



Faut-il une loi sur les “fake news” ?

*A l'heure où le gouvernement veut légiférer sur les fausses informations, le sociologue et spécialiste d'internet **Antonio Casilli** explique comment elles se fabriquent, et révèle les dessous d'un marché mondial*

Par **ANTONIO CASILLI**

Après la victoire du Brexit au Royaume-Uni et avant même celle de Donald Trump aux Etats-Unis, le magazine britannique « The Economist » annonçait l'avènement d'une ère de la « post-vérité », la multiplication des *fake news* constituant une preuve flagrante de ce phénomène. D'origines et de natures diverses, ces fausses informations – dont beaucoup circulent sur internet – menaceraient la vie démocratique, au point que le gouvernement français a décidé

de faire voter une loi visant à limiter leur propagation. Si la notion de « fausse nouvelle » est déjà définie par la loi sur la liberté de la presse de 1881, la prochaine « loi de fiabilité et de confiance de l'information » donnera la possibilité au CSA d'interdire un média étranger qui diffuserait des *fake news*, obligera les plateformes numériques à plus de transparence sur les contenus sponsorisés, et permettra de saisir un juge des référés pour faire cesser la propagation ➔

SOMMAIRE

p. 95

“La menace, c'est l'Etat”

p. 96

Pourquoi la vérité n'est pas seulement l'exactitude

p. 98

Nos aïeux silencieux

➔ d'une fausse information. Mais des questions se posent : qui doit – et peut – délimiter les contours de la bonne information ? Connaît-on suffisamment bien les nouveaux modes de diffusion de l'information pour la contrôler ? A-t-on les moyens de ce contrôle alors même que ses acteurs sont des grandes plateformes étrangères ? Et au-delà, est-on sûr de vivre une période vraiment nouvelle ? « L'Obs » a demandé à trois intellectuels de réfléchir à un problème qui touche à la nature même du débat public en démocratie. Première contribution, celle d'Antonio Casilli.

XAVIER DE LA PORTE

Les colporteurs, d'après l'édition 1751 de l'« Encyclopédie », étaient « anciennement des gens de mauvaise foi qui rodoient de ville en ville, vendant & achetant de la vaisselle de cuivre, d'étain, & autres semblables marchandises ». Un peu marchands, un peu charlatans, ils vendaient du rêve sous forme de livres et de gazettes truffées d'histoires mêlant le monstrueux au prodigieux. Il serait aisé de tracer un parallèle historique entre la littérature de colportage et les *fake news* actuelles. L'Histoire pullule d'exemples de systèmes organisant la circulation d'informations non vérifiées. Citons les écrits apocryphes de l'Antiquité, qui entretiennent des similitudes avec les « faits alternatifs » et les théories complotistes actuelles, ou encore l'invention de la *dezinformatsiya* dans le « bureau spécial de désinformation » du KGB créé par Staline en 1923, et qui a servi de modèle à la production active d'ignorance et de confusion à des fins politiques. Mensonges et propagande ont toujours fait partie de la sphère publique.

A première vue, les traits distinctifs des *fake news* ne ressortent pas de manière évidente. Même en admettant que la propagation actuelle de rumeurs et contre-vérités s'inscrive dans un cadre culturel et technologique inédit, dominé par les médias numériques, la cause de cette confusion généralisée demeure inconnue. Est-ce la possibilité que le web offre à n'importe qui de publier n'importe quoi qui ébranle la capacité des citoyens à se forger une opinion éclairée ? Ou alors, comme le rappelle le chercheur Nikos Smyrnaio, serait-ce l'opinion largement partagée d'une presse soumise aux pouvoirs économiques et politiques qui pousse les publics à rechercher « une information "alternative", pour le meilleur et pour le pire » ? Quelle qu'en soit la raison, la perte de légitimité des médias traditionnels a créé un appel d'air pour la production de *fake news*. Mais contrairement à ce qu'on dit souvent, leur diffusion n'est pas le fait de hordes de « colporteurs numériques » venus répandre librement leurs fausses nouvelles. C'est bien la manière dont les grandes plateformes numériques, comme Google ou Facebook, ont décidé de sélectionner l'information qui pose problème.



