



**HAL**  
open science

# Stock et flux des idées sur le web social - Proposition de modélisation de la circulation des représentations à l'époque du numérique ambiant

Yannis Delmas-Rigoutsos

## ► To cite this version:

Yannis Delmas-Rigoutsos. Stock et flux des idées sur le web social - Proposition de modélisation de la circulation des représentations à l'époque du numérique ambiant. H2PTM 2023 La fabrique du sens à l'ère des l'information numérique: enjeux et défis, Oct 2023, Valenciennes, France. pp.259-272. hal-04253914

**HAL Id: hal-04253914**

**<https://hal.science/hal-04253914>**

Submitted on 24 Oct 2023

**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.

Copyright

Ce document est conforme au texte soumis en double aveugle à la conférence H2PTM de 2023 : « La fabrique du sens à l'ère des l'information numérique : enjeux et défis ». On été ajoutées des indications complémentaires en rouge, correspondant notamment à des éléments délivrés dans la communication orale ainsi qu'en réponse à des questions du public.

[page 259]

---

## Stock et flux des idées sur le web social

### Proposition de modélisation de la circulation des représentations à l'époque du numérique ambiant

**Yannis Delmas-Rigoutsos<sup>\*,\*\*</sup>**

*\* Criham, Université de Poitiers, Université de Limoges, Poitiers, France*

*\*\* Techné, Université de Poitiers, France*

*yannis.delmas@univ-poitiers.fr*

*ORCID 0000-0002-9274-3316*

---

*RÉSUMÉ. Le web social, comprenant le web et les médias sociaux, peut s'analyser sous trois angles : comme un réseau de contenus, comme un réseau humain de profils et sites tissant ces contenus ou comme des memes se transmettant sur ce réseau cognitif. Nous définissons dans un premier temps ce que nous entendons par contenus et décrivons la période actuelle de développement du numérique comme mue par les contenus. Dans un second temps, nous analysons l'évolution actuelle par une approche mémétique. Nous mettons l'accent sur la question du stock et du flux des représentations et montrons combien le dernier quart de siècle l'a profondément transformée. Tout en ayant considérablement multiplié les techniques du stock, nous soutenons l'idée que le web social, paradoxalement, favorise structurellement le flux. Dans un troisième temps, nous appliquons cette modélisation au cas des communications complotistes et bullshitistes.*

*ABSTRACT. Social web lato sensu, including the web and social media, can be analyzed from three points of view: as a network of contents, as a human network of profiles and sites weaving these contents, or as memes transmitted on this cognitive network. We first define here what we mean by contents, which enables us to describe it as the main driving force in today's digital transformation. In a second section, our analysis of the present evolution, by focusing on the memetic standpoint, emphasizes the question of representations' stock and flow and shows how much this has profoundly evolved over the last quarter of a century. We argue that the social web, while having considerably multiplied the techniques of stock, paradoxically, structurally promotes flow. Finally, we apply in a third section this modeling to the case of conspiracist and bullshitist communications.*

*MOTS-CLÉS : histoire du numérique, web, technologies cognitives, mémétique, circulation des idées, économie de l'attention, complotisme, ignorantisme.*

*KEYWORDS: IT history, worldwide web, cognitive technologies, memetics, circulation of ideas, attention economy, conspiracy spirit, bullshitism.*

---

## 1. Introduction : approche des contenus

Le web et les médias sociaux offrent aujourd’hui un espace considérable de création, de circulation, de déploiement, d’adhésion et de confrontation des discours et de nombreux acteurs, pas tous humains. La question même de la construction du sens s’en trouve radicalement bouleversée. Ce contexte informationnel amplifie une situation de « crise » ou de « désordre informationnel » déjà bien installé dans le champ des médias de masse. Les médias sociaux numériques (MSN) changent la donne du fait de nombreuses dimensions nouvelles, notamment : la possibilité presque universelle d’être émetteur, y compris pour des acteurs non humains, la possibilité quasi générale de partage ou de republication à l’identique et les possibilités hypertextuelles des contenus. Le contexte technique, la ténuité des filtres imposés aux opérations de partage ainsi que les pratiques sociales des MSN renouvellent de bien des manières le rapport au sens, en particulier en renforçant sa subjectivité. Un nouveau paradigme d’évaluation de l’information (Le Deuff, 2006; Alloing, 2017) et de bulles de filtre (Pariser, 2011) renforcent ainsi, notamment, des *régimes de vérité* pathologiques tels que ceux des complotismes et du bullshitisme.

Nous souhaitons éclairer ces questions en abordant la question de la fabrique du sens du point de vue des contenus partageables, des idées véhiculées, plutôt que de celui des individus ou des supports de communication. Nous présenterons d’abord le contexte actuel de *numérique ambient*, tant technique que technologique. Dans une seconde section, nous proposerons une *modélisation mémétique* de la circulation des idées sur le web social et montrerons que le numérique ambient introduit deux points de bascule que nous interpréterons en termes de stock et de flux de représentations partageables. Enfin, nous étudierons le cas concret du bullshitisme et des complotismes à la lumière de ce modèle.

