

STEFAN HEUMANN

Membre du conseil d'administration de Stiftung Neue Verantwortung (SNV)

Stefan HEUMANN

Merci, Steven, c'est un honneur pour moi de pouvoir intervenir à la World Policy Conference. Je crois qu'il s'agit vraiment d'un sujet d'actualité. Sans doute beaucoup parmi vous, en venant à Marrakech, ont acheté le dernier numéro du magazine *The Economist*, dont la une pose la question « Les réseaux sociaux sont-ils en train de miner la démocratie ? » Il est frappant de constater à quel point notre débat à propos de l'Internet s'est transformé au cours des dernières années. J'aimerais commencer par citer Hillary Clinton lorsqu'elle était encore Secrétaire d'État des États-Unis : « L'Internet est devenu l'espace public du XXI^e siècle, la place publique du monde, sa salle de classe, son marché, son café et sa boîte de nuit. Ce qui se passe sur l'Internet nous façonne autant que nous le façonnons, les deux milliards d'entre nous et ceux qui viennent s'y ajouter. » Prononcée en mai 2011, cette phrase rend parfaitement compte de l'optimisme qui régnait alors à propos de l'Internet. C'était, pensait-on, un lieu où les gens pouvaient se connecter au niveau mondial, échanger des idées et véritablement façonner un monde meilleur.

À présent, avance rapide sur la fin 2016 : Hillary Clinton, après sa défaite aux élections présidentielles américaines, déclare que pour elle, l'Internet est devenu cet espace où sévit une épidémie de *fake news*, de fausses informations, dont les conséquences sont réelles pour le monde, ce qui, à ses yeux, bien sûr, veut dire qu'elle a perdu les élections présidentielles, mais le débat sur les *fake news* ne porte pas uniquement sur les États-Unis. Les conséquences sont bien réelles et se manifestent dans le monde entier, et je pense donc que c'est un très bon sujet pour une conférence sur la gouvernance mondiale.

Nous avons eu le Brexit, bien entendu, et lors de la campagne, bien des *fake news* ont été relayées et répandues. Le *New York Times* a traité le sujet. Un article du *Guardian* explique qu'en Birmanie, de fausses images et aussi des *fake news* sont utilisées afin d'inciter à la violence contre la minorité musulmane des Rohingyas. L'autre sujet dont nous avons débattu ce matin est le vote pour l'indépendance de la Catalogne. Dans le contexte des discussions sur la Catalogne, il y a eu une large diffusion de *fake news*, notamment à propos de faux incidents de brutalité policière. Il y a eu certes quelques incidents avec la police, mais aussi beaucoup d'histoires inventées de toutes pièces et largement répandues sur l'Internet.

Nous avons beaucoup entendu ce terme. Je crois qu'il est important de prendre le temps de réfléchir à ce que l'expression *fake news* signifie vraiment, car en cherchant sur Internet, on constate qu'elle est largement utilisée, et, d'un côté, on constate que *fake news* fait désormais partie du vocabulaire politique. C'est probablement le président Trump qui l'a le plus distillée en s'en servant pour discréditer les médias traditionnels, qu'il traite de *fake news*. Souvent, nous créons de toutes pièces des informations sous forme de satire. Cela ne nous inquiète pas plus que ça. On constate également que des *fake news* peuvent tout simplement être le résultat d'un mauvais journalisme. Les journalistes font des erreurs. Les organes de presse font des erreurs. Les rédacteurs en chef font des erreurs. Tout cela peut aboutir à des *fake news*, mais elles sont en général rapidement rectifiées. Ce qui nous inquiète davantage, c'est l'autre volet, la propagation délibérée de fausses informations, généralement un récit sorti de son contexte et sciemment mal interprété en vue de lui donner une tournure différente, et ce à des fins bien spécifiques.

Quand on examine tous ces cas que je viens de citer, la campagne présidentielle américaine, la campagne du Brexit, la Catalogne, on constate en fait que la propagation de *fake news* n'est pas un simple accident sur la toile, mais fait habituellement partie intégrante des campagnes. Dans tous ces cas, il s'agit d'une stratégie visant à la mobilisation politique, et je dirais qu'il faut bien comprendre que ces *fake news* sont utilisées dans le cadre d'une stratégie de mobilisation politique. Vous pouvez demander, à juste titre, et nous pouvons tous nous le demander « Qu'y a-t-il de vraiment nouveau dans ces *fake news* ? » Voici un exemple de propagation de *fake news* qui nous vient de l'Europe médiévale : les juifs étaient accusés de tuer des enfants chrétiens, des accusations de meurtres rituels, et une image qui le montre, utilisée pour inciter à la violence, et aux pogroms contre les Juifs. Les *fake news* ont toujours existé, qu'y a-t-il donc de vraiment nouveau à cet égard ? Ce qui nous amène naturellement à ce dont nous avons discuté lors de

