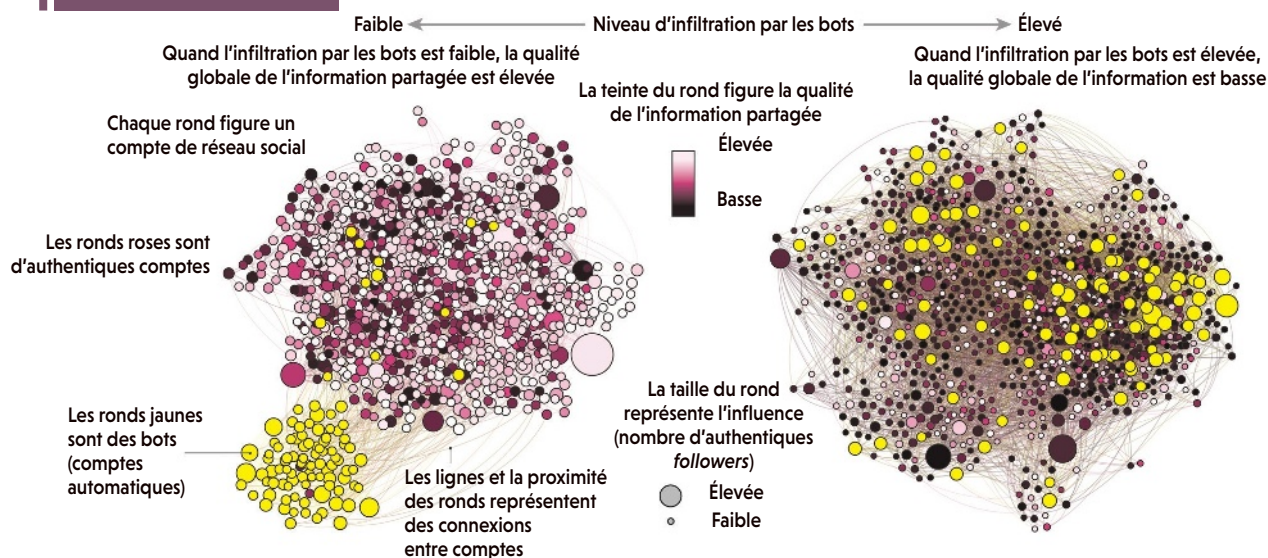


POLLUTION PAR LES BOTS

Les chercheurs de l'OSoMe ont conçu un modèle où des bots – des comptes automatisés qui se font passer pour des utilisateurs humains – tweetent uniquement des posts de qualité nulle et ne se retweetent que les uns les autres. Ils ont constaté que lorsque moins de 1 % des utilisateurs humains

suivent les bots, la qualité de l'information est élevée (à gauche). Mais lorsque le pourcentage d'infiltration du réseau par des bots augmente, les informations de mauvaise qualité se propagent (à droite). Dans les réseaux sociaux réels, il suffit de quelques votes positifs de bots pour qu'une fausse information devienne virale.



> Les moteurs de recherche et les plateformes des réseaux sociaux fonctionnent selon des algorithmes qui exploitent le biais de confirmation. Ils puisent dans les gigantesques bases de données sur les préférences des utilisateurs de quoi établir des recommandations personnalisées et mettre en avant dans les fils d'actualité les informations les plus susceptibles de leur plaire, quelle que soit leur qualité.

Dans une étude portant sur Twitter lors de la campagne présidentielle américaine de 2016, Nir Grinberg et ses collègues de l'université Northeastern, aux États-Unis, ont montré en 2019 que les fausses informations avaient représenté près de 6% des informations totales. D'après notre étude menée sur 656 participants et publiée en 2020, la vulnérabilité à la désinformation se retrouve, aux États-Unis, autant chez les conservateurs que chez les libéraux. En éloignant les utilisateurs de toute information susceptible de les faire changer d'avis, les réseaux sociaux accentuent les phénomènes de polarisation.

MOUTONS DE PANURGE

En août 2019, dans une rue de New York, des personnes ont commencé à fuir en croyant entendre des coups de feu. D'autres ont suivi, certains criant: «Un tireur!» En réalité, ce n'étaient que les pétarades d'une moto. Dans ce genre de situation, il vaut mieux courir d'abord

et se poser des questions ensuite. Et notre cerveau réagit en suivant la foule, comme le font les poissons en banc et les oiseaux en vol.

La conformité sociale est omniprésente. Par exemple, vers 2005, Matthew Salganik, de l'université Columbia, aux États-Unis, et deux collègues ont mené une expérience auprès de 14 341 volontaires, invités à télécharger des chansons inédites. Ils ont observé que, lorsque les participants savaient quelles musiques avaient été téléchargées par les autres, ils avaient tendance à télécharger les mêmes. Quand ils étaient isolés en groupes et ne connaissaient que les téléchargements des membres de leur groupe, les choix des morceaux les plus téléchargés différaient rapidement entre les différents groupes. En revanche, on n'observait pas une telle divergence des choix d'un groupe à l'autre lorsque personne ne connaissait les préférences des autres. Les groupes sociaux créent donc une pression en faveur de la conformité si forte qu'elle peut se supplanter aux préférences individuelles. En amplifiant des différences initiales aléatoires, elle peut faire radicalement diverger les choix de différents groupes.

La conformité sociale imprègne les médias sociaux. En 2017, d'après des expériences menées sur Twitter, Bjarke Mønsted et ses collègues, de l'université technique du Danemark et de l'université de Californie du Sud, ont mis