## 2. Les contenus numériques et la question de leur partage

### 2.1. La période historique du numérique ambient

Pour préciser le cadre de notre étude, commençons par quelques mots de description de l’époque dans laquelle nous nous situons.

De nombreuses périodisations de l’histoire du numérique existent. La plupart sont orientées par la technique. Nous nous attacherons plutôt à une vision centrée sur les pratiques, introduite par David Fayon (2013) et que nous avons reformulée (Delmas-Rigoutsos, 2018). Dans cette approche, nous vivons actuellement dans une période (2005–) dont le moteur principal d’innovation est celui des contenus ou, plus largement, des données, faisant suite à une période où le logiciel était moteur (1975–2005) et à une première période où c’était le matériel (1945–1975). [page 261] Durant la période actuelle, l’effectif des objets connectés au réseau Internet a explosé : il se compte en dizaines de milliards et a, en particulier, dépassé le nombre des êtres humains. Le téléphone portable, toujours connecté, immédiatement à portée de main et dont l’usage est quasi-général dans les pays développés (Solen Berhuet et al., 2023, p. 29). Tout ceci fait qu’on peut parler de *numérique ambient*. Il ne s’agit pas que d’un contexte technique : Serge Proulx (2017) montre que la participation au monde numérique est devenue une norme.

Même s’il existe des situations de non-usage, volontaire ou non et pour diverses raisons (Kellner et al., 2010; Jauréguiberry, 2012), le *worldwide web* et les médias sociaux *lato sensu* (MSN), dont les réseaux socio-numériques (RSN), constituent aujourd’hui un fait sociologique total. Désormais, chacun a la faculté technique de publier des idées, avis ou opinions ainsi que de commenter, pointer ou republier de

telles publications. Ceci s'applique y compris aux sites web sans espace public ni fonction conversationnelle, du seul fait de l'existence d'un adressage universel. Cette fonction déictique (*indexical*) de l'hypertextualité constitue ces nombreux dispositifs en un ensemble technologiquement cohérent : les utilisateurs peuvent naviguer d'une application à une autre, sur le web ou hors web, sans parfois avoir conscience du changement de contexte, d'autant plus aisément, qui plus est, que la plupart des grandes applications permettent d'intégrer des contenus tiers, directement (par référence) ou indirectement (par capture d'écran). Dans la mesure où cet ensemble est cohérent du point de vue des usages qui nous intéressent ici, nous l'envisagerons comme un tout, le *web social*. Pour être homogène et pour n'envisager que des dispositifs complets, nous considérerons que font également partie de cet ensemble les fonctionnalités de recherche, internes ou externes. Avec les sites, ils constituent un des *services* du web social au même titre que chaque plateforme de MSN.

Parmi les nombreux phénomènes observables sur le web social envisagé comme dispositif, notons l'absence de consécration institutionnelle de l'auteur. D'ailleurs, nombre de billets sont formulés sur un mode conversationnel, dialogique, plutôt que conçus comme des publications, ce qu'ils sont pourtant, de droit comme de fait. Notons également que l'interface des médias sociaux incite, et même invite, leurs utilisateurs à la publication ou à l'engagement<sup>1</sup> (Boullier, 2023, chap. 7). Notons enfin le remplacement des infomédiaires (*gatekeepers*) traditionnels par des modérateurs (un peu) et par des moteurs de recommandation intégrés aux dispositifs de consultation et de recherche (surtout).

[page 262]

## 2.2. Qu'est-ce qu'un contenu numérique

Ceci étant posé, observons quelques spécificités des contenus numériques.

Tout d'abord, précisons le sens du mot « contenu ». Les spécialistes de sciences des données définissent habituellement trois niveaux : « Une donnée est une description élémentaire [...] d'une réalité. C'est par exemple une observation ou une mesure. | À partir de données collectées, de l'information est obtenue en organisant ces données, en les structurant pour en dégager du sens. | En comprenant le sens de l'information, nous aboutissons à des connaissances, c'est-à-dire à des « faits » considérés comme vrais dans l'univers d'un locuteur » (Abiteboul, 2012). Comme le locuteur aussi bien que sa diégèse peuvent être fictifs ou hypothétiques, plutôt que seulement de connaissances, il pourra s'agir d'opinions, de croyances, de messages... C'est ce niveau cognitif que nous appellerons « contenus ». En somme, *un contenu numérique est un ensemble d'informations numériques susceptibles d'être transmises et reçues par un humain, sous forme de représentations*. Ces représentations constituent le *sens* de ce contenu. Ce sens n'est pas nécessairement accessible à l'émetteur, ni au récepteur, ni *a fortiori* au support des informations.

