

Fake news : les medias à l'épreuve des réseaux ?

Dominique Roux

Les médias au sens premier du terme sont des intermédiaires. Leur légitimité repose sur des bases juridiques, éthiques ou morales, c'est à partir de ces principes d'ailleurs que se définit un véritable média.

On note que régulièrement l'audience et les revenus des média dit traditionnels : presse, télévision et radio, sont de plus en plus grignotés aujourd'hui par les grands acteurs du numérique avec la diffusion des réseaux d'internet. Nous vivons à présent dans le monde des méta-média numériques dont les caractéristiques sont le dépassement et l'interconnectivité. Ces nouveaux médias s'envoient constamment des données entre eux, enregistrent nos professions, nos activités, nos déplacements... ce qui modifie leur fonction et leur rôle par rapport aux média traditionnels.

Depuis quelques années, tous les média sont régulièrement contaminés par les *fake news*, et nous vivons dans un environnement de perte de confiance généralisée des moyens de communication. L'inconvénient dans ce monde c'est que les idiots selon Bertrand Russel sont sûrs d'eux alors que les gens sensés sont pleins de de doute.

Il faut préciser que le terme *fake news* n'est pas la simple expression « fausse information », *fake* n'est pas *false* au sens anglais. Le terme *fake* est plus complexe, il comporte une notion de manipulation, de mensonge construit dans le but de tromper. La commission d'enrichissement de la langue française a d'ailleurs proposé un terme mieux approprié « infox » c'est-à-dire info et intox

Cette situation n'est pas nouvelle, dès le XVIème siècle le philosophe hollandais Erasme considère que pour l'homme le mensonge a cent fois plus de prise sur lui que la vérité. Il fait étrangement écho à la situation que nous rencontrons aujourd'hui

Chaque jour plus de quatre milliards de contenus sont partagés et échangés sur les réseaux sociaux en mêlant sans distinction info et intox. Certes, la diffusion de fausses informations est aussi vieille que le journalisme mais avec internet on se trouve du fait de la rapidité de la propagation à un phénomène nouveau qui rend plus complexe l'efficacité des remparts contre le mensonge jouée par les media traditionnels.

Les réseaux sociaux contournent facilement le journalisme traditionnel, puisque n'importe qui peut publier n'importe quoi, que cette information soit biaisée, inexacte ou fabriquée. En outre, la rapidité de diffusion se généralise et selon les travaux du MIT la vérité met six fois plus de temps que les fausses informations pour atteindre les individus.

N'oublions pas que certains travaux fondateurs de la psychologie sociale nous alertent aussi sur notre tendance à croire toute information à condition que celle-ci soit accompagnée d'un minimum d'arguments.

Les *fake news* sont multiples car elles ont des motivations de nature différente soit idéologiques avec la propagation de théories du complot par exemple, soit mercantiles pour attirer les consommateurs vers une arnaque ou un marché parallèle contrôlé par l'auteur de la rumeur.

La lutte contre les *fake news* est à présent engagée. Les nombreuses pistes en cours pour corriger ces déviations ont cependant chacune leur limite, elles regroupent des efforts de régulation, une transparence des algorithmes voire des sanctions économiques, il faut ajouter que d'autres s'intéressent non pas aux contenus mais à la façon dont les informations se propagent avec l'utilisation de ce que l'on appelle le *deep learning* que l'on appelle aussi l'apprentissage approfondi.

Les media traditionnels sont obligés de contre-attaquer face à l'ampleur et à la rapidité de ce phénomène avec ce que l'on appelle le *fact checking* : la vérification des faits qui consiste à contrôler la véracité des propos des personnalités publiques, économiques ou politiques dans le but de crédibiliser le contenu des journaux et des magazines mais le résultat n'a qu'un effet limité. On compte pourtant des dizaines d'initiatives dans plus de 50 pays. La lutte contre les *fake news* est pourtant une question capitale qu'on ne peut négliger car ces informations biaisées remettent avec leurs milliards d'utilisation, les modèles d'affaires des réseaux mais aussi la connaissance en général voire même la démocratie tout court.