NOUVEAUX MÉDIAS, VÉRITÉ ET VRAISEMBLABLE

Les médias informent-ils ou nourrissent-ils un imaginaire collectif ? La fiction n'emprunte-t-elle pas au réel ? Comment une histoire, un fait divers, une information peut-elle devenir crédible ? Quelle est la part de subjectivité dans notre accueil et notre propagation de l'information ?

Les **croyances collectives** semblent être des nécessités pour faire société. L'effet Mandela[1], par exemple, nous rappelle que la mémoire humaine est malléable, et parfois collectivement inexacte. Mais que cela résulte d'un besoin de reconnaissance sociale puisque sa malléabilité vient du fait qu'elle est influencée par d'autres. La création de faux souvenirs est un biais de mémoire qui va de pair avec une altération de la mémoire et un biais de confirmation (tendance à privilégier les informations qui confirment nos croyances préexistantes, tout en ignorant ou rejetant celles qui les contredisent). Les médias peuvent participer activement à enclencher ces biais. Le drame de la Bête du Gévaudan (1764-1767)? **Fig. 1**, est l'un des premiers cas où ils ont joué un rôle important dans la diffusion à grande échelle d'un événement choc. Les autorités locales ont utilisé la presse pour rassurer la population, en relatant les actions menées pour capturer la bête, celle-ci étant devenue un symbole des dangers extérieurs et des forces mystérieuses menaçant l'ordre social. En 1938, **Orson WELLES**, a provoqué la panique et l'effroi parmi un grand nombre d'Américains en jouant sa pièce radiophonique La guerre des mondes, **Fig. 2** <https://www.allocine.fr/video/player_gen_cmedia=19553698&cfilm=237555.html>. Si les auditeurs ont été aussi crédules, c'est parce que la diffusion, interrompant une émission musicale, se présentait comme un bulletin d'information, sans prévenir qu'il s'agissait d'une fiction. D'autres part, les tensions internationales – montée du nazisme, armement massif des pays… – étant déjà présentes, le public anxieux était susceptible de croire à une catastrophe imminente. De plus, la radio, en tant que média audio, sollicitait fortement l'imagination : l'absence d'image laissait le cerveau interpréter les sons comme une réalité immédiate.

Fig. 1

Fig. 2

À CROISER AUSSI AVEC ::: Frederick Arthur BRIDGMAN, Un après-midi à Alger (1885-95) ::: Ilya Iossifovich KABAKOV, L'homme qui s'est envolé dans l'espace depuis son appartement… (1985) :::

L'imagination de celui ou celle qui voit ou écoute joue un rôle fondamental dans l'invention d'une fiction narrative. Comme le montre **Chris MARKER** dans son film Lettre de Sibérie (1957), **Fig. 3** <https://youtu.be/x0NZZdZPSkw?si=6T-Wt-Zlkvh1mURA> un texte différent associé aux mêmes images leur confère un sens différent, allant ici jusqu'à nous faire accepter des préjugés. L'artiste s'inspire d'un biais cognitif appelé l'effet KOULECHOV (du nom de son théoricien, 1921), lequel désigne la propension d'un plan à influer sur le sens du plan qui lui succède dans le montage, avec en retour l'influence de ce plan sur le sens du précédent, une « contamination sémantique » à double direction. Cela revient à penser qu'**inventer une histoire, revient à combiner des faits existants**. **Joan FONTCUBERTA** et **Pere FORMIGUERA** mettent cela en œuvre dans leur installation Fauna secreta (1985-89), **Fig. 4** <https://tube-numerique-educatif.apps.education.fr/w/k4pYpHxx1fkYNNc8c7VMPq>. Cette mise en scène digne d'un musée d'Histoire Naturelle, avec son contexte institutionnel et l'hypertrucage inspiré de légendes, de figures mythologiques et de documents scientifiques en apparence authentiques, dévoile un canular artistique à propos d'espèces animales découvertes par un scientifique farfelu, dont la physionomie irait à l'encontre des théories de l'évolution de DARWIN. Il dit à propos de son Oeuvre : « *Le fake pratiqué par les artistes ou par les activistes politiques n'aspire pas à tromper mais à montrer les mécanismes de la tromperie […] le monde des images est plus important que les images du monde* ». De nombreux médias sont investis dans Fauna, notamment la vidéo, pastichant un documentaire, où les acteurs incarnent l'autorité du savoir ou de la pensée (scientifiques, politiques, religieux) et débattent de la morale de ce bestiaire insolite. Le fait que la vidéo soit présentée comme un support d'information[2] et non comme un médium d'expression artistique confirme, pour celui ou celle qui la regarde, sa véracité.