L'informatique s'est définie historiquement comme la science et la technique du traitement automatique de l'information. Ses productions s'appuient sur une longue tradition de mécanisation et d'automatisation. De ce fait, l'industrie informatique valorise profondément la recherche de processus autonomes, c'est-à-dire faisant peu ou pas appel à une intervention humaine (Delmas-Rigoutsos, 2018). Ceci concerne très directement les contenus numériques : les documents ne sont plus leurs seuls réceptacles. En effet, ces contenus peuvent être conservés dans des bases de données, des systèmes experts ou encore des automates conversationnels (*chat bots*), notamment. Or, ces artéfacts ne sont pas seulement des stockages passifs, tels qu'un livre imprimé par exemple ; certains ont la faculté de produire de nouveaux contenus

---

<sup>1</sup>Le terme technique *engagement* renvoie au commentaire, pointage ou republication d'une publication existante sur la même application.

à partir de leurs données propres. L'exemple actuellement le plus abondant est celui des automates (*bots*) des RSN qui produisent quantité de contenus pour le compte d'une marque, d'une écurie politique ou d'un État, notamment dans une perspective d'influence ou d'*astroturfing*<sup>2</sup>. Ce n'est pas un détournement : tous les grands services du web social ont développé très tôt des interfaces de consultation et publication pour les logiciels (flux de syndication et API de publication), en plus de celles destinées aux utilisateurs humains. Première caractéristique, donc : *les contenus numériques ne sont pas seulement lus ni produits par des acteurs humains*.

[page 263]

Dès ses premiers modèles théoriques, les machines de Turing et l'architecture de von Neumann, ce qui deviendra l'ordinateur est conçu comme une machine universelle, c'est-à-dire capable de stocker, transmettre et traiter indifféremment tous types d'informations. Il n'y a plus de différence de nature entre données et programmes (Delmas-Rigoutsos, 2018). Les conséquences sont immenses : qu'il s'agisse d'une mémoire de masse (de stockage), d'un message ou d'un document, un même conteneur peut receler des données de plusieurs natures et même des programmes, s'il est conçu de façon appropriée. Ce sont les courriers électroniques avec leurs pièces jointes ; ce sont les documents multimédias ; ce sont les jeux et médias interactifs numériques (JMIN ou « jeux vidéos ») ; ce sont encore les pages web à la fois hypermédias et interactives. L'universalité numérique est également un moteur de la convergence numérique qui fait que les artéfacts regroupent au cours du temps toujours plus de fonctionnalités, jusqu'à aboutir aux ordiphones (*smartphones*) qui sont le moyen d'accéder à des dispositifs aussi divers que, par exemple : la lecture d'un journal, un jeu occasionnel, la gestion de son compte en banque, l'envoi et la réception de courrier électronique ou une application métier. Seconde caractéristique : *les contenus numériques sont hypermédias, interactifs et toujours à portée de main*<sup>3</sup>.

Enfin, la dimension la plus largement connue du numérique est le codage symbolique des données. Celle-ci a de nombreuses conséquences sur les documents et, plus généralement, sur les contenus numériques. Le traitement informatique le plus élémentaire est la copie de données. Celle-ci peut se faire à l'identique, c'est-à-dire sans aucune perte de qualité, et pour un coût infime. Par conséquent, troisième caractéristique, *les biens culturels numériques, les contenus numériques, ont un coût marginal de reproduction<sup>4</sup> faible et sont intrinsèquement non-rivaux<sup>5</sup>*.

### 2.3. Problématisation : la circulation des contenus partageables

On peut observer le web social sous plusieurs angles. Dans la mesure où les documents qu'il comprend sont hypertextuels, on peut d'abord le voir comme un réseau de contenus : profils, pages, billets, commentaires et autres publications. On peut le voir également comme un réseau humain, ou plus exactement un réseau de personnes virtuelles (Jaquet-Chiffelle et al., 2009) et de services de publication tissant ces contenus.

[page 264]

---

<sup>2</sup>Ainsi, l'étude « Climatoscope » du CNRS (Chavalarias *et al.*, 2023) montre que la communauté *Twitter* déniériste (niant le dérèglement climatique) compte de l'ordre de 6 % de comptes *bots*, malgré la politique de *Twitter* de fermer l'accès à ceux-ci.

<sup>3</sup>Dans les pays développés et hormis des zones blanches en attrition rapide. Par exemple, en mars 2023, 99 % de la population et 95 % du territoire de la France métropolitaine sont couverts par l'Internet mobile 4G (source : [Arcep](#)).

<sup>4</sup>Coût moyen pour produire un exemplaire supplémentaire d'un contenu.