Les modèles économiques des médias sociaux s'appuient sur des régies publicitaires comme AdSense et AdWords de Google ou Audience Network de Facebook, qui collectent et mettent à profit les informations personnelles de leurs usagers : historiques de navigation, listes d'amis, localisation géographique, visionnages de vidéos ou « J'aime » sur des photos constituent cette fameuse data que vont monnayer les Gafam [Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft]. Dès lors que les médias sociaux ont intérêt à retenir leurs abonnés le plus longtemps possible pour collecter davantage de données personnelles, ils finissent par mettre en place des incitations économiques qui favorisent les contenus sensationnalistes. Dans le jargon des annonceurs, les histoires outrancières

seraient plus *sticky*, plus « collantes ». Les contenus doivent émouvoir et polariser les opinions pour constituer une occasion de partage, d'engagement de l'attention, d'échanges entre amis et ennemis sur les médias sociaux – qu'importe leur degré de fiction. Cet intérêt pour l'attention des internautes pousse les producteurs d'information en ligne à se débarrasser des standards éthiques et des méthodes d'autorégulation qui avaient caractérisé le journalisme d'avant internet.

La ville de Veles, en Macédoine, en donne un exemple flagrant. Sans grande perspective d'emploi dans cette cité désindustrialisée, des jeunes ont mis en ligne des sites tels que TrumpVision365.com, USConservativeToday.com, DonaldTrumpNews.co, qu'ils ont utilisés comme base pour propager sur Facebook des millions de mèmes. Ces images cocasses ou choquantes, propageant des mensonges sur les adversaires politiques du candidat républicain, ont généré des flux de revenu publicitaire qui ont permis à ces adolescents, souvent en rupture scolaire, de joindre les deux bouts. Les modèles économiques des plateformes numériques ne favorisent pas tant la militance spontanée émanant de la base d'un parti, que des campagnes de propagande et de dénigrement montées de toute pièce. Les Américains les désignent par le néologisme *crowdturfing*, issu du terme anglais *crowd* (« foule ») et de la marque de gazon artificiel AstroTurf.

Mais l'artificialité du phénomène ne réside pas là où on le croit. Car ces contenus factices ne sont généralement pas créés par des « bots » – des agents automatiques, trop vite repérés par les filtres anti-spam des plateformes et par les usagers avec lesquels ils sont censés interagir. Les propagateurs sont en réalité des faux comptes animés par des êtres humains, qui la plupart du temps n'ont que faire de l'opinion politique des images ou textes qu'ils diffusent. Les faux followers, par exemple, sont créés par des internautes qui s'abonnent volontairement à une page, une chaîne, un compte en échange d'un micro-paiement. Vu que pour le reste, leurs comportements sont ceux d'usagers communs, il est difficile de les détecter. En outre, ils peuvent influencer les électeurs par leurs messages et comportements. Le *crowdturfing* vise à produire des vagues de trafic et de viralité de l'information qui servent à « amorcer la pompe ».

Les campagnes électorales à l'heure des grandes plateformes se basent donc sur des masses grandissantes d'influenceurs numériques qui se font passer pour des militants mais sont essentiellement motivés par l'appât du gain. Ce phénomène ne se résume pas à la production d'intox : l'interaction sociale qui accompagne les *fake news* est tout aussi importante que leur contenu. Il existe sur internet des plateformes de *crowdturfing* où l'on achète à prix cassé commentaires, partage et retweets de messages haineux ou diffamatoires. Moyennant des paiements d'à peine quelques centimes d'euro, les experts en marketing politique peuvent recruter des myriades d'ouvriers du clic pour assurer la circulation des *fake news*, ou les faire remonter dans le référencement des moteurs de recherche et dans les tendances émergentes des médias sociaux. Pendant la présidentielle française de 2017, le chercheur belge Nicolas Vanderbiest a pu détecter sur Twitter des réseaux d'influence nationaux (Patriosphère, Sens Commun, etc.) et internationaux (provenant des Etats-Unis, de la Russie, et même de l'Arabie saoudite), qui ont vraisemblablement acheté le travail de foules de faux militants pour mettre en avant les hashtags #MacronLeaks, #PenelopeGate, etc.

