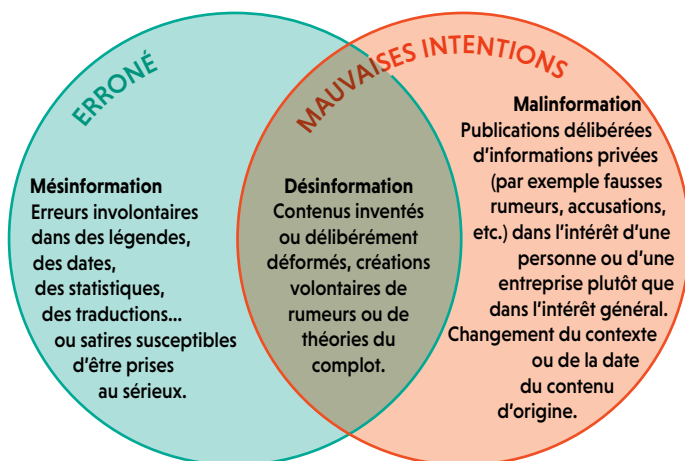


TROIS CATÉGORIES DE TROUBLES INFORMATIONNELS

Un langage commun est impératif pour étudier et comprendre l'écosystème informationnel, car le recours habituel à des expressions simplistes telles que *fake news* (qui signifie « nouvelles de presse contrefaites ») efface des distinctions importantes tout en dénigrant la presse. Il met l'accent sur ce qui serait « vrai » par rapport à ce qui serait « faux », alors que les troubles informationnels découlent de tromperies qui se déclinent dans de nombreuses nuances.



➤ La mésinformation en ligne existe depuis le milieu des années 1990. Mais en 2016, plusieurs événements ont mis en évidence l'émergence de forces plus malveillantes encore : l'automatisation, le microciblage et la coordination alimentaient désormais des campagnes visant clairement à manipuler à grande échelle l'opinion publique. Lorsque Rodrigo Duterte parvint à se hisser au pouvoir grâce à une intense activité sur Facebook, les journalistes philippins ont agité le chiffon rouge. Cet événement fut suivi en juin par le résultat inattendu du Brexit, et en novembre par celui de l'élection présidentielle aux États-Unis. Ces développements successifs ont incité les chercheurs à étudier systématiquement de quelle façon l'information pouvait servir d'arme.

Au cours des trois dernières années, la discussion sur les causes de la pollution de nos écosystèmes d'information s'est surtout concentrée sur les mesures prises (ou pas) par les grandes entreprises d'internet. Cette fixation est trop simpliste : une imbrication complexe de changements sociaux rend les gens plus vulnérables qu'auparavant à la désinformation et aux théories du complot. La confiance dans les institutions s'érode en effet en raison de bouleversements politiques et économiques. L'aggravation incessante des inégalités de revenus en est l'un des principaux facteurs ; par ailleurs, les effets du changement climatique sont

de plus en plus prononcés ; d'amples mouvements migratoires suscitent des tensions entre communautés ; et avec l'automatisation croissante, les gens ont de plus en plus peur pour leur emploi et pour leur vie privée.

Bien au fait de ces tendances sociétales, des acteurs souhaitant accroître les tensions existantes conçoivent des contenus qui, espèrent-ils, susciteront la colère ou l'enthousiasme de leurs destinataires afin de transformer ceux-ci en messagers. L'objectif poursuivi est d'exploiter le capital social de chaque destinataire afin de renforcer les messages diffusés et d'augmenter la crédibilité de ces derniers.

La plupart de ces contenus ne sont pas conçus pour convaincre les gens de quoi que ce soit, mais pour créer de la confusion, bouleverser et saper la confiance dans les institutions démocratiques, depuis le système électoral jusqu'à la presse. Même si une intense activité de ce genre est en cours afin de préparer l'électorat américain en vue de la course à la présidence de 2020, les contenus trompeurs et conspirationnistes ne datent pas de la campagne présidentielle de 2016 et ne prendront pas fin avec celle qui vient. Car à mesure que les outils logiciels conçus pour manipuler et amplifier les contenus deviennent moins chers et plus accessibles, il est de plus en plus facile d'instrumentaliser les utilisateurs de réseaux sociaux et d'en faire, à leur insu, des agents de la désinformation.

« FAKE NEWS », UNE EXPRESSION FOURRE-TOUT ET SANS NUANCES

Le langage utilisé en général pour discuter du problème de la désinformation est trop simpliste. Tant la recherche que la détermination d'actions à mener exigent de partir de définitions claires. Or beaucoup de gens emploient l'expression problématique de *fake news*, qui se traduit au mieux par « fausses nouvelles ». Sans cesse brandie par des politiciens du monde entier pour attaquer la presse indépendante, cette expression est dangereuse. Des travaux récents montrent que le public l'associe de plus en plus à la presse traditionnelle. Cette expression fourre-tout se rapporte à plusieurs phénomènes distincts : mensonges, rumeurs, canulars, désinformation, complots, propagande... *Fake news* masque ainsi les nuances et la complexité de ces types de contenus, lesquels n'ont rien de nouvelles de presse, mais consistent en memes, vidéos et messages publiés sur les réseaux sociaux tels que Facebook et Instagram.

Afin de faire apparaître la diversité des contenus susceptibles de polluer l'écosystème informationnel, j'ai défini en février 2017 sept catégories différentes de « troubles de l'information ». Elles comportent notamment la

L'AVENIR DE LA « POST-VÉRITÉ »

Les faits sont-ils devenus moins fiables que le ressenti personnel et les opinions subjectives de chacun ? C'est en tout cas cet état d'esprit que désigne l'expression « post-vérité », le célèbre « mot de l'année » 2016. Un régime de post-vérité impliquerait qu'une certaine attitude marquée par l'indifférence, ou même l'hostilité, à l'égard de la vérité ait atteint une masse critique telle que l'information authentique ne pourrait tout simplement plus circuler.

