

Fait ou fiction ? Fake news et post-truth dans les médias

Les « fake news » ou fausses informations sont devenues une notion populaire. La signification précise de cette notion est la suivante : « La diffusion délibérée d'informations qui ne correspondent pas à la réalité ». L'auteur du message falsifie des faits et invente des événements ou les met en scène. Quelques exemples de fausses informations : Hillary Clinton entretient des contacts avec un réseau de pédophiles, tous les Juifs qui travaillaient dans les Twin Towers étaient en congé le 11 septembre, des dizaines de milliers de scientifiques qualifient le changement climatique d'invention et le fonds boursier français Vinci aurait subi des pertes conséquentes.

L'élément important est qu'il s'agit ici d'une forme intentionnelle de désinformation et non pas d'informations involontairement fausses où un journaliste, par exemple, cite des chiffres erronés d'une source qu'il estimait fiable. Des informations sélectives ou tendancieuses sont également différentes de fausses informations : dans ce cas, des faits sont sélectionnés ou des événements sont couverts depuis le propre cadre idéologique (« framing »). Une pratique répréhensible d'un point de vue journalistique, mais pas des fausses informations car l'auteur n'invente pas des faits mais les choisit ou les interprète conformément à sa propre préférence.

Il ne faut donc pas qualifier trop rapidement comme fausses informations des messages avec lesquels vous n'êtes pas d'accord. Dans le cas de *fake news*, il est toujours question d'une diffusion réfléchie de mensonges pour atteindre un objectif précis. Cet objectif peut être de nature politique : les fausses informations diffusées lors des élections présidentielles américaines visaient à discréditer un candidat et à en soutenir un autre. La suggestion selon laquelle un acte terroriste n'est pas commis par des partisans de la propre croyance doit préserver cette religion de la critique. L'histoire inventée au sujet de problèmes rencontrés par un fonds boursier poursuivait probablement un objectif financier (profiter d'une dévaluation) et les fausses informations autour du changement climatique peuvent servir des intérêts à la fois économiques et politiques.

Le succès du faux

Les fausses informations ne sont pas une invention de notre époque. La pratique et les motivations de diffusion de telles informations sont en effet vieilles comme le monde. Les persécutions dans l'Empire romain étaient alimentées par l'histoire de Chrétiens qui s'abreuvaient de sang. L'histoire des Juifs qui sacrifiaient des enfants a donné lieu à des pogromes au Moyen-Âge. Et durant les deux guerres mondiales, les fausses informations ont été une composante essentielle de la propagande visant à diaboliser l'adversaire et à valoriser les propres victoires.

Une nouveauté est toutefois l'ampleur dont bénéficie actuellement le phénomène grâce à l'utilisation des réseaux sociaux avec leur portée énorme et leur nature spécifique. En effet, les fausses informations sont essentiellement diffusées aujourd'hui par le biais des réseaux sociaux et non plus par l'intermédiaire des médias classiques. Et cette diffusion via les réseaux sociaux est particulièrement efficace. Selon le site web BuzzFeed les fausses informations les plus partagées durant les trois derniers mois de la campagne présidentielle américaine ont atteint plus de personnes que les messages classiques des media traditionnels les plus partagés.

La raison est évidente : tout le monde peut faire circuler facilement et presque gratuitement des informations sur les réseaux sociaux, et les personnes qui veulent convaincre les autres qu'ils ont raison en font évidemment usage. Les informations « partagées » dans un réseau d'amis se voient conférer un statut crédible, il n'existe aucun contrôle de qualité. En outre, la réglementation est limitée et difficile à appliquer – notamment parce que l'auteur de messages viraux est difficile à identifier. Comme le fait remarquer le sociologue français Gérard Bronner, internet a mené à une « dérégulation du marché de l'information ». Les logiciels de Google et Facebook vous confortent

d'ailleurs dans vos choix : lorsque vous consultez ou recherchez certains éléments, des algorithmes font que des informations similaires vous sont proposées – et d'autres non – lors d'une visite suivante. Votre profil détermine en partie ce que vous apercevez en ligne. Pratique d'un point de vue commercial, mais intellectuellement restrictif lorsque vous évoluez dans une bulle virtuelle où vous obtenez uniquement des informations (qu'elles soient fausses ou non) qui confirment vos propres préférences. C'est ainsi que nous arrivons dans "la démocratie des crédules" (Gérald Bronner), où l'attention est plus portée sur l'obscurantisme et la théorie du complot que sur une analyse sérieuse.

Enfin, les « fake news » permettent aussi de gagner de l'argent : plus le nombre de personnes qui partagent des informations ou qui accèdent à votre site est élevé, plus le montant des revenus publicitaires perçus par l'auteur de ces messages augmente. Dans un reportage consacré à des whizzkids macédoniens qui empochent de grosses sommes d'argent en diffusant des messages comme « Le Pape soutient la candidature de Trump » depuis de faux profils Facebook, l'émission Pano de la VRT a récemment expliqué la façon dont ces fausses informations sont devenues un nouveau business model. Hallucinant ? Oui, mais également rien de plus qu'une expression extrême de la commercialisation des informations que nous rencontrons depuis un moment déjà dans le monde des médias. Pour des tabloïds et certaines chaînes commerciales également, la question n'est pas de savoir si les informations sont vraies mais bien de savoir si elles font vendre. Un article ou reportage doit être lu, visionné et consulté : le « correct » ne fait pas recette.

