



HAL
open science

Épidémiologie des Fake News à l'Heure de la Transition Numérique

Pascal Huguet, Clément Belletier, Johann Chevalère, Natalia Martinelli, Sandrine
Gil, Sylvie Droit-Volet

► **To cite this version:**

Pascal Huguet, Clément Belletier, Johann Chevalère, Natalia Martinelli, Sandrine Gil, et al.. Épidémiologie des Fake News à l'Heure de la Transition Numérique. *Revue de neuropsychologie*, 2020, 12 (2), pp.221-222. <10.1684/nrp.2020.0576>. <hal-04632271>

HAL Id: hal-04632271

<https://hal.science/hal-04632271v1>

Submitted on 2 Jul 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

Épidémiologie des Fake News à l'Heure de la Transition Numérique

Epidemiology of Fake News in the Age of Digital Transition

P. Huguet¹, C. Belletier¹, J. Chevalère¹, N. Martinelli¹, S. Gil², & S. Droit-Volet¹

¹ Université Clermont Auvergne et CNRS, LAPSCO, Clermont-Ferrand, France

² Université de Poitiers et CNRS, CerCA, Poitiers, France

Correspondance : Pascal Huguet, 34 Avenue Carnot, TSA 60401

63001 Clermont-Ferrand Cedex 1

La capacité à transformer voire reconstruire totalement la réalité, à se laisser influencer par des fictions ou à les suggérer sinon les imposer aux autres est, avec le langage, l'une des caractéristiques fortes de l'espèce humaine. Cette capacité déjà extraordinaire à convaincre et se laisser convaincre en apesanteur des faits—donc de ce qui est vrai, juste, honnête—est considérablement renforcée par les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Les possibilités offertes par ces technologies se traduisent notamment par une obésité informationnelle (infodémie) dont les fake news représentent en quelque sorte la masse adipeuse à éliminer. Affranchies des contraintes spatio-temporelles qui jadis ralentissaient leur progression, ces dernières se propagent désormais sans aucune limite physique. D'où la nature souvent explosive des fausses informations, en particulier lorsqu'elles sont dotées d'une forte charge émotionnelle : d'un jour à l'autre elles surgissent et occupent les esprits, avec une redoutable capacité d'emprise sur les attitudes, opinions, jugements et comportements individuels. Même dans nos sociétés dites modernes les croyances de toute nature continueront par conséquent à rivaliser avec les connaissances fondées sur des faits scientifiques avérés, cela d'autant que les stratégies de lutte contre les fake news se heurtent à certaines propriétés de notre système cognitif (Huguet, 2018). La pandémie de covid-19 offre une nouvelle

démonstration de cette profusion de fake news aux conséquences multiples, dont celle d'affaiblir les stratégies de combat contre la propagation du virus. Aussi devient-il indispensable, pour gagner en efficacité, surtout en l'absence de vaccin (qu'il s'agisse de la pandémie actuelle ou des suivantes), de chercher à mieux comprendre les dynamiques à l'œuvre non seulement dans la propagation du virus lui-même mais aussi des fake news afférentes.

Ce point de vue nous a conduit à contacter en plein confinement un millier de personnes (échantillon représentatif de la population générale française) pour sonder par questionnaire leur vision de la pandémie en relation avec leur fréquentation des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Les participants étaient exposés à vingt propositions décrivant certaines caractéristiques du virus en circulation, et estimaient la validité/invalidité de chacune. Alors que certaines de ces propositions étaient des fake news signalées par l'OMS ou l'Inserm (e.g., « asperger le corps d'alcool est efficace pour tuer le coronavirus »), d'autres au contraire étaient scientifiquement fondées (« la contamination n'est pas automatiquement suivie de symptômes »). Les participants indiquaient aussi leur degré d'accord/désaccord avec huit propositions décrivant différentes causes invoquées dans des médias de toute sorte pour expliquer l'origine de la pandémie : conséquence des activités humaines au détriment de la nature, expression d'une force supra-ordonnée divine, cause d'origine naturelle, volonté d'un groupe humain de nuire à d'autres groupes (théories complotistes). Enfin, ils estimaient le temps passé par jour en moyenne durant le confinement à communiquer à distance sur la crise sanitaire via des réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter, des logiciels permettant de voir leurs interlocuteurs (Skype, Google-Hangout, etc), ou plus simplement par téléphone (avec ou sans l'image du correspondant), et indiquaient leur fréquence d'exposition aux journaux télévisés.

L'analyse de toutes ces données modélisées par équations structurelles sur l'ensemble de notre échantillon montre notamment que la fréquentation des réseaux sociaux (Facebook,

Twitter, etc) prédit l'adhésion à des théories complotistes et/ou à l'idée d'une intervention de forces célestes (volonté de Dieu) pour expliquer l'origine de la pandémie. Cette même fréquentation prédit cependant en parallèle l'adhésion à des explications ciblant pour l'essentiel les activités humaines conduites au détriment de la nature (e.g., exploitation croissante d'écosystèmes jusqu'alors assez protégés d'où une libération fortuite de leurs agents infectieux), une explication défendue par de nombreux scientifiques. L'exposition aux journaux télévisés, quant à elle, prédit négativement ces deux types d'explication, autrement dit plus cette exposition augmente et moins les participants adhèrent, mais la causalité de cette relation doit être considérée avec prudence car elle demeure réversible. Par ailleurs, la propension à juger valides des fake news sur les caractéristiques du virus n'est pas corrigée par l'exposition aux journaux télévisés, qui pourtant se sont tous attachés à les combattre. Il reste que cette propension à se tromper souvent sur la réalité des faits n'est pas illustrative de la majorité mais d'une minorité de participants (environ 20%) qui sur le plan sociodémographique (âge, niveau d'éducation, statut socio-économique) ne diffèrent que peu du reste de l'échantillon. Mais surtout, nos résultats montrent que plus les membres de cette « minorité infectée » communiquent en ligne avec leur proches (via Skype, Google Hangout, etc) et plus ils adhèrent à des théories complotistes ou ancrées dans une référence à Dieu. Cette adhésion prédit à son tour la propension à juger valides des propositions relevant en réalité de fake news sur les caractéristiques du virus en circulation.

Ces quelques éléments rapidement évoqués suffisent à montrer la complexité des dynamiques à l'œuvre dans l'épidémiologie des fake news, et l'importance pour les élucider et mieux les combattre d'une contribution accrue des sciences de la cognition et du comportement, en particulier la psychologie sociale et cognitive. Cette complexité tient aussi à des dynamiques de propagation nourries en quelque sorte « par le haut ». Nous avons tous en effet à l'esprit la capacité de gens dotés d'immenses responsabilités politiques à propager de fausses

informations parfois orthogonales aux faits scientifiques les plus avérés lorsque cette pratique dangereuse pour la collectivité revêt pour eux une dimension tactique ou stratégique.

Référence

Huguet, P. (2018). Éléments de psychologie des « fake news ». Dans Joux, A., & Pélissier, M. (Eds.) *L'actualité d'information au prisme des fake news* (pp. 201–222). Paris: L'Harmattan.