

■ POUR LA

SCIENCE

Février 2017 - n° 472

www.pourlascience.fr

Édition française de Scientific American

Désinformation et réseaux sociaux

Ce que révèlent
les statistiques

CANCER

LES NOUVELLES PISTES DE L'IMMUNOTHÉRAPIE

M 02687 - 472S - F : 6,50 € - RD



POUR LA SCIENCE

www.pourlascience.fr

8 rue Férou - 75278 Paris Cedex 06
01 55 42 84 00

Groupe POUR LA SCIENCE

Directrice des rédactions : Cécile Lestienne

Pour la Science

Rédacteur en chef : Maurice Mashaal

Rédactrice en chef adjointe : Marie-Neige Cordonnier

Rédacteurs : François Savatier, Philippe Ribeau-Gésippe, Sean Bailly

Dossier Pour la Science

Rédacteur en chef adjoint : Loïc Mangin

Développement numérique : Philippe Ribeau-Gésippe

Directrice artistique : Céline Lapert

Maquette : Pauline Bilbault, Raphaël Queruel, Ingrid Leroy

Correction et assistance administrative : Anne-Rozenn Jouble

Marketing & diffusion : Laurence Hay et Ophélie Maillet

Direction financière et direction du personnel : Marc Laumet

Fabrication : Marianne Sigogne et Olivier Lacam

Directrice de la publication et Gérante : Sylvie Marcé

Anciens directeurs de la rédaction : Françoise Pétry

et Philippe Boulanger

Conseiller scientifique : Hervé This

Ont également participé à ce numéro :

Frédéric Amblard, Eric Buffetaut, Claudine Cohen,

Hélène Courtois, René Cuillier, Serge Gauthier, Hélène Gélot,

Céline Genevrey, Nicolas Gillet, Evelyne Host-Platret,

Alice Mastracci, Salah El Mestikawy, Lydie Morel, Patrice Pérez,

Christophe Pichon, Carlo Rizzo, Daniel Tacquenot

PRESSE ET COMMUNICATION

Susan Mackie

susan.mackie@pourlascience.fr - 01 55 42 85 05

PUBLICITÉ France

Directeur de la publicité : Jean-François Guillotin

(jf.guillotin@pourlascience.fr)

Tél. : 01 55 42 84 28 • Fax : 01 43 25 18 29

ABONNEMENTS

Abonnement en ligne : <http://boutique.pourlascience.fr>

Courriel : pourlascience@abopress.fr

Téléphone : 03 67 07 98 17

Adresse postale : Service des abonnements - Pour la Science, 19 rue de l'Industrie, BP 90053, 67402 Illkirch Cedex

Tarifs d'abonnement 1 an - 12 numéros

France métropolitaine : 59 euros - Europe : 71 euros

Reste du monde : 85,25 euros

COMMANDES DE LIVRES OU DE MAGAZINES

<http://boutique.pourlascience.fr/>

DIFFUSION

Contact kiosques : À Juste Titres / Benjamin Boutonnet

Tel : 04 88 15 12 41

Information/modification de service/réassort :

www.direct-editeurs.fr

SCIENTIFIC AMERICAN

Editor in chief : Mariette DiChristina.

Executive editor: Fred Guterl. Design director: Michael Mrak. Editors: Ricky Rusting, Philip Yam, Robin Lloyd, Mark Fischetti, Seth Fletcher, Christine Gorman, Michael Moyer, Gary Stix, Kate Wong.

President : Keith McAllister. Executive Vice President : Michael Florek.

Toutes demandes d'autorisation de reproduire, pour le public français ou francophone, les textes, les photos, les dessins ou les documents contenus dans la revue « Pour la Science », dans la revue « Scientific American », dans les livres édités par « Pour la Science » doivent être adressées par écrit à « Pour la Science S.A.R.L. », 8 rue Férou, 75278 Paris Cedex 06.

© Pour la Science S.A.R.L. Tous droits de reproduction, de traduction, d'adaptation et de représentation réservés pour tous les pays. La marque et le nom commercial « Scientific American » sont la propriété de Scientific American, Inc. Licence accordée à « Pour la Science S.A.R.L. ».

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement la présente revue sans autorisation de l'éditeur ou du Centre français de l'exploitation du droit de copie [20 rue des Grands-Augustins - 75006 Paris].



Maurice Mashaal
rédacteur en chef

Internet, tour de Babel du XXI^e siècle ?

On trouve tout et n'importe quoi sur Internet. Ce n'est pas un scoop. Ce qui est plus nouveau, c'est la prise de conscience que le n'importe quoi tend à occuper une place démesurée sur la Toile et les « réseaux sociaux » tels que Facebook. Au point d'influencer l'opinion publique et de peser sur des choix cruciaux, comme l'élection présidentielle aux États-Unis ou le vote sur le Brexit.

La diffusion massive sur Internet de fausses informations et de théories conspirationnistes a attiré l'attention de nombreux sociologues et analystes de la vie publique. Les médias s'en sont fait l'écho. On connaît moins les travaux que des informaticiens, des physiciens et des mathématiciens ont consacrés à la désinformation en ligne. Pour la Science présente dans ce numéro ceux de l'équipe de Walter Quattrociocchi, en Italie, qui a passé à la moulinette de ses algorithmes une grande masse de données provenant de Facebook, et a obtenu ainsi des renseignements inédits et quantitatifs sur la propagation des théories du complot et sur le comportement de ceux qui les diffusent (voir l'article pages 20 à 29).

Un cybercommunautarisme inquiétant, favorisé par nos biais cognitifs

Ces analyses montrent notamment, chiffres à l'appui, que les internautes tendent à former sur les réseaux sociaux des communautés isolées les unes des autres, qui s'autoconfortent dans leurs opinions et leurs préjugés – un cybercommunautarisme inquiétant. Plus généralement, comme le souligne le sociologue Gérald Bronner (voir l'entretien pages 30 à 32), les libertés offertes par Internet, conjuguées avec nos biais cognitifs, ont produit un marché de l'information dérégulé, propice à la désinformation. Y remédier sans censurer est certainement l'un des plus grands défis que doivent aujourd'hui relever les sociétés démocratiques. ■