<sup>5</sup>Un bien non-rival est un bien qui peut être cédé ou consommé sans s'en départir. Ces biens peuvent toutefois être rendus rivaux à l'aide de DRM, par exemple.

On peut également adopter une troisième approche. Puisque nous avons fait le choix de définir les contenus, ou plus exactement leur sens, comme des représentations partageables, ce sont donc techniquement des ensembles de mêmes<sup>6</sup> (Brodie, 2009). La fabrique du sens devient alors une question de stockage et de vection de ces représentations, notions qu'il convient maintenant de préciser.

### 3. Modélisation mémétique de la circulation des idées

#### 3.1. Idées, représentations et mêmes

La notion de même a été introduite par Richard Dawkins (1989 [1976]) dans le prolongement de sa théorie du « gène égoïste ». Dans sa définition originale, un même est l'unité de base de la transmission culturelle et la *mémétique* est l'étude des mêmes, de leurs interaction, répliation et évolution. En réalité, comme y insiste Richard Brodie (2009), les définitions varient beaucoup en fonction des domaines scientifiques impliqués. Nous retiendrons ici, la définition suivante : *un même est une représentation observée dans sa capacité à se transmettre d'un esprit à un autre*. Cette définition s'appuie sur la notion d'esprit, mais en réalité il s'agit là seulement d'un cadre de référence : les mêmes peuvent aussi bien être portés par des esprits que par des documents ou des messages, sans que ces trois types de *véhicules* en perçoivent nécessairement le sens, en tout ou partie.

Les contenus numériques, tels que nous les avons définis ci-dessus, peuvent donc être envisagés comme des ensembles de mêmes. Poser la question de la transmission de contenus partageables, c'est précisément interroger leur dimension mémétique. Nous laisserons de côté la question de l'interaction et de l'évolution de ces mêmes, pour nous concentrer ici sur la question de leur répliation. Comme nous nous intéressons ici à des contenus numériques, qui, comme les idées, sont non-rivaux et dont nous négligerons le coût de reproduction, cette question se résumera à la question de leur circulation entre véhicules, acteurs humains ou non. Selon nous, cette question comporte deux versants : le stockage et la vection.

[page 265]

#### 3.2. Contenus : stockage et vection

Nous appellerons *vection* le fait de transporter un même, une représentation, d'un acteur émetteur à un récepteur, en s'intéressant plus aux conditions de ce transfert qu'au canal ou aux moyens de ce transport. Bien entendu, pour que la vection puisse avoir lieu, il est nécessaire que l'émetteur retienne, mémorise, préserve le même suffisamment longtemps pour avoir l'occasion de le transférer au récepteur. Nous appellerons *stockage* le fait, pour un véhicule, de recevoir un même, pour plus tard en faire éventuellement une ou plusieurs émissions. Ces définitions font du stockage et de la vection deux termes réciproques de la circulation. Dans les deux cas, l'accent n'est guère mis sur les opérations d'émission et de réception, mais plutôt sur les moments intermédiaires.

Un participant propose d'éviter le terme « vection », utilisé en médecine pour désigner une sensation illusoire de déplacement, et de préférer, par exemple un terme comme « vectorisation ».

Observons l'évolution des technologies cognitives (Robert, 2010) sous ce point de vue. Dans les cultures sans écriture, seulement démonstratives ou orales, les acteurs humains doivent maintenir une connaissance ou une pratique régulière, pour assurer une mémorisation. Avec l'écriture et l'externalisation de la mémoire (Clark

<sup>6</sup>Nous écrivons uniquement « même » dans l'acception technique définie ci-après.

& Chalmers, 1998) apparaissent de nouveaux véhicules, des dispositifs spécialisés dans le stockage. La transmission ne se fait plus de personne à personne, mais de personne à artéfact, puis, plus tard, éventuellement, d'artéfact à personne. Ces nouveaux véhicules sont au départ purement passifs : une tablette antique ou un codex médiéval, par exemple, ne sont utilisables qu'en modalité *pull* — le lecteur doit aller y chercher l'information. La correspondance, puis la presse, puis les médias de masse en facilitant toujours plus le transport de ces stocks installent un nouveau rapport à l'information : en modalité *push*, l'information se déplace vers ses destinataires. Les dispositifs *push* sont principalement de vection, là où les dispositifs *pull* assurent surtout un stockage.

Les évolutions techniques vont rendre ce transport toujours plus efficace et aisé. Ce mouvement culminera avec le transport électronique qui permet d'atteindre un stade où le débit du transport d'information égale, puis rapidement dépasse, celui de la réception. L'ère actuelle du numérique ambiant démultiplie cette évolution en saturant l'environnement humain de contenus, jusqu'à un stade où la ressource limitante n'est plus la culture, les mêmes ou contenus partageables, mais l'attention, le temps disponible de réception effective (Citton, 2014). Ceci constitue un premier point de bascule : l'inversion du rapport de rareté entre culture et attention.

