en tapant « Gendarme ne lâchez rien » dans son moteur de recherche en retombe

sur la même image déjà partagée en 2016. On sait donc que le message ne concerne pas les gilets jaunes.

Le troisième conseil, c'est de vérifier d'où vient l'histoire quand on a un doute. Il suffit de taper le texte ou la légende de la photo ou de la vidéo, dans un moteur de recherche. Récemment, il a eu ce titre : « La maquilleuse personnelle de Brigitte Macron payée 10 000 euros par mois ! » En tapant le titre exact de la nouvelle dans Google, on tombe tout de suite sur le site Nordpresse, qui est un site satirique belge. C'est un canular, un « *hoax* » et, donc une histoire totalement inventée. C'est une méthode qui marche très souvent parce que les sites qui relaient les *fake news* ne font pas beaucoup d'efforts. C'est du copier-coller ; ils se copient les uns les autres, et ils essaient ainsi de tromper les internautes. L'antidote est à la fois simple et efficace. Il faut juste copier-coller le titre ou la légende et essayer de voir d'où vient la nouvelle.

Le quatrième conseil est le plus général, mais le plus important : c'est la prudence. Quand on ne sait pas, quand on a un doute, il ne faut pas partager avant d'avoir essayé de savoir de quoi il s'agit. Chaque fois que l'on tombe sur une nouvelle, une photo, une vidéo, il faut regarder s'il y a une légende, s'il y a une source, s'il y a une date, s'il y a un lieu d'origine. S'il y a écrit : « Partagez en masse, ça va être supprimé dans quelques instants », tous les signaux d'alertes commencent à clignoter. C'est un signe sr que quelqu'un essaie de vous tromper. Il faut être plus malin que les gens qui essaient de nous tromper. Il faut donc essayer de vérifier la provenance de l'information.

Le dernier conseil, c'est un procédé apparemment très technique, mais en réalité très simple. C'est la recherche d'images inversée. Il suffit de glisser-déposer une image dans le champ recherche dans Google. [Accédez à <https://images.google.com>, cliquez sur l'image qu'il faut rechercher, faites-la glisser dans le champ de recherche tout en maintenant le bouton de la souris enfoncé et voilà. *JB*] Il y a énormément d'images et de vidéos sur lesquelles cette méthode va marcher. Pendant la crise des gilets jaunes, L'AFP a ainsi travaillé sur une image d'une dame en sang dans une manifestation. On a l'impression que c'est récent, on voit que c'est à Paris, on se dit que cela doit être les gilets jaunes. Quand on la passe dans ce moteur de recherche d'images inversée, on comprend tout de suite que l'image ne vient pas des gilets jaunes, mais des manifestations contre la loi Travail en 2016, quand les gilets jaunes n'existaient pas encore. C'est un moyen simple et efficace pour éviter de se faire avoir par des images trompeuses. ⁸ »

⁸ Il s'agit <https://www.facebook.com/konbinifr/videos/speech-guillaume-daudin-de-lafp-factuel/274258236581506/>

Illusion, désillusion

Ces simples procédés suffisent pour éviter qu'on partage des *fake news* et de l'intox. Néanmoins, même si les remèdes sont simples, on peut craindre qu'ils restent inefficaces.

À mon avis, il y a deux facteurs qui vouent à l'échec la lutte contre les *fake news*. La première tient au moteur même de l'économie numérique. Il est clair que la croissance exponentielle des fausses nouvelles en ligne est directement liée au modèle économique des plateformes de réseaux sociaux. Il est vrai que les opérateurs de réseaux sociaux, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Snapchat, n'ont pas un intérêt spécial à promouvoir des *fake news* ou des théories du complot. Ils veulent simplement que nous passions le plus de temps possible sur leurs plateformes. Le but est de captiver et de garder notre attention, le moyen c'est le partage. Voilà pourquoi leurs algorithmes tendent à favoriser les contenus conspirationnistes qui jouent sur le sensationnalisme et l'effet de révélation ; plus un contenu fait réagir les internautes, plus il devient visible pour un public de plus en plus large. Du point de vue des réseaux sociaux, une bonne nouvelle est une nouvelle qui nous fait réagir, qui est beaucoup partagée, qui crée le buzz. Ils s'en fichent complètement si cette nouvelle est vraie ou fausse, bienfaisante ou nocive, du moment où elle est relayée.

C'est pour cette raison que les réseaux sociaux, *à priori*, ne sont pas très motivés pour lutter contre la propagation des fausses nouvelles. On se met le doigt dans l'œil, si l'on croit que les plateformes numériques vont s'autoréguler ; une telle régulation va directement à l'encontre de leur modèle économique.

Il est vrai que Facebook a quelques gratte-ciels, normalement située dans des pays chauds et remplis de stagiaires sous-payés qui sont censés réguler les contenus (pas de porno, pas d'incitation à la violence, etc.), et on sait comment cela marche : l'art classique est censuré (parce qu'il y a de la nudité), alors que les sites les plus extrémistes (nazis, djihadistes, etc.) restent en ligne. Quand il s'agit de réguler leur contenu, les plateformes sont d'une incompetence ahurissante.

Or, le problème le plus grave, c'est la question de savoir à quel point la vérité nous intéresse. Ce qu'ont révélé les médias sociaux, c'est que la vérité, en

général, ne nous intéresse plus. On est de moins en moins intéressé par la vérité. Ce qui nous intéresse, c'est l'instant de la révélation et l'effet que la révélation a sur nous. C'est le *like*, le *retweet* est le commentaire plutôt que le vrai et le faux. La révélation que le pape vote Trump, la révélation que les gendarmes, en secret, sont pour les gilets jaunes, que ce soit vrai ou pas, que ce soit juste ou pas, cela ne nous intéresse pas. Ce que nous cherchons, c'est l'émotion de la révélation.

Les médias sociaux satisfont donc plutôt un désir d'émotion qu'un désir de raison. Cela renforce, malheureusement, un défaut dans notre manière d'appréhender le monde, à savoir notre biais de confirmation, le fait que nous faisons confiance aux informations qui sont en accord avec nos propres idées préconçues (sans considération pour la véracité de ces informations) et que nous accordons moins de poids aux informations qui contredisent nos idées préconçues. En somme, nous interprétons le monde d'une manière biaisée. Les biais de confirmation est bien sûr particulièrement fort quand il s'agit de questions de nature affective et concernant des opinions politiques et des croyances religieuses. Plus la vérité est complexe, plus la réalité est insaisissable et plus l'information est chaotique, plus le biais de confirmation est fort.

En fin de compte, les *fake news* sont omniprésents parce qu'ils correspondent à un besoin que nous portons au fond de nous-mêmes. Ils nous donnent la possibilité de créer notre propre univers médiatique, un univers où nous avons toujours raison, même quand nous n'avons pas raison. Dans le bon vieux temps, on lisait son journal et on regardait le journal télévisé pour être informé sur l'état du monde. Maintenant, on consulte son compte Facebook, Instagram ou Twitter, pour être ému, pour être confirmé dans ses convictions. Le stimulus prend souvent la forme d'une information, mais c'est un leurre, parce que le but réel et notre motivation profonde, c'est l'émotion. C'est le ventre plutôt que la tête, le cœur plutôt que l'esprit.

C'est – littéralement – irrationnel et c'est un danger mortel pour la démocratie

Jørn Boisen

Université de Copenhague