La majorité de ces ouvriers du clic opèrent depuis chez eux et sont recrutés sur des services en ligne tout à fait légitimes comme UpWork ou FreeLancer. Selon une étude de l'université de Santa Barbara, entre 70% et 95% des requêtes négociées sur certaines plateformes de microtravail (MinuteWorkers, ShortTask, MyEasyTask, MicroWorkers) consistent en la création de faux profils, faux avis, faux liens vers sites web, etc. L'origine géographique des acheteurs de clics (Etats-Unis, Canada et Royaume-Uni, mais aussi France, et Espagne) et celle des producteurs (Bangladesh, Pakistan, Népal, Indonésie, Sri Lanka, Inde, Kenya, Madagascar) reproduit des tendances globales de délocalisation de « sales boulots » vers des zones du monde où la force de travail est marquée par une forte vulnérabilité à l'exploitation. Partager des messages de haine, faire augmenter le compteur de visionnage d'une vidéo diffamatoire voire créer des profils qui s'abonnent au fil d'une personnalité de l'extrême droite xénophobe : voilà les tâches que ces travailleurs se voient proposer. Selon les révélations de Business Insider, en 2015 Donald Trump aurait acheté près de 60% des fans de sa page Facebook aux Philippines, en Malaisie et... au Mexique.

Les grands médias sociaux jouent un rôle extrêmement ambigu dans cette économie du clic. D'une part, Facebook et Google s'engagent depuis 2016 dans des remaniements réguliers de leurs algorithmes de référencement et de ciblage publicitaire afin de corriger les biais qui ont permis aux *fake news* de se répandre et ils s'adonnent depuis toujours à des « purges » de faux profils, voire procèdent les utilisateurs ayant recours aux plateformes de *crowdturfing*. Mais, d'autre part, le réseau de Mark ➡

➔ Zuckerberg semble fonctionner grâce à des mécanismes d'achat de visibilité qui entretiennent de nombreuses similitudes avec le fonctionnement des usines à faux clics.

Entre 2012 et 2014, des experts ont mené des expériences à partir de pages-appâts conçues pour attirer des lecteurs. Tous arrivent à la même conclusion : l'essentiel des profils ayant partagé leurs contenus ont des comportements suspects, ils sont fans de milliers de marques et de personnalités politiques disparates situées en Inde comme en Amérique du Nord. Autre conclusion de ces expériences : ces faux clics ne sont pas un détournement mais bien le résultat de la politique commerciale de Facebook... Facebook ne vend pas directement du clic, mais propose à ses usagers de « booster leurs publications », voire d'en augmenter la visibilité moyennant un petit paiement. Or selon ces mêmes experts, ce visionnage vendu par Facebook provient des mêmes pays en voie de développement. C'est ainsi que le *crowdturfing* chassé des profils reviendrait par la fenêtre de la publicité. Cela redimensionne considérablement les prétentions d'authenticité de l'information qui circule sur ces réseaux. La distinction entre expression politique « artificielle » et « vraie conviction » devient floue. Sans vouloir entrer dans les

ANTONIO CASILLI
est sociologue.
Chercheur au Centre Edgar-Morin (EHESS), il enseigne les humanités numériques à Télécom ParisTech. Auteur de plusieurs ouvrages (dont « les Liaisons numériques » au Seuil), il travaille en particulier sur la notion de *digital labor*.

débats philosophiques sur « ce qu'est la vérité », il nous faut admettre une chose : les *fake news* mettent à mal la possibilité de s'entendre sur la réalité même d'une action politique bien informée, indépendante des logiques commerciales et dans laquelle les intermédiaires politiques et culturels opéreraient de manière transparente.