Il est cependant difficile d'imaginer un monde où la distinction entre le vrai et le faux serait entièrement caduque : après tout, pour que le faux fasse sa besogne, il doit tout de même se faire passer pour le vrai, un peu comme la fausse monnaie n'a d'utilité que s'il existe encore de la vraie monnaie. La question posée par la notion de post-vérité est donc celle des rapports que nous entretenons avec la vérité et la valeur que nous lui accordons, plutôt que celle de sa disparition pure et simple.

Partant de ce constat, un champ de recherche pluridisciplinaire très dynamique s'est développé ces dernières années pour explorer l'ampleur, les fondements et les conséquences de la désaffection contemporaine pour les faits objectifs. Le tableau qui en ressort est à la fois complexe et encourageant.

Nombre de facteurs cognitifs, émotionnels, sociologiques, culturels, historiques, médiatiques, politiques et technologiques ont été mis au jour, qui permettent de mieux saisir la mécanique de la post-vérité. Il est ainsi impossible aujourd'hui de simplement mettre en accusation les

« réseaux sociaux », le « populisme », les « biais cognitifs » ou les « inégalités » en ignorant les riches interactions de ces phénomènes et la façon dont les pourvoyeurs de désinformation les exploitent.

En retour, ces nouvelles connaissances offrent des solutions ciblées pour contrecarrer l'extension de la post-vérité. Sur la question du changement climatique, par exemple, on sait que la désinformation s'est longtemps concentrée sur la mise en doute du consensus scientifique, en créant de la confusion et en donnant l'illusion d'une « controverse ». Plusieurs études récentes montrent qu'il est possible de reprendre la main sur cette intoxication – notamment en rappelant simplement et fréquemment le fait que 97 % des experts sur le sujet s'accordent sur la nature anthropogénique du problème.

Au-delà du développement de méthodes de communication effectives, les modèles mathématiques de diffusion de l'information sur les multiples plateformes en ligne offrent des pistes plus agressives. Une étude récente, par exemple, indique que la haine s'aggrave à travers les langues et les frontières en un « réseau de réseaux » très résilient. Bannir les plus grands groupes n'a pour effet que de les dissoudre en de multiples sous-groupes qui ne tardent pas à regrossir et se rassembler ailleurs. Les simulations montrent qu'il est plus efficace de s'attaquer « par le bas » à cette nébuleuse, c'est-à-dire en éliminant les petits groupes ou en bannissant un petit nombre de membres aléatoirement et temporairement, ce qui a pour effet de miner les propriétés autoorganisatrices des producteurs de haine.

Le combat contre la post-vérité est donc pris très au sérieux par les scientifiques, avec l'ambition de proposer des solutions rigoureuses qui résistent à l'épreuve des faits.

SEBASTIAN DIEGUEZ

Chercheur en neurosciences à l'université de Fribourg, en Suisse

satire, qui n'est pas destinée à faire du tort, mais qui a tout de même le potentiel de tromper ; le contenu inventé, qui est faux à 100% et conçu pour tromper et causer du tort ; le faux contexte, c'est-à-dire l'association d'un contenu authentique avec des informations contextuelles fausses. Un peu plus tard au cours de l'année 2017 et en collaboration avec Hossein Derakhshan, journaliste spécialisé en technologie, j'ai aussi publié un rapport explicitant les différences entre mésinformation, désinformation et malinformation.

Pour les pourvoyeurs de désinformation, c'est-à-dire de contenus délibérément fallacieux conçus afin de nuire, il y a trois objectifs possibles : gagner de l'argent ; exercer une influence politique, dans leur pays ou à l'étranger ; susciter des troubles par simple désir d'en provoquer.

DÉSINFORMATION, MÉSINFORMATION OU MALINFORMATION ?

Ceux qui propagent de la *mésinformation*, c'est-à-dire du contenu faux relayé par une personne qui ne se rend pas compte que ce contenu est faux ou trompeur, sont pilotés par des facteurs sociopsychologiques. Ils mettent en scène leur identité sur les plateformes sociales afin de se sentir connectés aux autres, que ces « autres » soient un parti politique, une mouvance de parents opposés à la vaccination de leurs enfants, des activistes de la question climatique, des membres d'un groupe religieux ou ethnique... Il est important de noter que la désinformation se transforme en mésinformation lorsque les gens relayent des contenus de désinformation sans se rendre compte que ces informations sont fausses.

Nous avons introduit le terme de *malinformation* pour qualifier des informations exactes communiquées dans l'intention de nuire. Ce fut par exemple le cas quand des agents russes ont piraté les boîtes de courriels du Comité national des démocrates et celle de Hillary Clinton, puis ont rendu publics certains détails gênants afin de nuire à la candidature Clinton à l'élection présidentielle de 2016.

Après avoir suivi de près les processus de mésinformation au cours de huit campagnes électorales menées à travers le monde depuis 2016, j'ai constaté un changement dans les tactiques et les techniques utilisées. La désinformation la plus efficace a toujours été celle qui contient une part de vérité. De fait, la plupart des contenus diffusés aujourd'hui ne sont pas faux, mais trompeurs. Au lieu d'inventer entièrement des histoires, les agents d'influence remanient du contenu fiable et l'accompagnent de manchettes très exagérées. La stratégie consiste à relier des contenus fiables à des sujets ou des personnages clivants. Comme les acteurs mal intentionnés ont toujours une longueur >