Les réseaux sociaux sont un canal idéal pour diffuser de fausses informations, mais aussi pour transmettre des informations tendancieuses aux quatre coins du monde. Les politiciens belges et étrangers utilisent abondamment Facebook et Twitter pour soumettre leurs points de vue au grand public sans le filtre des médias classiques. Totalement admissible lorsque cette démarche se limite à la communication de la propre vision, mais pas lorsqu'elle aboutit à une véritable propagande. De nombreuses indications laissent à penser que les autorités russes possèdent une cyberarmée sur l'Internet. Ces « trolls » publient des commentaires pro-russes sur des sites de journaux et dans des forums de discussion, créent des blogs ou portails d'information fictifs pour promouvoir la vision du Kremlin et lancent de fausses informations pour discréditer des opposants politiques. Plus près de chez nous, le journal néerlandais NRC a expliqué la façon dont le nouveau parti DENK a créé de faux profils Twitter et Facebook pour plaider en faveur de son propre programme et attaquer des adversaires politiques durant la période qui a précédé les élections aux Pays-Bas au début de cette année.

Fausses informations et politique du mensonge

La prolifération de fausses informations et de messages tendancieux peut inciter les politiciens et électeurs à accorder plus d'importance aux préjugés qu'à la raison, aux avis qu'aux faits, aux propres points de vue qu'à la vérité. Cette tendance a été baptisée « *politique post-truth* ». Inversement, une politique qui ne prend plus la peine de se justifier au moyen de faits constitue une source de fausses informations et légitime d'autres messages mensongers : lorsque la vérité ne fait plus partie du discours politique, plus aucune distinction n'est établie entre une représentation correcte et une représentation détournée d'un événement. De fausses informations prospèrent dans un climat de *post-truth* et cette post-vérité se développe lorsque de fausses informations ont acidifié le terrain. Inversement, des fausses informations prennent moins facilement racine dans une démocratie qui fonctionne bien avec une séparation des pouvoirs, ainsi qu'avec des médias critiques et indépendants qui peuvent éviter la propagation d'une politique *post-truth*.

À l'instar des fausses informations, la politique du mensonge n'est pas une nouveauté. Des dirigeants de tous bords ont déjà détourné des faits lorsque ces derniers ne correspondaient pas à

leur propre idéologie, du génocide arménien et des goulags russes aux « armes de destruction massive » de Sadam Hussein. Mais alors que des vérités étaient auparavant niées et des faits étaient autrefois contestés, ils sont plutôt ignorés ou réduits à un avis comme un autre dans une approche *post-truth*. Dans cette optique, chaque présentation de faits implique une construction et un choix subjectif. Un jugement objectif n'existe pas, pas plus qu'une autorité indépendante : les pouvoirs politiques, la science, la jurisprudence et les médias traditionnels ne défendent pas des vérités, mais leur propre intérêt. L'affirmation selon laquelle le réchauffement climatique est un hoax des Chinois devient alors tout aussi plausible que l'avis selon lequel le réchauffement climatique est une réalité qui est directement liée à l'émission de gaz à effet de serre, quel que soit le nombre de rapports publiés par l'IPCC. Cette relativisation de vérités et d'autorités, qui caractérisait il y a quelques décennies la critique sociale de gauche de penseurs post-modernes comme Deleuze et Bourdieu, occupe aujourd'hui une position centrale dans un discours populiste de droite. La grande différence est qu'une seule vérité n'est pas remise en question, à savoir celle des propres préjugés, et qu'une seule autorité, aussi vague soit-elle, reste incontestée : la voix du peuple que les « élites corrompues » ne veulent pas entendre.

Du faux vers le vrai

Que peut-on entreprendre pour démasquer les fausses informations, et pour contrecarrer la politique « post-truth » ? Il y a un rôle important à jouer pour les entreprises de médias sociaux. La vague de critiques suivant les élections américaines a fait que Facebook et Google ont finalement reconnu qu'il y a un problème, et ont pris une série de mesures. Le réseau publicitaire n'est ainsi plus disponible pour les sites qui sont connus pour la diffusion de fausses informations, et des factcheckers professionnels sont activement occupés à vérifier la fiabilité des informations. Pour des informations fabriquées de toute pièce, cela peut mener à un avertissement qu'il s'agit de « fake news ».

Les autorités ont également un rôle à jouer, en imposant des normes aux entreprises médiatiques, en prévoyant des points de signalement pour les fausses informations et le « factchecking », et en soutenant les médias fiables et indépendants. La démocratie a en effet besoin de médias qui ne fassent pas passer la vente du produit avant sa valeur intrinsèque, et de journalistes qui recherchent les faits avant les interprétations, et qui osent faire des analyses approfondies sur base de sources différentes. Tout comme nous avons besoin de lecteurs et spectateurs qui ne prennent pas tout ce qui entre dans leur *inbox* comme étant la vérité, mais qui analysent avec un regard critique les informations et font l'effort de s'informer correctement : des citoyens aptes à faire un usage responsable des médias, dans l'ère digitale.