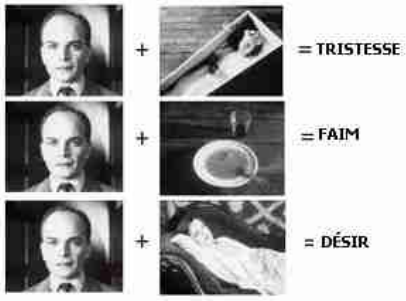

Fig. 3

Fig. 4

À CROISER AUSSI AVEC ::: Ismaël JOFFROY CHANDOUTIS, Goldberg's Variations (2025) :::

C'est ce même canal et cette même stratégie qui sont employés par les fake news[3]. **Bill POSTERS** & **Daniel HOWE**, dans Big dada (série Veridical Fakes) (2019) <https://vimeo.com/360996797?

1 <https://fr.wikipedia.org/wiki/Faux_souvenirs>

2 *« La notion de nouveaux médias qualifie des œuvres faisant appel à des technologies de l'information dans leur processus de réalisation ou comme supports de création (vidéo, informatique, etc.)* <https://mediation.centrepompidou.fr/education/ressources/ENS-nouveaux-medias/ENS-nouveaux-medias.html>

3 Fake news : désinformation, fausse information créée / diffusée intentionnellement. False news : mésinformation, fausse information véhiculée

share=copy> ont utilisé l'intelligence artificielle pour faire dire à des célébrités ce qu'elles ne disent pas, mais pourraient penser tout bas. Ainsi, Kim KARDASHIAN se livre « *Quand il y a tant de détracteurs, je ne m'en soucie vraiment pas, car leurs données m'ont rendu riche au-delà de mes rêves les plus fous* » ; ou Mark ZUCKERBERG, de nous dire « *Imaginez ceci un instant. Un seul homme avec le contrôle total des données volées de milliards de personnes. Tous leurs secrets, leurs vies, leur avenir. […] celui qui contrôle les données contrôle l'avenir* ». Notre habitude de zapper[4] d'une vidéo à une autre ne nous laisse plus le temps nécessaire pour avoir un regard critique sur la véracité des informations. La saturation informationnelle génère de l'ignorance.

***À CROISER AUSSI AVEC ::: *** *Marcel DUCHAMP, Fontaine (1917) ::: Sarah CHARLESWORTH, Herald Tribune (1977) ::: Andy BICHLBAUM et Mike BONANNO, The Yes Men (2005)* <https://dai.ly/x8a2hby > :::

Les données associées à des usagers d'internet sont brassées, collectées, et réemployées à des fins instrumentales ou idéologiques. L'identité et la vie privée des internautes en sont fortement affectées. Certains artistes se demandent si l'on peut dresser un **portrait à partir de données personnelles**. L'article Marc L***, parue sur le magazine Le Tigre (2009) <http://www.le-tigre.net/marc-l.html> et écrit par **Raphaël MELTZ** commence ainsi, « *Bon anniversaire, Marc. Le 5 décembre 2008, tu fêteras tes vingt-neuf ans. Tu permets qu'on se tutoie, Marc ? Tu ne me connais pas, c'est vrai. Mais moi, je te connais très bien. C'est sur toi qu'est tombée la (mal)chance d'être le premier portrait Google du Tigre. Une rubrique toute simple : on prend un anonyme et on raconte sa vie grâce à toutes les traces qu'il a laissées, volontairement ou non sur Internet.* » Il s'agit en vérité d'une biographie (récit de la vie d'une personne, de manière plus ou moins chronologique, avec des dates, des lieux, des faits, les amis, le parcours professionnel et personnel...) plus que d'un portrait (description d'une personne mettant en avant ses traits physiques, psychologiques et sociaux). Cet article, en médiatisant un individu ordinaire, fait écho à la prédiction d'**Andy WARHOL**, en 1968, « *À l'avenir, chacun aura droit à 15 minutes de célébrité.* » D'un autre côté, elle nous avertit des conséquences sur notre « vie privée » du fait de laisser tant de données personnelles sur la toile, si un individu bien ou mal intentionné, ou un algorithme élaboré selon des intérêts mercantiles ou politiques vient un jour à les utiliser. Le collectif **AES+F** s'interroge, quand à lui, sur notre capacité à projeter des préjugés, des récits fictifs sur autrui. « *Suspects (1997),* **Fig. 5**, *présente dans un espace rouge circulaire une galerie de portraits, quatorze adolescentes russes. Parmi elles, sept ont commis un crime et le public est invité à distinguer les coupables des innocentes. […] Les photographies des sept criminelles ont été prises dans un centre de détention provincial de Russie. Les sept autres jeunes filles sont des étudiantes moscovites photographiées en studio. […] En outre, le spectateur ne saura jamais définitivement quelles jeunes filles sont les meurtrières et lesquelles ne le sont pas.* »[5] Les artistes plongent le public dans le doute. L'envie de juger « au faciès », à partir de simples photos, le place dans une position moralement inconfortable. Le jugement envers autrui ne peut s'empêcher de confondre l'apparence identitaire d'une personne à son récit de vie (le portrait est lié inextricablement à la biographie), pour le pire comme le meilleur…

