

> Plus précisément, nous avons d'abord classé les utilisateurs de Facebook selon le type d'informations qu'ils préfèrent à partir des mentions «J'aime» qu'ils donnent à chaque type d'informations. Puis nous avons mesuré comment ils réagissaient à un ensemble déterminé d'environ 2800 trolls.

Sans surprise, les adeptes des sources d'informations alternatives sont les plus enclins à réagir aux trolls par un «J'aime» et à les partager, exactement comme ils le font avec les autres informations alternatives. Plus précisément, parmi 1 279 utilisateurs ayant une orientation bien définie, 55 % de ceux qui ont cliqué «J'aime» sur les trolls considérés sont des amateurs de sources alternatives, contre 23 % et 22 % respectivement pour les amateurs de sources classiques et ceux de mouvements politiques.

Ce résultat est intéressant, car il met en évidence le «paradoxe de la conspiration»: les internautes les plus attentifs à la prétendue manipulation perpétrée par les médias orthodoxes sont les plus enclins à interagir avec des sources d'informations intentionnellement fausses. En d'autres termes, les plus méfiants vis-à-vis des médias classiques sont aussi les plus enclins à être manipulés!

Comment expliquer que des informations de types différents se propagent avec des lois statistiques semblables? On peut émettre l'hypothèse qu'il existe des groupes dont l'intérêt se focalise sur des contenus spécifiques, mais que le comportement des internautes est universel.

Cette idée s'accorde bien avec la notion d'exposition sélective aux informations, due au biais de confirmation, et avec l'idée qu'Internet, en facilitant la connexion entre les personnes et l'accès aux contenus, accentue la formation de chambres d'écho. Cette expression renvoie à des communautés d'individus aux intérêts similaires qui sélectionnent le même type d'informations, ne discutent qu'entre eux et renforcent ainsi leurs propres croyances autour d'un récit commun.

Dans un second temps, nous avons comparé le comportement d'internautes s'intéressant à des sources d'informations scientifiques avec celui d'internautes qui suivent les sources d'informations alternatives et conspirationnistes.

Il s'agit de sources de types très différents. Les informations scientifiques ont notamment un auteur bien identifié, un responsable du message. L'information scientifique fait référence à des travaux le plus souvent publiés en détail dans des revues scientifiques professionnelles, dont on connaît les auteurs, leurs institutions... Tout le contraire des informations conspirationnistes, qui se réfèrent à une quelconque machination secrète et fomentée par des individus puissants, des groupes ou des États rarement identifiés.

Une autre différence substantielle, indépendamment de la véracité des informations rapportées, est que les récits sont aux antipodes. Le premier type repose sur un paradigme rationnel qui, presque toujours, recherche des preuves empiriques. Le deuxième se fonde sur des croyances en des liens de causalité d'après lesquels les événements ou phénomènes considérés sont le résultat d'une intention humaine.

La pensée conspirationniste traduit une incapacité à attribuer des événements à des causes aléatoires ou complexes. Martin Bauer, de l'École d'économie et de sciences politiques de Londres, y voit une façon «quasi religieuse» de penser le monde. À l'aube de l'humanité, nos ancêtres attribuaient aux tempêtes une origine divine, aujourd'hui les conspirationnistes font de même en cherchant une explication simple à des phénomènes complexes qui les chagrinent.

Dans notre étude comparative des deux types d'internautes, nous avons d'abord déterminé un ensemble des pages Facebook à explorer et jeté notre dévolu sur 39 conspirationnistes et 34 scientifiques. Notre analyse a porté sur 1,2 million d'utilisateurs sur une période de cinq ans, entre 2010 et 2014.

DES INTERNAUTES POLARISÉS

Que montrent les résultats? En Italie, les utilisateurs qui suivent les pages Facebook d'informations complotistes sont trois fois plus nombreux que ceux qui suivent des sources d'informations scientifiques. De plus, les deux populations sont très polarisées: ceux qui suivent les deux types de sources sont peu nombreux. Autrement dit, les utilisateurs sortent rarement de leur chambre d'écho.

Les informations, qu'elles soient fondées ou non, sont consommées de façon similaire, mais mutuellement exclusive. Cette caractéristique de l'interaction sociale sur Facebook semble avoir un rôle déterminant dans la diffusion des fausses rumeurs. En examinant 4 709 informations visant à imiter parodiquement ou sarcastiquement les théories du complot et ayant un caractère manifestement absurde, nous avons constaté que ceux qui interagissent avec ces contenus (un «J'aime» ou un commentaire) sont, à environ 80 %, des utilisateurs d'informations conspirationnistes.

Autre constat intéressant: les utilisateurs principalement centrés sur les informations complotistes ont une plus grande propension à partager ces informations que ceux intéressés par les informations de nature scientifique (avec ces mêmes informations).

Cette forte polarisation des utilisateurs se reflète-t-elle aussi dans les «amitiés» virtuelles? En étudiant de plus près les chambres d'écho, nous avons reconstitué les réseaux sociaux des deux groupes et avons découvert une régularité statistique surprenante: à

EN CHIFFRES (POUR 2016)

Internet

Dans le monde : plus de 3,4 milliards d'internautes, soit 46 % de la population.

En Europe : 616 millions d'internautes, soit 73 % de la population.

En France : 55,4 millions d'internautes, soit 86 % de la population. En moyenne, chacun passe 4,6 heures par jour en ligne (3,5 au Japon, 9,1 au Brésil).

En janvier 2016, 38,6 % des pages web consultées l'ont été via des téléphones mobiles contre 28,9 % en janvier 2014. En moyenne, le trafic de données représente 1,4 gigaoctet par mois et par téléphone.

Réseaux sociaux

Dans le monde : plus de 2,3 milliards (31 % de la population mondiale). Leur nombre croît de 10 % par an.

En France : en moyenne, un usager des médias sociaux y consacre 1,3 heure par jour (0,3 au Japon, 3,3 au Brésil).

En France, les plateformes principales sont Facebook (43 %), Facebook Messenger (22 %), Google+ (11 %) et Twitter (11 %).

Parmi les 32 millions d'utilisateurs de Facebook en France, la moitié ont entre 20 et 40 ans.