Toute intervention législative sur les *fake news* qui manquerait de prendre en compte ces aspects serait destinée à l'échec. Au lieu de cibler exclusivement les petits dealers de mal-information, il est nécessaire de se concentrer sur leurs mandataires et sur les infrastructures techniques qui rendent possible leur action. Il faudrait par exemple établir l'obligation, pour les formations politiques, de publier un « bilan numérique » faisant état des dépenses et de la nature de leur marketing politique sur internet, de façon à les décourager d'effectuer des opérations clandestines à base de marchandage de clics. Tout comme les médias audiovisuels adoptent une règle d'égalité du temps de parole des candidats pour garantir le pluralisme, il est urgent de s'assurer que les partis politiques n'obtiennent pas subrepticement du « temps de cerveau » supplémentaire en achetant des tweets, des « like » et des contenus viraux lors des campagnes.

Mais la responsabilité informationnelle des organisations politiques doit se conjuguer avec un renouvellement des modèles économiques des médias sociaux numériques, qui ont reposé jusqu'à présent sur l'expropriation des données personnelles de leurs usagers à des fins publicitaires et sur la mise en place de longues chaînes de sous-traitance de tâches informationnelles vers des pays dits « du Sud ». C'est non seulement leur viabilité économique, mais aussi leurs admissibilités politique et éthique qui doivent être aujourd'hui questionnées. Une dernière recommandation politique concerne alors la défense des droits des travailleurs du clic, non pas pour normaliser le système du *crowdturfing* mais pour s'en affranchir. Le respect des normes internationales du travail, la garantie pour ces travailleurs d'une rémunération équitable et de conditions de travail décentes – bref la possibilité de résister au chantage au travail à la micro-pièce – constituerait un levier de négociation qui leur permettrait de refuser de contribuer au système des *fake news*. Reconnaître le travail invisible de ces ouvriers du clic et les doter de méthodes pour se protéger et pour faire entendre leurs voix, est aussi – et avant tout – un enjeu de citoyenneté globale. ■





“La menace, c’est l’Etat”

Le plus grand producteur de “fake news” n’est pas celui qu’on croit, répond à “l’Obs” l’historien **Emmanuel Todd**, qui s’inquiète des tendances autoritaires au sommet du pouvoir

Propos recueillis par **MARIE LEMONNIER**

Le gouvernement français a annoncé une « loi de fiabilité et de confiance de l’information » pour lutter contre les “fake news”. Qu’en pensez-vous ?

Je suis très inquiet. Ce qui me frappe dans la période actuelle, alors que nous sommes censés vivre l’apothéose de la démocratie libérale après l’effondrement des totalitarismes, c’est le rétrécissement des espaces d’expression et de la liberté de pensée.

La liberté, depuis le Moyen Age, s’est d’abord définie contre l’Eglise et puis contre l’Etat. Dire que l’Etat va assurer la liberté d’expression, c’est un oxymore historique ! Et je suis plus particulièrement inquiet pour la France, en tant qu’historien, parce qu’elle est ambivalente dans son rapport à la liberté : elle est à la fois l’une des trois nations qui ont construit la démocratie libérale, avec l’Angleterre et les Etats-Unis, et le pays de l’absolutisme de Louis XIV, de Napoléon I^{er} et Napoléon III, de Pétain et de l’ORTF.

Or nous sommes en train de vivre une désintégration des partis et de la représentation politique. Les groupes culturels et idéologiques antagonistes qui assuraient un pluralisme structurel de l’information (le PC, l’Eglise, le socialisme modéré, le gaullisme...) ont implosé. Le pluralisme n’est donc plus assuré et les médias représentent de plus en plus une masse indistincte. Typiquement le genre de situation dans

laquelle l’Etat peut émerger comme une machine autonome et se mettre au-dessus de la société, pour la contrôler. La séparation des pouvoirs est de moins en moins assurée. La menace que je vois se dessiner ce n’est donc pas celle des *fake news*, mais celle de l’autoritarisme de l’Etat et son autonomisation en tant qu’agent de contrôle de l’opinion. Il sera d’autant plus autoritaire sur le plan de l’information qu’il s’avère impuissant sur le plan économique : la société est bloquée, avec son taux de chômage tournant autour de 10%, et de plus en plus fragmentée en groupes qui se renferment sur eux-mêmes (les Corses, les habitants de Neuilly, autant que les musulmans).

