

# Mégadonnées, fake news et influence extérieure

Marianne Roth



« L'immaturation est l'incapacité d'employer son entendement sans être guidé par autrui. »

Immanuel Kant, Qu'est-ce que l'Aufklärung?  
(1784)

Il y a quelque temps, j'avais l'intention d'acheter un fauteuil et j'ai pour cela consulté sur Internet différents fournisseurs via Google. J'ai cliqué et observé de plus près les quelques modèles qui m'avaient tapé dans l'œil. À ma grande surprise, j'ai été submergée les semaines qui ont suivi d'offres de fauteuils, dès que j'ouvrais n'importe quel site sur n'importe quel appareil, les modèles que j'avais examinés de plus près étant toujours présentés au premier plan. Finalement, j'ai laissé tomber l'achat sur Internet et acquis la nouvelle pièce dans un bon vieux magasin de meubles.

## Produit Homme

Facebook nous informe dans ses directives relatives aux données :

« Nous utilisons les informations mises à notre disposition (y compris tes activités à l'extérieur de nos produits, par ex. les sites Internet que tu as visités et les annonces publicitaires que tu as vues), afin d'aider les publicitaires et autres partenaires à mesurer l'efficacité et la diffusion de leurs annonces publicitaires et services et pour obtenir des informations sur les types de personnes qui utilisent leurs services, ainsi que sur les personnes qui interagissent avec leurs sites Internet, applications et services. »

Ce qui est collecté par Facebook n'est cependant pas seulement le comportement d'achat des visiteuses/visiteurs, mais cela concerne aussi les préférences politiques, religieuses, idéologiques, sexuelles et autres qui sont collectées sur la base des sites Internet consultés et qui doivent le plus précisément possible représenter le profil d'une personne. Avec mes visites sur Internet, j'ai donc fourni à Facebook gratuitement et généreusement mon profil personnel, un paradoxe de première qualité, alors que je m'efforce toujours de divulguer le moins possible sur ma personne. L'objectif de cette frénésie de collecte de Facebook and Co. n'est pas de me rendre service, mais de fournir les profils d'utilisateur ayant un gain le plus élevé possible à des acheteurs(euses) potentiel(le)s, c'est-à-dire à des annonceurs de tout type. En tant qu'utilisatrice de Facebook and Co., je suis devenue un produit commercia-

lisé. Le commerce avec ces produits « humains » est depuis longtemps devenu une affaire de milliards. En parallèle, cela génère chez les géants de la technologie une accumulation de pouvoir qui a pris des dimensions que nous ne pouvons pas imaginer. Ce n'est pas pour rien que les données sont appelées dans la Silicon Valley le « nouveau pétrole ». La frénésie de collecte est logiquement suivie d'un flux d'informations.

Depuis longtemps, les annonceurs ne sont pas les seuls à tirer profit de ces données. Les partis politiques se servent aussi de ces profils d'utilisateurs de la même manière que les médias, les entreprises, les théoricien(ne)s du complot et enfin aussi les gouvernements. Comme l'ont signalé différents médias, le gouvernement chinois par exemple a mis en place un système social de points qui évalue le comportement des citoyen(ne)s. Ce comportement a un effet négatif sur les individus, si l'évaluation s'avère négative. Si l'évaluation est positive, les personnes concernées peuvent profiter de toutes sortes d'avantages dans le système. En d'autres termes, le gouvernement exerce le contrôle total sur ses citoyen(ne)s. Par ailleurs, les géants en ligne comme Facebook, Google, Amazon, etc. ne sont pas loin d'un tel système dans le monde occidental et dans la manipulation de nos données.

