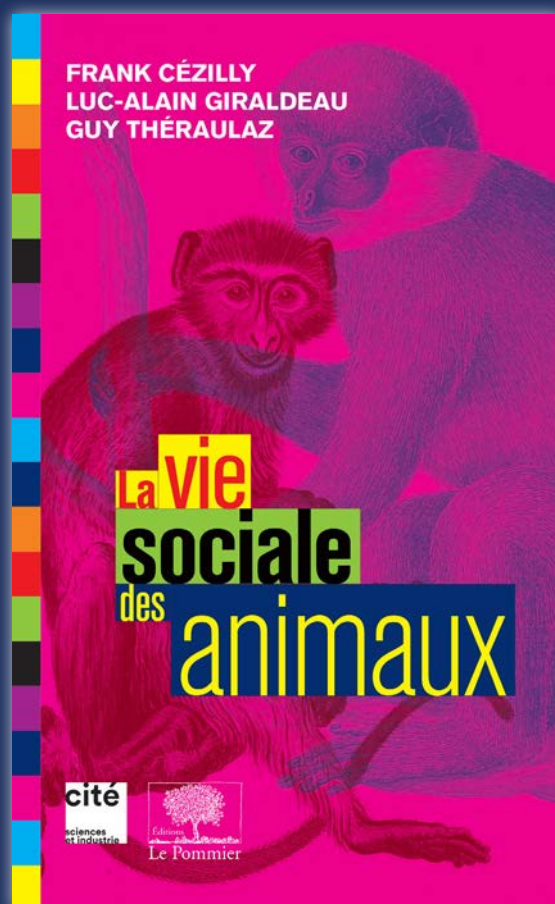




Le point commun entre
lions, fourmis et ouistitis ?
Chacune de ces espèces
vit en société

Une vie sociale qui n'a rien
à envier à celle des humains !

Bienvenue en éthologie,
la science sociale du vivant.



192 p. – 10 €



Retrouvez toutes nos nouveautés sur notre site
www.editions-lepommier.fr



LA CHRONIQUE DE
GÉRALD BRONNER

PREMIÈRES IMPRESSIONS SUR INTERNET

En matière de mésinformation et de désinformation, l'ordre dans lequel les moteurs de recherche sur Internet affichent leurs résultats est loin d'être anodin.



Ces quinze dernières années, il s'est enregistré plus d'informations que depuis l'invention de l'imprimerie. Celles-ci étant beaucoup moins sélectionnées qu'auparavant, on peut parler d'une forme de dérégulation du marché de l'information d'une ampleur jamais connue par l'humanité. Nous le savons   présent, cette dérégulation confère des avantages concurrentiels à certaines formes de crédulité. Il n'y a donc rien d'étonnant à ce que, à l'heure de la «société de la post-vérité», une loi sur les *fake news* soit en préparation en France.

Beaucoup réclament que cette régulation s'opère par un retrait de certains contenus problématiques, c'est-à-dire par censure. Mais cela comporte une charge liberticide et n'a guère été couronné de succès jusqu'à présent, les flux d'informations s'affranchissant aisément de la géographie et des lois nationales.

En revanche, il est légitime de s'interroger sur la visibilité de certains contenus, par exemple l'ordre dans lequel l'information nous est proposée par un moteur de recherche. Est-il normal que, sur des questions de santé publique

sensibles et complexes, on trouve prioritairement des contenus qui contredisent le consensus scientifique?

«La première impression est toujours la bonne, surtout quand elle est mauvaise», affirmait avec humour l'écrivain et critique Henri Jeanson. Cette idée qu'une première impression nous dit quelque chose de la vérité d'un individu ou d'une idée que nous rencontrons n'est peut-être pas toujours fausse, mais elle peut aussi

Un effet dit de primauté ou de préambule que nous connaissons tous

nous tromper souvent. Elle est donc particulièrement problématique lorsque nous effectuons sur Internet une recherche sur un sujet que nous ne connaissons pas. Les premiers arguments que nous y rencontrons nous font prendre le risque d'inscrire en nous une impression durable et éventuellement fausse.

Cet effet de la première impression fautive a été mis en relief par de nombreuses expériences de psychologie. La plus connue, réalisée à la fin des années 1940, consistait à présenter à deux groupes d'individus la description, en une phrase, d'une même personne, avec les mêmes qualités et les mêmes défauts.   un groupe, les défauts étaient présentés en premier, et, à l'autre groupe, en dernier.

La première description était la suivante: «Steve est intelligent, travailleur, sanguin, critique, t tu et envieux.» La seconde description disait: «Steve est envieux, t tu, critique, sanguin, travailleur et intelligent.» Solomon Asch, le psychologue qui conduisit cette expérience, constata que lorsque les qualités de Steve étaient présentées avant ses défauts, on avait une meilleure opinion de lui.

Cet effet dit de primauté ou de préambule, nous le connaissons tous. C'est lui, par exemple, qui est à l'œuvre lorsque nous nous remémorons plus aisément notre premier baiser que notre trentième. Or les premières impressions qui découlent des premières informations que nous récoltons sur un sujet ne nous conduisent pas toujours à avoir un point de vue rationnel sur les choses, surtout lorsque le marché de l'information sur Internet, par exemple, attire facilement notre attention sur des histoires douteuses que nous pouvons croire vraies en première instance.

Ces informations seront mieux mémorisées parce qu'elles b n ficeront de l'effet de primauté et serviront en quelque sorte de socle à notre vision d'un sujet. L'ordre dans lequel nous allons rencontrer certains arguments sur une question sensible est donc essentiel. Ce socle n'a rien d'inamovible et nous pouvons évidemment revenir sur une première impression: il suffit pour cela de se souvenir que le privil ge d'être rencontrée la première ne devrait pas accorder à une idée plus d'impression de vraisemblance qu'elle n'en mérite. ■

GÉRALD BRONNER est professeur de sociologie à l'université Paris-Diderot.