Les Gafam, qui sont désormais des véhicules majeurs de l’information, ne représentent-ils pas eux aussi un danger ?

Que les Gafam ne paient pas les impôts qu’ils devraient, qu’ils aient des stratégies monopolistes, oui, bien sûr. Mais je ne crois pas que ces moyens d’échange entre individus, par ailleurs extraordinaires quant à leur capacité à faire circuler l’information, soient les puissances occultes qu’on nous décrit. Ce que je sais en revanche, c’est qu’il y a des pays où l’accès à internet est contrôlé, comme la Chine, un Etat semi ou post-totalitaire où la police est reine.

Attirer l’attention sur les Gafam, c’est détourner l’attention de l’acteur majeur et producteur principal de *fake news* dans l’histoire, qu’est l’Etat. Parce que nous sommes en économie de marché, les Français surestiment le libéralisme intrinsèque de leur société et ils sous-estiment la puissance de désinformation de l’Etat. La guerre d’Irak a pourtant commencé par des *fake news* qui venaient de l’Etat américain sur les armes de destruction massive en Irak, avec Colin Powell qui agitait son petit flacon devant le conseil de sécurité de l’ONU...

C’est l’Etat qui a la puissance financière, l’avantage de la continuité, le monopole de la violence légitime : s’il y a bien un producteur de *fake news* à contrôler c’est l’Etat. Et l’Etat de son propre pays, pas les Etats extérieurs. Le principe fondateur de la démocratie libérale, c’est, en effet, que si la collectivité doit assurer la sécurité du citoyen, le citoyen doit être protégé contre son propre Etat.

En outre, les fausses nouvelles, les délires et les rumeurs mensongères, c’est l’éternité de la vie démocratique. Et l’idée même de la démocratie libérale, c’est de faire le pari que les hommes ne sont pas pour toujours des enfants. Contrôler l’information, c’est infantiliser le citoyen.

De quoi une loi sur les “fake news” est-elle le nom ?
Au fond, ce débat évoque des classes dirigeantes en grande détresse intellectuelle. Comme elles ne comprennent plus la réalité qu’elles ont elles-mêmes créée, le comportement des électeurs, Trump, le Brexit..., elles veulent interdire. Non content d’avoir le monopole de la violence légitime, l’Etat voudrait s’assurer le monopole des *fake news*. ■

Historien et anthropologue, **EMMANUEL TODD** travaille notamment sur l’histoire des structures familiales et leur influence sur les sociétés contemporaines (le tome I de « l’Origine des systèmes familiaux » a été publié en 2011 chez Gallimard). Il a récemment fait paraître « Qui est Charlie ? » (2015) et « Où en sommes-nous ? » (2017), aux éditions du Seuil.

Pourquoi la vérité n'est pas seulement l'exactitude

*Propager de fausses informations pour sa cause, mentir au moyen du vrai, mêler le vraisemblable et le factuel, voilà les ruses des idéologues. Comment formuler alors une idée juste pour produire un effet authentique? C'est tout **le problème de la gauche***

Par **SLAVOJ ŽIŽEK**, philosophe

Jacques Lacan écrivait que la jalousie d'un mari trompé est toujours pathologique, y compris lorsque sa femme passe son temps à le cocufier. Le besoin d'être dévoré par la jalousie, comme seul moyen de conserver sa dignité, et même son identité, est pathologique en lui-même. On pourrait dire, en suivant ce raisonnement, que l'antisémitisme des nazis était profondément pathologique, lui aussi, et qu'il l'aurait également été si leurs accusations avaient été fondées. Car il leur permettait de refouler sa véritable raison, au fondement de leur idéologie entière. A leurs yeux, la société allemande était une totalité organique d'une cohésion extrême. Il était donc impératif que des intrus y fissent irruption pour expliquer ses antagonismes comme ses divisions.