## Quête d'attention

Le philosophe Vincent F. Hendricks, qui a rédigé avec Mads Vestergaard le livre *Postfaktisch*<sup>1</sup> oppose le temps limité du consommateur/trice de médias au flux quotidien d'informations et en déduit que la monnaie du présent serait l'attention. La quête d'attention d'innombrables fournisseurs d'informations a dérapé sur tous les canaux pour devenir une concurrence impitoyable résumée sous le terme de « Économie de l'attention ». Selon cette logique, Twitter a le mieux interprété les signes du temps avec ses 140 caractères, le jouet favori du président américain, qui lance de cette façon sa dose quotidienne de tweets sur l'humanité. Il est peu probable qu'il secrèterait autant de notifications s'il

1 Hendricks, V.F. & Vestergaard, M. (2018). *Postfaktisch : Die neue Wirklichkeit in Zeiten von Bullshit, Fake News und Verschwörungstheorien*. [La nouvelle réalité en ces temps de baratin, de fake news et théories du complot]. Munich : Blessing.

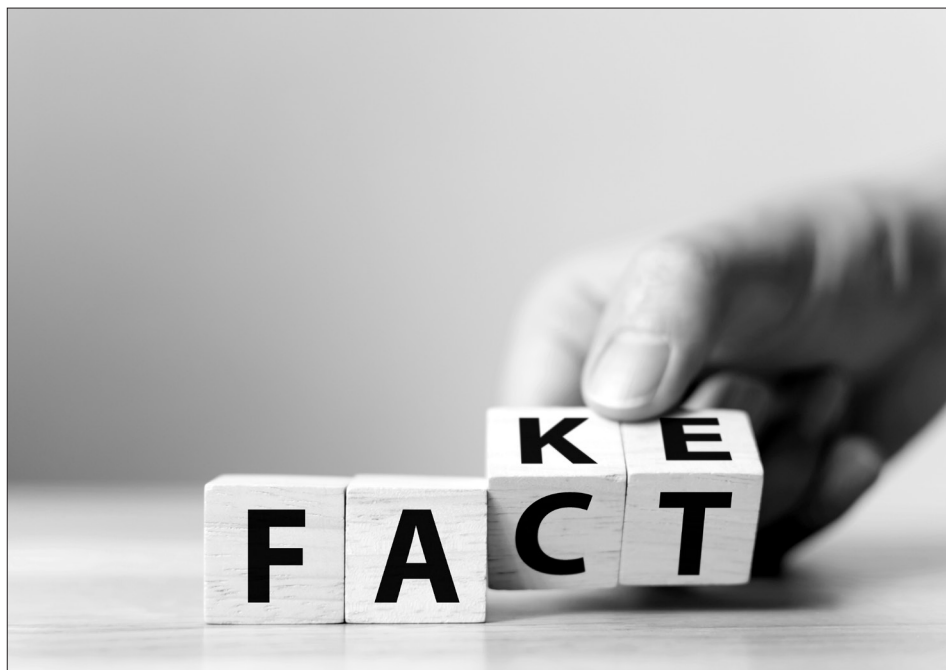
devenait s'asseoir devant un ordinateur et écrire ses « messages » d'une manière ordinaire.

Il serait présomptueux d'accuser tous les acteurs/trices de la manipulation qui essaient de servir leur base ou leurs fidèles. Car, la tentative de prise d'influence n'est pas non plus nouvelle, il existe également de nombreux exemples de portée historique. Ce qui est nouveau c'est le fait que les réseaux sociaux permettent de diffuser des informations non filtrées et d'une manière virale à un public sélectionné de manière ciblée. À cette occasion, les messages sont agencés de sorte qu'ils s'adaptent à la vision du monde du groupe-cible fixé. Google, Facebook, Twitter et tous les autres services en ligne permettent d'être servis en informations ciblées que nous partageons avec des personnes aux intérêts communs et qui nous donnent le sentiment agréable d'être du bon côté. Le but est principalement de créer un sentiment d'appartenance et ainsi de faire naître une circularité de confirmation. Lorsque ce sentiment d'appartenance s'est installé, nous nous mouvons dans la célèbre bulle de filtres dans laquelle les informations ne sont le plus souvent plus mises en cause. Dans une telle bulle de filtres, un message peut également se renforcer de manière négative, des sentiments d'impuissance, de peur et de menace se solidifient, ce qui ouvre la porte aux manipulations.

