



XAVIER DESMAISON

Président du cabinet de conseil antidox
Co-auteur du "Bûcher des vérités", avec Guillaume Jubin (2019, Hermann)

Quelles stratégies dans un monde de fake news ?

Le coronavirus a été fabriqué dans le laboratoire P4 de Wuhan. Manger de l'ail ou s'enduire d'huile de sésame le tue. Certains laboratoires pharmaceutiques, déjà détenteurs du vaccin, attendent le développement de la pandémie afin de rentabiliser leurs investissements. Autant de fake news, rumeurs, théories du complot, qui pullulent sur les réseaux sociaux. L'OMS s'est employée à la déconstruction de ce qu'elle a nommé une « infodémie ». Elles circulent, tels des virus mentaux, participant à décrédibiliser les autorités sanitaires et à aggraver la crise de confiance ambiante.

Ne pensez pas être immunisé contre les fake news, nous pouvons en être les victimes passives, mais aussi contribuer à les propager, parfois même sans le savoir. Ne pensez pas non plus qu'elles s'arrêtent à la frontière de l'entreprise. Parce que nous avons désormais tous le même pouvoir que des médias, sans en avoir nécessairement la déontologie, et parce que plus rien ne permet de distinguer aisément entre vérité et mensonge, entre vérité et fausseté. Aucune boussole, aucun critère, aucune norme ne l'emporte plus. Chacun pense, plus ou moins consciemment, qu'il « n'y a pas de connaissance objective, mais seulement des interprétations du réel », pour reprendre la formulation du sociologue Raymond Boudon. Nous assistons à un gigantesque « bûcher des vérités », allusion détournée en référence au titre du roman de Tom Wolfe, l'histoire de ce golden boy pris dans un de ces incendies médiatiques auxquels l'actualité nous a dorénavant habitués : hystérisation des débats, montée aux extrêmes des opinions, prolifération des « fake news », rejet des élites métropolitaines, tentation d'une violence déchainée... Pas une semaine ne se passe sans que l'un de ces bûchers ne soit allumé pour une idole adulée ou de simples anonymes. C'est le retour de la

*Une seule recette, salutaire :
ne pas chercher à plaire à tout le monde
mais viser la cohérence.*

radicalité dans tous les domaines : le champ politique, le champ religieux mais aussi le champ économique avec l'exaltation de la « disruption ». Puisqu'il n'y a plus de norme pour trancher les débats, c'est donc le plus radical, le plus violent, celui qui parle le plus fort qui l'emporte. Le bûcher des vérités, c'est notre civilisation toute entière, « Fille du Feu » sous la menace d'un burn-out global. Le tissu social des organisations risque de s'y consumer et de réduire en cendres la crédibilité de la parole des dirigeants et de l'encadrement. Comment lutter contre les fake news internes aux organisations ? Comment réguler les grandes controverses sociales qui s'imposent aux entreprises, qu'il s'agisse de militants radicaux, de salariés grimant leur « blackface », ou de membres de la « Ligue du Lol » ? Quelle peut être la réponse de l'entreprise, prise entre deux écueils : apparaître comme un censeur juridiquement illégitime ou s'abstenir au risque d'être emportée par la polémique ? Comment faire face à une crise sanitaire sans précédent ?

Une seule recette, salutaire : ne pas chercher à plaire à tout le monde mais viser la cohérence. Notre époque est à la recherche de vrais leaders, capables de reconstruire des certitudes et des horizons désirables. Ils doivent définir la personnalité et la vision de leur organisation, et rassembler les publics internes et les parties prenantes au sein de communautés de valeurs. Ils doivent s'assurer que chacun ait les informations lui permettant d'adopter les comportements adaptés à un contexte incertain. C'est la première des responsabilités éthiques de l'entreprise. ●