cette table ronde aujourd'hui. La révolution d'Internet, la révolution numérique, la propagation de l'Internet et des réseaux sociaux, tout cela nous a permis, à nous tous ici présents, de produire et de diffuser de l'information, deux fonctions qui étaient autrefois l'apanage de la radio, de la télévision et de la presse, ses traditionnels gardiens. Ces organes ont désormais perdu ce rôle central de principaux gardiens. À présent, quiconque est connecté à Internet peut utiliser Facebook, prendre des photos avec un smartphone, écrire des articles, les publier sur Internet, et les diffuser à ses amis et à son réseau. C'est précisément là que réside la nouveauté, et, dans le même temps, nous voyons que les médias établis traversent une crise liée à la baisse de leur chiffre d'affaires, comme l'a évoqué Steven tout à l'heure, et une crise de confiance à leur égard dans le monde entier. Les proportions ne sont pas partout les mêmes, certains pays font encore confiance aux médias d'information traditionnels. En Allemagne, la confiance est encore très forte, mais elle est beaucoup plus faible dans d'autres pays. C'est également un problème aux États-Unis, où la forte pénétration des médias sociaux, conjuguée à la défiance envers le système des médias établis, a réellement abouti au problème des *fake news* et à leur prolifération. Examinons le cas de l'Allemagne. D'après les données collectées lors d'une enquête que nous avons réalisée juste après les élections allemandes, il semblerait qu'en Allemagne, la défiance envers les médias existe, mais un groupe en particulier affiche une défiance très forte envers les médias allemands, c'est l'AfD, Alternative pour l'Allemagne. Il s'agit d'un nouveau parti résolument anti immigration, qui a remporté une victoire inattendue aux élections, avec plus de 12 % des votes au niveau national, et qui a fait son entrée au Parlement. Vous observerez parmi ses électeurs des pourcentages très élevés de personnes qui se défient des médias. C'est également le groupe qui sera le plus enclin à croire les *fake news* et qui les propagera le plus activement. Nous pourrions donc en déduire qu'en Allemagne, les *fake news* sont essentiellement utilisées dans un contexte de campagne électorale comme stratégie de mobilisation des électeurs de l'AfD. Que faire alors ? Faut-il réglementer ? Quelles sont les responsabilités éthiques des entreprises de réseaux sociaux ? Je terminerai par trois éléments qui ressortent de nos données et que nous pourrions explorer dans la discussion. Nous avons analysé l'engagement à l'égard des *fake news*, puis celui à l'égard de la démystification des informations, qui sont des correctifs. Ce qui ressort de façon régulière, maintenant que de nombreux médias essaient de rectifier les informations ou de démystifier les *fake news*, c'est que l'effet n'est pas aussi important que les sujets initiaux des *fake news*. Les *fake news* font l'objet de beaucoup plus d'attention et d'une adhésion beaucoup plus importante à leur égard sur les plateformes des réseaux sociaux. C'est le premier élément.

Le deuxième élément, c'est que beaucoup de *fake news* sont le résultat de ce que j'appellerais du mauvais journalisme ou de mauvais communiqués de presse, dont l'ambiguïté les transforme en *fake news*. Voici un autre exemple issu du contexte de la campagne électorale allemande, où, lors d'un incident, des bouteilles avaient été jetées sur la police allemande : le premier communiqué de presse faisait état d'un rassemblement de 1 000 jeunes qui jetaient des bouteilles sur la police. Un rapport des médias a ensuite transformé ces 1 000 jeunes en 1 000 émeutiers, puis des *fake news* sont apparues, faisant état de 1 000 jeunes émeutiers migrants jetant des bouteilles sur la police. C'est ce que l'on constate systématiquement. En cas de reportage ambigu ou de mauvais communiqué de presse, on en profite souvent pour donner une autre tournure aux événements et utiliser l'information à des fins politiques, en l'occurrence, pour rejeter la faute sur les migrants.

Enfin, ce qui ne fonctionne pas si bien, et nos données le montrent également, c'est la fabrication d'informations, des histoires complètement inventées. Le moyen le plus efficace d'arrêter cette situation est de publier immédiatement une contre-histoire sur les réseaux sociaux. Dans cette *fake news*, il semblerait qu'un ministre allemand d'une grande région avait déclaré que la police ne devrait pas parler de la criminalité des migrants, et qu'elle devait éliminer cette question. Dès que cette information est sortie, son cabinet a immédiatement publié une déclaration démentant avoir jamais tenu ces propos. Vous pouvez constater que sa contre-histoire a été largement partagée et que la *fake news* s'est avérée totalement inefficace. La réactivité est extrêmement importante lorsque des *fake news* circulent.

Les *fake news* et la désinformation sur Internet sont devenus des enjeux majeurs. Nous devons étudier plus attentivement ce problème si nous voulons mieux le comprendre. Proposer des solutions ne sera pas facile, car il nous faut éviter de nuire à la liberté d'expression. Il est donc particulièrement important que les gouvernements, les entreprises de réseaux sociaux et la société civile se regroupent pour se pencher sur ce problème. Sinon, la vérité et la confiance déclineront, et le potentiel de l'ère numérique ne se réalisera pas.

Steven ERLANGER

Stefan, merci beaucoup. Excellent exposé. Je dois dire que nous avons tous des équipes de vérificateurs de faits. Chaque fois que Donald Trump écrit un tweet ou un discours ou dit quelque chose, nos vérificateurs de faits évaluent : « C'est vrai, c'est faux ». Il semblerait que cela n'ait guère d'impact, car les gens semblent obtenir leurs informations en silos, et si vous ne croyez pas Trump, tout ce qu'il dit est forcément faux. C'est la nature de notre politique divisée en Amérique. On l'observe également en Grande-Bretagne, et dans beaucoup d'autres endroits, mais il est certain que les *fake news* peuvent aggraver la situation, et il semble évident que des groupes de pirates informatiques russes se sont employés à polariser les problèmes en Amérique avant les élections pour créer un malaise et des troubles. Je crois que c'était là l'un des aspects les plus fascinants de l'ingérence dans la campagne électorale américaine. Est-ce que cela a changé la donne ? Difficile de le savoir. Est-ce que cela a changé le résultat des élections ? J'en doute, mais cela a peut-être servi d'anticorps pour de futures élections. Nous verrons.