Il en va de même aujourd'hui des populistes et de leur façon de traiter le « problème » des réfugiés. Ils jouent sur les peurs, revendiquent la lutte contre l'islamisation de l'Europe, en ne faisant aucune différence entre les terroristes et les réfugiés qui les fuient, en taisant le fait évident que l'immense majorité d'entre eux ne cherche désespérément qu'à mener une vie meilleure. Là encore, on fait d'une figure d'intrus censée incarner une menace extérieure la cause de problèmes qui doivent, en vérité, être imputés au capitalisme global. C'est ici qu'entrent en jeu les *fake news*, qui ne sauraient se résumer à de la simple inexactitude. Lorsque ces *fakes* restituent (au moins en partie) correctement les faits, ou certains d'entre eux, ils n'en sont que plus redoutables. Les racistes et les sexistes ne sont pas dangereux parce qu'ils mentent : ils le deviennent absolument lorsqu'ils présentent leurs mensonges sous la forme de faits (en partie) vrais.

Hélas, la réaction progressiste de gauche au populisme anti-migrants n'est pas meilleure. Les populistes comme les progressistes de gauche adeptes du politiquement correct pratiquent en fait deux formes complémentaires de mensonge, qui recourent la distinction classique entre hystérie et névrose obsessionnelle : un hystérique dit la vérité sous les dehors d'un mensonge (ce qu'il dit est littéralement non vrai, mais le mensonge en lui-même vient exprimer, dans une forme fautive, une authentique revendication), alors qu'une personne atteinte de névrose obsessionnelle affirme une vérité,

mais une vérité qui sert un mensonge. Les populistes comme les progressistes de gauche ont recours aux deux stratégies. Tout d'abord, ils propagent de fausses informations lorsqu'il s'agit de servir la Vérité supérieure de leur cause. Aux yeux des fondamentalistes religieux, par exemple, il est justifié de « mentir pour Jésus ». Il est ainsi permis, afin d'empêcher l'avortement, de diffuser des prétendues « vérités » scientifiques sur ses risques médicaux et la vie du fœtus. On soutiendra aussi, pour mieux prôner l'allaitement, que ne pas donner le sein à son enfant cause le cancer. Les populistes hostiles aux migrants propagent sans le moindre scrupule des histoires non vérifiées de viols et autres crimes soi-disant commis par les réfugiés, des histoires censées conférer de la « crédibilité » à leurs stratégies de la peur. Bien trop souvent, les progressistes de gauche procèdent de même : ils passent sous silence les différences bien réelles entre les « modes de vie » de