### 3.3. Un nouveau rapport au flux mémétique

L'objet central de la mémétique est l'étude des caractères des mèmes favorisant leur réplication. Analysons ce point de bascule sous cet angle. Notons d'abord que nombre de mèmes, notamment ceux qui relèvent de l'industrie de l'*entertainment* ou de la publicité, sont créés par des acteurs qui y ont intérêt (Chavalarias, 2023). [page 266] Il y a donc toutes les raisons de penser que la situation actuelle de considérable abondance des mèmes face à une ressource attentionnelle limitée va perdurer. Ce goulet d'étranglement produit mécaniquement trois grandes conséquences.

Tout d'abord, les mèmes tendent, par leurs dispositifs de vection, à être toujours plus attractifs, addictifs même pour certains. Ceci leur permet de disposer d'un avantage compétitif et améliore donc leur sélection, par comparaison aux autres mèmes. Ceci leur permet également d'accaparer plus de temps d'attention, empiétant ainsi sur les temps de transport, de repas, d'aisance, de repos, d'activité physique et même de travail ou de sommeil (BVA, 2019). Pensons ainsi aux baladeurs musicaux, aux jeux occasionnels ou aux vidéos à la demande... tous dispositifs qui se trouvent avoir convergé avec les ordiphones [*smartphones*], notamment. (7)

D'autre part, les dispositifs vont favoriser des pratiques qui vont rendre routinière la consultation de certains contenus, par exemple à l'aide de procédés ergonomiques déloyaux (*dark patterns*). Ils tendent ainsi à faire fonctionner comme dispositifs *push* des mèmes publiés apparemment en modalité *pull*. C'est la principale stratégie des médias sociaux. La routine de consultation des MSN étant si installée socialement que certains développent diverses formes de dépendance (BVA, 2019; Elhai et al., 2021), notamment la *fear of missing out* (FOMO).

Enfin, même si ça n'est pas l'objectif de leurs producteurs, les mèmes vont avoir tendance à persister toujours plus nombreux dans des véhicules non humains, dans la mesure où ceux-ci n'ont pas de limite attentionnelle et ne "consomment" pas les biens culturels (à ce jour). Pour certains producteurs d'informations, notamment de publicité ou de propagande, ceci peut engendrer un intérêt pour des dispositifs permettant de rediffuser continuellement les mêmes mèmes. Nous pensons ici aux RSN où des logiciels (les « bots ») et des humains (les « trolls ») diffusent des

---

<sup>7</sup>À moyen terme, on voit aussi l'intérêt des producteurs à favoriser une société du loisir, pour maximiser les temps d'attention disponibles pour les biens culturels.

opinions ou des incitations ou assaillent leurs opposants sous un déluge de commentaires<sup>8</sup>. Évoquons également les agences de réputation numérique qui, sur le web social, s'efforcent de noyer une référence négative parmi de nombreuses références laudatives.

En considérant les mèmes dans leur environnement, Dominique Boullier (2023) ajoute que ce dernier étant « instable et imprévisible », il « favorise la propagation des éléments à fécondité élevée [...], de petite taille (le *hashtag* et le *tweet* en sont les meilleurs exemples) et avec dispersion sur de très longues distances », induisant un effet de « réchauffement médiatique » (op. cit., chap. 9).

[page 267]

Ces quatre effets poussent dans le même sens : bien qu'il a considérablement multiplié les techniques de stock, *le web social favorise structurellement le flux*<sup>9</sup>. De ce fait, et parce que les critères de pertinence et de qualité formelle ne sont plus suffisamment discriminants, les responsables éditoriaux des moteurs de recommandation tendent à favoriser le critère de récence, ce qui abonde encore dans le même sens. Cette évolution constitue un second point de bascule. Du point de vue des mèmes, il n'est plus forcément si utile de tenter de conquérir durablement des véhicules humains, de s'enraciner dans leurs convictions ou leur mémoire ; au contraire, il peut s'avérer plus efficace de privilégier une transmission rapide.

Une façon d'appréhender cette contagion des idées est de s'inspirer du modèle « DOTS » du  $R_0$ , ou « ratio 0 » ou « nombre de reproduction de base », utilisé en épidémiologie (Boullier, 2023, p. 34-35).

$R_0$  = Durée de contagiosité  
× Opportunités de contacts  
× Transmissibilité (probabilité d'infection lors d'un contact)  
× Susceptibilité (part de la population susceptible d'être infectée)

La durée de contagiosité est augmentée par l'externalisation des vecteurs, on l'a vu. Les opportunités de contacts sont multipliées par les effets de réseau. Et la transmissibilité est potentialisée par les effets de flux. Il reste que les différents mèmes ne peuvent pas tous voir leur  $R_0$  augmenter : contrairement à ce qui se passe en épidémiologie, il faut, en SIC, apporter une attention toute particulière aux effets de compétition entre représentations.