Fig. 5

On peut parler également, pour l'article Marc L*** d'**identité numérique**, en prenant l'identité comme l'ensemble des caractéristiques qui font qu'une personne est ce qu'elle est, qui la définissent en tant qu'individu ou membre d'un groupe. L'œuvre Summer (2013) <https://art.teleportacia.org/olia/summer/> de **Olia LIALINA**, est un GIF la représentant en train de faire de la balançoire, mis en ligne sur Internet. Mais derrière la légèreté du jeu et de l'autoportrait naïf, il y a tout un réseau. L'artiste a demandé à ses ami·e·s d'héberger chacun·e un photogramme de cette courte animation, ce qui a pour conséquence que le mouvement n'est rendu possible que parce que chaque image s'enclenche depuis un serveur quelque part sur la planète. En faisant le tour du monde sur sa balançoire, Olia LIALINA revisite également la définition d'identité : alors qu'elle est souvent vue comme quelque chose de fixe, immuable, définitif, formant des stéréotypes, elle est ici fluide, se construit tout au long de la vie et selon les rencontres que nous faisons. Dans Human Synth (2021), **Fig. 6** <https://www.instagram.com/p/CbsZhIjjaIq/?utm_source=ig_web_button_share_sheet>, les données issues de réseaux sociaux (notamment Twitter) sont collectées et permettent à l'artiste **Mika TAJIMA** d'analyser les émotions collectives de la population d'une ville en direct. « *Les données identifiées comme sentiments sont rendues visibles sous la forme évolutive d'un nuage de fumée numérique, dont la teinte et la vitesse expriment les changements collectifs de tendances affectives. Si la fumée invoque d'anciennes pratiques divinatoires (la capnomancie), elle donne ici forme à un contrôle immatériel des émotions fondé sur l'usage d'algorithmes prédictifs et la collecte massive de données des utilisateurs, pour connaître en temps réel, anticiper, voire façonner les comportements collectifs du réseau Internet.* »[6] Là aussi, les sources hétérogènes permettent de personnifier une ville, de lui attribuer des états émotionnels à partir d'écrits anodins laissés par des milliers d'internautes, et, en filigrane, d'utiliser la science, la technologie et les statistiques pour façonner l'identité poétique d'une cité.

Fig. 6

***À CROISER AUSSI AVEC ::: *** *Pierrick SORIN, Nantes, Projets d'artistes (2001)* <https://vimeo.com/23809075> ::: *Les œuvres de Ghita SKALI* <https://ghitaskali.com/> :::

par erreur par manque de vérification ou autre motif.

4 Patrick LE LAY, alors président-directeur général du groupe TF1, avait en 2004 fait ouvertement cet aveu à propos des programmes audiovisuels de la chaîne : « *Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible* »

5 < https://www.navigart.fr/lesabattoirs/artwork/aes-f-suspects-270000000001834/note/1072>

6 < https://www.spectacles-selection.com/archives/expositions/fiche_expo_R/reseaux-mondes-V/reseaux-mondes-P.html >