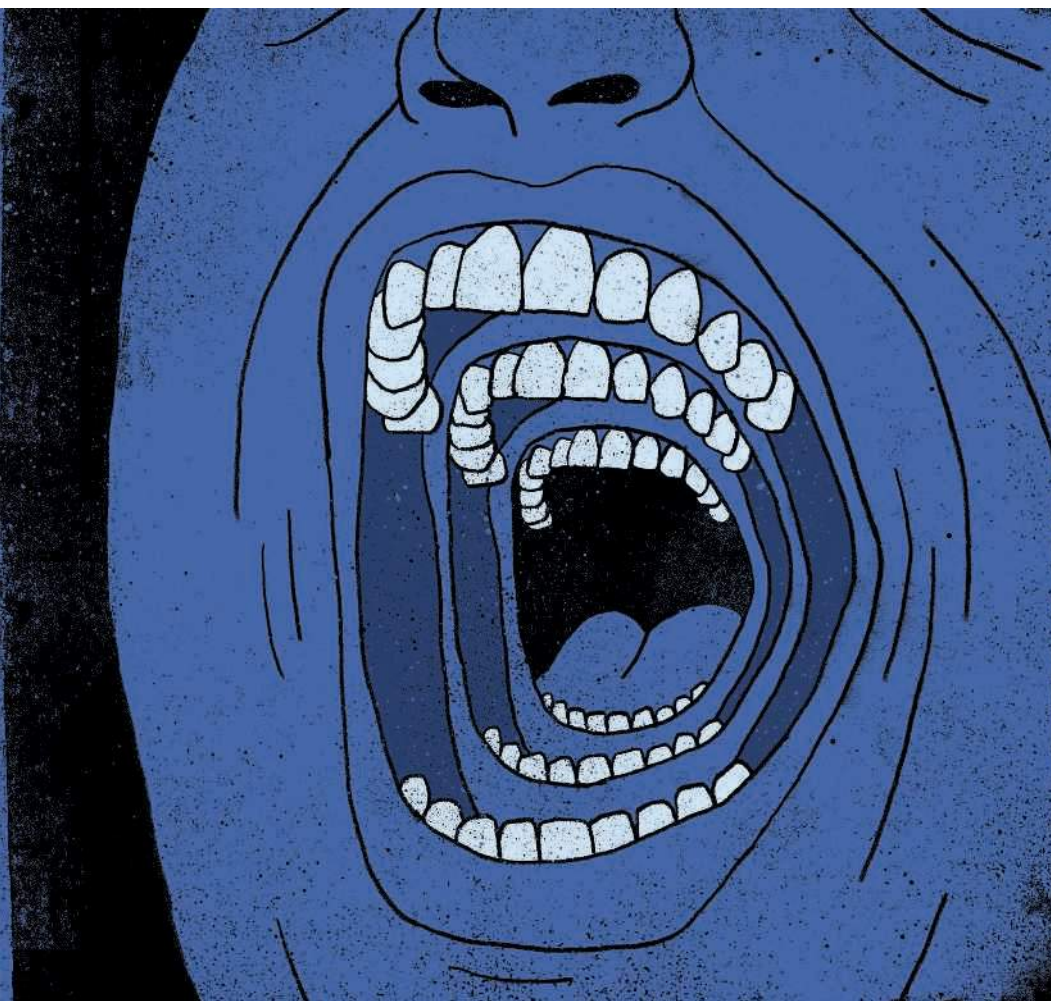
ces réfugiés et ceux des Européens, puisque les évoquer pourrait être considéré comme de l'eurocentrisme. Rappelons-nous ce qui avait été découvert au Royaume-Uni, à Rotherham, il y a trois ans : plus d'un millier de jeunes femmes issues de milieux défavorisés y avaient été violées systématiquement par un gang de Pakistanais, les pouvoirs publics ayant fermé les yeux de crainte d'être accusés d'islamophobie...

La stratégie opposée – consistant à mentir sous les dehors de la vérité – est aussi largement pratiquée par les deux camps. Les popu-

listes ne propagent pas seulement de fausses informations : ils utilisent aussi, avec ingéniosité, des informations en partie vraies afin de nimer d'une aura de véracité leurs mensonges racistes. Mais, comme l'a relevé la philosophe Alenka Zupančič, les adeptes du politiquement correct pratiquent eux aussi, sur le même mode, cette stratégie consistant à « mentir au moyen du vrai » : dans leur combat contre le racisme et le sexisme, ils « avancent », le plus souvent, « des choses exactes mais qui en viennent néanmoins, d'une manière ou d'une autre, à se révéler fausses ». Alors que les populistes font en sorte que les sentiments de frustration et de fragilisation éprouvés par les populations soient dirigés vers un ennemi venu de l'extérieur, la gauche progressiste politiquement correcte a recours, elle, à ses affirmations vraies (par exemple, son affirmation de

Né en 1949, influencé par Hegel, Marx et Lacan, le philosophe slovène **SLAVOJ ŽIŽEK**

est l'une des principales figures de la pensée radicale contemporaine européenne. Dernière publication en français : « La Nouvelle Lutte des classes. Les vraies causes des réfugiés et du terrorisme », chez Fayard.



sont-ils pas l'étoffe même de la Ruse de la raison ?