C'est, selon nous, une cause essentielle de l'accélération des dynamiques collectives d'attention (Lorenz-Spreen et al., 2019). Nous estimons que cela produit également un effet sur les idées propagées, ce que nous nous proposons d'observer sur les exemples suivants du bullshitisme et des complotismes.

#### 4. Application : les communications complotistes et bullshitistes

« *Twitter needs to become by far the most accurate source of information about the world* », affirme Elon Musk, son récent propriétaire, dans un échange public avec Jack Dorsey, un de ses fondateurs<sup>10</sup>. Mais qu'est-ce que la vérité ? La question est aussi ancienne que la philosophie. Épistémologues et logiciens, à la suite des travaux de Wittgenstein et Tarski, proposent de la définir comme l'adéquation d'un discours aux faits, ce qui, dans le domaine de la communication publique ou semi-publique, nous ramène immédiatement au référentiel d'évaluation de cette

<sup>8</sup>Parfois l'usage même d'un réseau est facteur de reproduction ; ainsi, 60 % des articles relayés sur *Twitter* le sont sans être lus (Boullier, 2023, p. 160).

<sup>9</sup>Bien entendu, ces effets mémétiques ne sont pas les seuls à aller dans ce sens ; il existe de nombreux autres phénomènes concomitants. Citons, par exemple, la culture de flux alimentée par la focalisation des journaux d'actualité, en particulier télévisuels et radiophoniques, sur le passé très proche et le futur.

<sup>10</sup>Le 7 nov. 2022 : <https://twitter.com/elonmusk/status/1589413653190938624>.



adéquation. C'est d'ailleurs ce que rétorque Dorsey, en substance. Musk tranche simplement : « *As judged by the people of Twitter* », autrement dit par la subjectivité des membres du réseau. Nombre d'observateurs rangent tout régime d'adhésion non rationnel, en particulier concernant les RSN, sous le règne du « pathos » ou du « système 1 » ; en réalité, ces régimes sont variés. Observons-le sur deux exemples.

Un régime de vérité est un filtre social d'adéquation d'un discours à des faits. Par conséquent, une même personne peut adhérer à divers régimes de vérité, selon le contexte : faits scientifiquement établis, objectivité journalistique, confiance, doctrine politique, foi religieuse... Comme il s'agit d'une convention sociale, le régime de vérité est, par nature, situé. Il peut même relever d'une dimension idéologique. Il est faux de penser que tel ou tel régime, par exemple la vérité scientifique, serait un objectif souhaitable pour tous, même dans un cas limité comme la recherche d'information.

[page 268]

#### **4.1. Sincérité et diffusion du bullshitisme**

Dans son analyse du *bullshit*, du n'importe-quoi communicationnel en publicité, en communication publique ou en politique, Harry Frankfurt (1986) conclut que les assertions ne sont pas évaluées au regard de la vérité, mais à l'aune de la *sincérité* du locuteur (celle qu'on lui attribue, en tout cas). Le *bullshitisme*, aussi appelé ignorantisme, a également fait florès comme doctrine politique (Chapoutot, 2021). Il est porté par des personnalités comme Donald Trump, dont le discours est volontiers émaillé de « moi, j'y crois » : il ne s'agit pas tant de se soustraire à la critique, que de revendiquer la sincérité. Dans la mesure où cette idéologie ne s'appuie plus sur une recherche d'adéquation à la réalité, ses propagateurs peuvent exploiter des narrations alternatives des faits, notamment des théories du complot.

Revenons à la question de la circulation des idées au sein du web social. Nous avons défendu l'idée que celles-ci exploitent principalement le flux. Les idées, plus précisément les mêmes, n'ont pas nécessité de convaincre, mais simplement d'être suffisamment convaincants pour entraîner un engagement : publication, republication, commentaire, soutien (*like*). C'est exactement l'approche du bullshitisme, qui est une idéologie comportant très peu de contenu doctrinaire : il s'agit surtout de propager des mêmes de confiance en leurs *leaders* ainsi que dans les divers comptes, profils ou sites servant de relais, permettant ainsi de densifier ce réseau et d'augmenter les effets de sincérité (« Untel, que j'apprécie, diffuse cette information ») et de chambre d'écho (« je reçois cette même information de plusieurs sources »). En effet, le web social apparaît comme désintermédié à nombre de ses utilisateurs, alors que ses services sont pourtant des intermédiaires dont les algorithmes de recommandation relèvent de choix éditoriaux. Le phénomène de faveur du flux renforce ainsi les effets dus à la contagion algorithmique, notamment de bulle de filtre et de polarisation, effets encore amplifiés par la défiance envers les journalistes, les savants et autres infomédiaires institutionnels traditionnels.