### Lorsque mentir devient une habitude

Tandis que le langage populaire jusqu'à récemment disait que « les mensonges résistent mal à l'épreuve du temps », la situation a changé d'une manière écrasante. Ce n'est pas qu'il n'existait pas aussi de tentatives de dissimulation et de manipulation il y a quelques années auparavant, dans toute l'histoire de l'humanité. Mais, les mensonges étaient à tout prix dissimulés ou balayés sous le tapis. Si le menteur ou la menteuse se faisait prendre, cela était associé à la honte et à la faute. Les mensonges devaient encore être révélés et avaient dans de nombreux cas de graves conséquences. Entre-temps, une sorte de compétition du mensonge a été lancée, nous sommes entrés dans l'ère de la post-vérité. Les bots<sup>2</sup> et

2 Les bots informatiques sont des scripts informatiques automatisés utilisés sur Twitter ou des portails d'évaluation par ex. Leur programmation est simple, on peut les fabriquer des millions de fois. Ils peuvent



les trolls<sup>3</sup> informatiques sont non seulement en route à la solde des gouvernements et partis, les représentant(e)s gouvernementaux eux-mêmes mentent publiquement à tour de bras. Ce qui est le plus surprenant ici c'est qu'ils s'en sortent jusqu'à présent plus ou moins indemnes lorsqu'ils savent le gérer « correctement » ou s'excusent de leur comportement au bon moment. Mais il est faux de croire que cela ne laisse aucune trace.

Récemment, des rapports ont parcouru les médias, selon lesquels un nouveau « trouble » serait apparu aux USA auquel seraient confrontés de plus en plus de thérapeutes : le « Trump Anxiety Disorder » (« Trouble anxieux Trump »). Le terme fut façonné par la psychologue clinique Jennifer Panning dans un essai publié par des psychiatres de l'Harvard Medical School et confirmé par de nombreux psychologues et psychothérapeutes aux USA. Selon Panning, le trouble anxieux Trump se distingue des autres formes de peur, parce que le symptôme ferait ré-

se faire passer pour un être humain et orienter le discours politique.

3 Les trolls professionnels rédigent des allocutions (propagande) pour le compte d'un donneur d'ordre, généralement de forme politique, sur Internet avec l'objectif de dénigrer l'opposition, de déformer les faits ou de diffuser des fake news.