Peut-on imaginer un exemple plus terrifiant d'« humour objectif » que celui du stalinisme, de ce retournement horriblement comique des grands espoirs émancipatoires en violence terroriste autodestructrice ? En ce sens, Staline ne fut-il pas le plus grand blagueur du xx^e siècle ? Et la liberté de choix individuelle ne serait-elle pas elle aussi, à notre époque, une vaste blague dont la vérité profonde résiderait dans la situation désespérée d'un travailleur précaire ? Dans la mesure où l'ère stalinienne produisit pour le principal, sur le plan culturel, des blagues politiques, il est tentant, une nouvelle fois, de paraphraser Brecht : existe-t-il vraiment une blague antistalinienne à la hauteur de cette énorme blague que fut la politique stalinienne elle-même ? Ou, pour prendre un exemple très contemporain : que représentent vraiment les meilleures blagues visant Trump comparées à cette énorme blague qu'est la politique telle qu'envisagée et pratiquée par lui ? Si un comédien, il y a deux ans, avait préféré sur scène les propos que tient désormais Trump quotidiennement, sa prestation aurait été considérée comme relevant de la blague outrée non réaliste. Trump est donc déjà sa propre parodie, ses initiatives étant étrangement et outrageusement plus distrayantes que la plupart de ses parodies.

vouloir expurger du langage tout élément sexiste ou raciste) pour mieux réaffirmer sa supériorité morale et, ce faisant, empêcher tout véritable changement socio-économique.

Bien sûr, il n'y a pas de symétrie parfaite entre eux : la cause de la gauche – celle de la justice et de l'émancipation – est fondamentalement la bonne, alors que la cause des populistes, qui est celle de l'inégalité et du racisme, est en elle-même fautive. Le problème auquel a affaire la gauche est le suivant : comment formuler la vérité ? Est-il suffisant de l'associer à l'exactitude factuelle ? Et si l'humour, ou l'exagération comique, était – au moins dans certaines circonstances – le seul moyen de formuler une vérité qui ne soit pas seulement une vérité factuelle mais qui génère aussi un effet authentiquement subjectif ? Non pas un simple humour subjectif, non pas une simple posture consistant à se moquer d'autrui et affirmer ainsi sa supériorité, mais ce que Hegel appelait l'« humour objectif », cet humour inscrit dans le tissu de la réalité même. Nos sociétés ne sont-elles pas traversées de part en part par des antagonismes, travaillées par des retournements comiques ? La liberté se fait terreur, l'honneur genuflexion – et de tels renversements ne

Combien de fois les médias progressistes n'ont-ils pas annoncé que Trump venait de se faire prendre la main dans le sac ! Les très arrogants commentateurs progressistes ont été choqués du peu d'efficacité de leurs attaques, aussi acerbes qu'incessantes ; choqués de constater que, loin de le déstabiliser, elles contribuaient sans doute à consolider sa popularité. C'est qu'ils n'ont rien compris aux ressorts de l'identification : le plus souvent, nous nous identifions aux faiblesses d'autrui, et pas seulement ni même principalement à ses forces. Plus on se moque des limitations de Trump, plus les gens ordinaires s'identifient à lui et perçoivent les attaques le visant comme des dénigrements condescendants les visant eux aussi. Alors que ses partisans se sentent en permanence humiliés par la posture paternaliste des élites libérales, le message subliminal des vulgarités de Trump est le suivant : « Je suis l'un de vous ! »

Pour dire efficacement la vérité à notre époque démentielle, il n'est pas suffisant de rendre compte des faits avec exactitude : il importe aussi de restituer ces retournements proprement déments qui font des faits autant d'éléments d'une vaste mauvaise blague. ■

Texte recueilli par Marie Lemonnier et traduit de l'anglais par Frédéric Joly.