En termes du modèle DOTS du  $R_0$ , ces effets relèvent de la susceptibilité. Pour les autres facteurs, la durée de peut être faible, ne serait-ce que du fait de continuelles contradictions et revirements, mais ceci est compensé par de hautes opportunités de contacts et une forte transmissibilité.

#### **4.2. Véracité et complotisme**

Les théories du complot sont identifiées comme telles depuis au moins Karl Popper en 1945 ; le *complotisme* comme attitude psychologique ou comme manière de voir le monde, la réalité, relève en revanche d'une analyse plus récente (Taguieff,

2021)<sup>11</sup>. Si l'on regarde les choses sous l'angle que nous avons choisi, du régime d'adhésion, celui qui fait que l'on peut produire un engagement sur le web social, nous retiendrons la distinction entre vérité et véracité proposée par Bernard Williams (2006). [page 269] Cet auteur appelle souci de *véracité* « le souci de ne pas se laisser tromper, la détermination à crever les apparences ». Ce souci a pu être un moteur pour une recherche de la vérité, mais il est confronté dans les sociétés développées actuelles à un rejet, une défiance même, à l'égard de la vérité. Williams montre combien l'exigence de véracité, poussée à l'extrême, entraîne un processus de critique généralisée qui sape la possibilité même de la vérité. De fait, l'esprit complotiste se manifeste souvent par l'idée que la vérité est cachée par un « ennemi » qui y a intérêt parce qu'il est responsable de certaines difficultés ou catastrophes. L'exigence de véracité fait alors que l'on s'attache à quelques dévoileurs et à leurs révélations (Taguieff, 2021, op. cit.). Dès lors, il n'est plus question de rechercher la vérité, mais de savoir à quoi on va être fidèle<sup>12</sup>.

En combinant ces observations avec la faveur du web social pour l'information de flux, nous pouvons anticiper une amplification de l'effet de chambre d'écho. Du fait de l'effet de flux, les mêmes thèmes reviennent régulièrement. Comme l'esprit complotiste est très polarisé, les thèmes de fidélité, immédiatement reconnus, seront facilement relayés et les thèmes adverses, caractérisés comme « ennemis », « vendus » ou « traîtres », seront critiqués. Cet effet de sélection contribue aussi probablement au fait qu'on retrouve un peu toujours les mêmes motifs narratifs, les mêmes cibles : Juifs, homosexuels, francs-maçons, élites mondiales... (Taguieff, 2021)

En termes du modèle DOTS du  $R_0$ , la fidélité peut induire des opportunités de contacts faibles, mais ceci peut être compensé par une très grande durée de contagiosité et par une forte transmissibilité. On peut s'attendre, en revanche, à ce que la susceptibilité soit principalement *in-group*.

### 4.3. Bullshitisme, complotisme et narrations alternatives

Dans les deux cas, on le voit, l'effet de flux favorise la polarisation et un régime d'adhésion attaché à des personnes ou à des mécanismes de dévoilement et non à des faits. Par conséquent, les contradictions internes à ces discours et autres fausses nouvelles (*fake news*) ne sont pas des facteurs limitants, d'une part, et, d'autre part les contradictions externes alimentent les discours de forteresse assiégée. Le phénomène de faveur du flux contribue également à la faveur du web social au détriment de la presse, ce qui contribue à la diversification des sources d'information, donc, mécaniquement, à noyer des sources ayant une éthique de vérification parmi des sources qui n'en ont pas. Ceci renforce encore les mécanismes d'adhésion qui sont au cœur de ces deux types de discours, en faisant ainsi des outils de choix pour des mouvements politiques illibéraux ou de subversion par des puissances étrangères (Taguieff, 2021; Chavalarias, 2023).

[page 270]

---

<sup>11</sup>Grandes lignes de cette pensée selon Taguieff (2021) : « Rien n'arrive par accident. [...] [Tout] est le résultat d'intentions ou de volontés cachées. [...] Rien n'est tel qu'il paraît être. [...] Tout est lié ou connecté, mais de façon occulte. [...] [La vérité officielle] doit faire l'objet d'un impitoyable examen critique. »

<sup>12</sup>Ainsi, pour les platistes, l'important n'est pas tant que la Terre ait telle ou telle géographie plane : leur site de référence, celui de la *Flat Earth Society* comporte plusieurs cartes concurrentes à égalité. L'important est d'abord de rejeter le discours « officiel » d'une Terre sphérique.