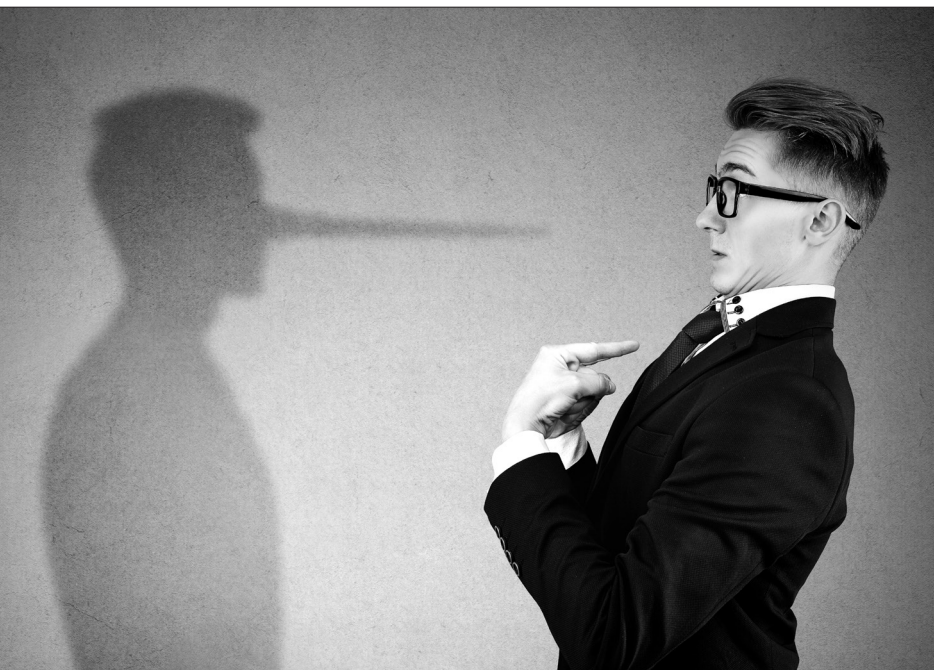
férence spécifiquement à l'élection de Trump et au climat sociopolitique qu'il n'avait pas prévu et qui déclencherait une grande incertitude apparaissant pour cette raison chez de plus en plus de personnes. Même si cela n'est pas un diagnostic officiel, les symptômes se composent du sentiment de perte de contrôle, d'impuissance et de colère par rapport à ce qui se passe dans le pays et ce que pourrait déclencher dans le monde la politique dominante imprévisible. Selon Panning, la consommation médiatique excessive intensifie les peurs existantes, car on s'interroge continuellement sur ce qui pourrait bien arriver. L'American Psychological Association (APA) a effectué en 2016 et 2017 des sondages sous le titre « Stress in America »<sup>4</sup>. En août 2016, 3.511 adultes de plus de 18 ans ont été interrogés, parmi eux 52 pour cent déclaraient que l'élection présidentielle les stresseraient explicitement. En janvier 2017, 1.019 adultes de plus de 18 ans ont été à nouveau interrogés sur leur ressenti de stress par rapport au climat politique, à l'avenir du pays et aux élections. Entre août 2016 et janvier 2017, le niveau de stress a augmenté de 4,8 à 5,1 points, 1 signifiant peu et 10 beaucoup de stress. La conclusion de la directrice de l'APA, Katherine C. Nordal, était que le stress perceptible en lien avec des sujets politiques serait une forte source d'inquiétude, dans la mesure où il serait difficile aux Américains/es de s'y sous-

traire. Ils seraient entourés de discussions, de messages et de réseaux sociaux qui leur rappelleraient continuellement les choses qui les stressent le plus.

### Am feinsten lügt das Plausible [le plausible ment le plus finement]<sup>5</sup>

Ce qui se joue autour des élections, non seulement aux USA, mais également dans les pays européens, sape la démocratie et les acquis des Lumières. Les attaques des hackers ciblent les électeurs/trices pour leur fournir de fausses notifications avec pour objectif de dénigrer les candidats/es identifiés comme opposants, d'influencer le comportement des électeurs et finalement de porter atteinte au tissu social. Les élections du 9 septembre en Suède, un pays traditionnellement libéral et ouvert d'esprit, ont démontré à titre d'exemple comment le système de « fake news » peut influencer l'opinion publique. Il a réussi à renforcer auprès des nationalistes de droite une méfiance existante ou des peurs présentes latentes et à influencer au global le climat politique. C'est ainsi que des affirmations à sensation et fausses circulent sur la criminalité croissante en Suède et sur les conséquences désastreuses de la politique suédoise en matière de migration. Il a même été répandu que la police n'oserait plus aller dans certains quartiers de Malmö, ce que la police elle-même réfute. Une overdose de fausses notifications et de représentations déformées des faits a permis en permanence de distiller dans la tête des gens, comme un poison, des peurs, méfiances et de la haine, ce qui au final a eu un effet sur le comportement électoral de nombreux Suédois(es). Mais, une société frappée par la peur, des sentiments de menace et la haine ne promet rien de bon pour l'avenir d'un pays.

Marianne Roth est directrice générale de l'ASP.



4 Le rapport est consultable à l'adresse : [www.stressinamerica.org](http://www.stressinamerica.org)

5 Dans le monologue – aphorismes : Emil Gött (1864–1908), écrivain et philosophe allemand.