## 5. Conclusion

Envisager le web social sous l'angle des contenus partageables nous a permis d'identifier quatre mécanismes induisant un *phénomène de faveur du flux*, au détriment du stock. L'exemple du bullshitisme avec son régime d'adhésion de sincérité et celui des communautés complotistes avec leur régime de souci de véracité illustrent comment ce phénomène pouvait accroître la contagion algorithmique. Bien entendu, ce ne sont que des exemples : il existe de nombreux régimes d'adhésion autres que la recherche de la vérité, l'attachement à la sincérité ou le souci de véracité. La question de l'incidence de la faveur du flux mériterait ainsi d'être posée concernant le régime de *vraisemblance*, du fait de l'explosion actuelle des *deep fakes* (documents forgés issus de modèles d'apprentissage profond), ou concernant le régime des *jugements de valeur*, puisque les psychologues estiment que 60 % des échanges humains comportent de tels jugements (Bègue, 2011). À l'avenir, il serait également intéressant d'observer l'évolution des politiques éditoriales de l'industrie du web social : la trajectoire technologique actuelle se poursuivra-t-elle dans le sens de la faveur du flux ? Favorisera-t-elle, comme le conjecture David Chavalarias (2023), une évolution des démocraties vers des régimes illibéraux ou totalitaires ?

## 6. Bibliographie

- Abiteboul S., *Sciences des données. De la logique du premier ordre à la Toile*, Fayard, coll. « Collège de France », 2012.
- Alloing C., « La réputation pour questionner l'autorité informationnelle : vers une "autorité réputationnelle" ? », *Quaderni*, n° 93, 2017, p. 33-41.
- Bègue L., *Psychologie du bien et du mal*, Paris, Odile Jacob, 2011, 361 p.
- Berhuet S., Brice-Mansencal L., Crouette P., Forcadell E., Millot C., Müller J., *Baromètre du numérique - édition 2022. Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française*, CRÉDOC, 2023.
- Boullier D., *Propagations*, Armand Colin, 2023.
- Brodie R., *Virus of the mind: The new science of the meme*, Hay House, Inc, 2009.
- BVA, *Hyperconnexion : quel impact sur la santé des Français ?*, Fondation April, 2019.
- Chapoutot J., *Le Grand Récit : Introduction à l'histoire de notre temps*, PUF, 2021.
- Chavalarias D., *Toxic data: Comment les réseaux manipulent [...]*, Flammarion, 2023.
- Chavalarias D., Bouchaud P., Chomel V., Panahi M., « Les nouveaux fronts du dénielisme et du climato-scepticisme », rapport CNRS, 2023, <https://hal.science/hal-03986798>
- Citton Y., *L'économie de l'attention : nouvel horizon du capitalisme ?*, La découverte, 2014.
- Clark A., Chalmers D., « The extended mind », *Analysis*, vol. 58, n° 1, 1998, p. 7-19.
- Dawkins R., *The selfish gene*, Éd. orig. 1976., Oxford University Press, 1989.
- Delmas-Rigoutsos Y., « Proposition de structuration historique des concepts de la pensée informatique fondamentale », Parriaux G. et al. (éds.), Berne, Peter Lang, 2018.
- Elhai J. D., Yang H., Montag C., « Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use », *Brazilian Journal of Psychiatry*, vol. 43, n° 2, 2021, p. 203-209.
- Fayon D., *Géopolitique d'Internet: qui gouverne le monde ?*, Économica, 2013.
- Franckfurt H., « On Bullshit », *Raritan quarterly review*, 1986.
- Jaquet-Chiffelle D.-O., Benoist E., Haenni R., Wenger F., Zwingelberg H., « Virtual Persons and Identities », in *The Future of Identity in the Information Society*, Rannenbergh K., Royer D., Deuker A. (éds.), Springer, 2009, p. 75-122.
- Jauréguiberry F., « Retour sur les théories du non-usage des technologies de communication », in *Connexions: communication numérique et lien social*, Proulx S., Klein A. (éds.), Presses universitaires de Namur, 2012, p. 335-350.
- Kellner C., Massou L., Morelli P., « (Re)penser le non-usage des tic », *Questions de communication*, n° 18, 2010, p. 7-20.

Le Deuff O., « Autorité et pertinence vs popularité et influence : réseaux sociaux sur Internet et mutations institutionnelles », 2006, [https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_00122603](https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00122603)

Lorenz-Spreen P., Mønsted B. M., Hövel P., Lehmann S., « Accelerating dynamics of collective attention », *Nature Communications*, vol. 10, n° 1, 2019, p. 1759.

Pariser E., *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*, Penguin Press, 2011.

Proulx S., « L'injonction à participer au monde numérique », *Communiquer, revue de communication sociale et publique*, n° 20, 2017, p. 15-27.

Robert P., *Mnémotechnologies: Une théorie générale critique des technologies intellectuelles*, Paris, Lavoisier, 2010, 400 p.

Taguieff P.-A., *Les théories du complot*, PUF, coll. « Que sais je ? », n° 4066, 2021.

Williams B., *Vérité et véracité. Essai de généalogie*, Gallimard, coll. « NRF Essais », 2006.