

100
QUESTIONS/RÉPONSES



LA DÉSINFORMATION

Entre fake news, propagande et autres :
comment se repérer et lutter contre elle ?

Olivier Favry



INTRODUCTION

Croyez-vous au chaos, généré par le jeu des émotions, la manipulation des images, du raisonnement, de l'argumentation ? Quelqu'un vous fait douter de tout. Certes, c'est le propre de l'homme de douter. Mais où s'arrête le doute quand des vérités scientifiques incontournables sont battues en brèche ? Pourtant, la vérité existe ; on peut s'appuyer sur des faits vérifiés pour déchiffrer, analyser, comprendre un phénomène et l'accepter.

Ce n'est pas si simple. Les enjeux autour de la désinformation sont d'une telle ampleur avec les réseaux sociaux et la montée en puissance de l'intelligence artificielle, qu'il est effrayant de voir les ravages des différentes formes de pratiques et de techniques qui visent à influencer, dans un sens ou dans un autre, l'opinion publique. Comment les citoyens d'États démocratiques peuvent-ils être des cibles aussi faciles à atteindre par ce qu'on appelle les *fake news* ?

La désinformation est une galaxie. Toutes les disciplines y sont représentées. Le cerveau humain est avide d'absorber une information simple, véhiculée sans garde-fous, prétexte à moins penser avec raison, sans passer par les phases classiques du rationalisme, ou même d'y associer l'empirisme, cette théorie philosophique d'après laquelle toutes nos connaissances viennent de l'expérience.

La désinformation, c'est un peu comme l'image d'un enfant qui, s'amusant à déconstruire un jouet, serait ensuite incapable de le reconstruire sans comprendre la logique initiale qui le fait fonctionner. Le principe de désinformation est à peu près le même : si vous prenez des faits et des éléments d'information et que vous les déconstruisez, une fois que vous en avez retiré la logique, leur reconstruction fallacieuse les rend contraires à la vérité. Les faits restent les mêmes, mais la compréhension, l'interprétation initiale sont perdues.

Contrairement aux enfants, les personnes à l'origine des *fake news* modifient intentionnellement l'information pour l'adapter à leur propre logique. Il est donc très difficile de distinguer le vrai du faux, surtout lorsque l'information a été modifiée et répétée plusieurs fois par des canaux différents, souvent à grande vitesse. Il en résulte une confusion telle que la paresse intellectuelle prend le dessus.

Les jeunes sont particulièrement exposés à la désinformation. Ils consomment beaucoup de contenus rediffusés sur les réseaux sociaux, en manquant parfois de clés de compréhension et de recul pour interpréter les informations reçues. Dans ces conditions, il est difficile pour eux de décrypter les intentions de l'émetteur.

Selon une étude du Massachusetts Institute of Technology (MIT) parue dans la revue *Science* en 2018, les fausses nouvelles parviendraient à se répandre plus largement que les autres, en exploitant des émotions fortes, comme la peur, la colère et le dégoût. Comment lutter contre nos émotions, dès lors qu'elles contribuent à alimenter la désinformation ? Une partie de la réponse est dans ce livre, destiné à tous les publics. Il apporte une vision d'ensemble, synthétique, non exhaustive mais constituant un socle, un outil pour se protéger des dérives qui peuvent aboutir, hélas, aux accidents de l'Histoire.

I. L'UNIVERS DE LA DÉSINFORMATION

La désinformation est un ensemble de pratiques et techniques de communication visant à influencer l'opinion publique en diffusant volontairement des informations fausses ou biaisées. Désinformer, c'est donc communiquer sciemment une information fallacieuse dans le but de tromper les lecteurs, les téléspectateurs, les auditeurs et les internautes.

Cette « information » est problématique car elle est inexacte, imprécise, mensongère, attribuée de manière inappropriée ou carrément fabriquée, incohérente et subjective. Comme l'explique Caroline Jack (*Lexicon of Lies: Terms for Problematic Information*, 2017), « l'intentionnalité et l'exactitude peuvent être particulièrement difficiles à analyser dans le contexte des médias en réseau, de l'accélération des cycles d'information et du déclin de la confiance dans les institutions sociales. Or, les terminologies utilisées de longue date peuvent ne pas décrire ces nouvelles complexités ».

Plusieurs autres définitions académiques peuvent être utiles pour comprendre ce qu'est la désinformation. Pour Walter Lippmann (1889-1974), c'est un « simple transfert d'information qui comporte en lui-même une transformation de l'information initiale » et aboutit à une « fabrication du consentement ». Ce processus, cette dynamique, est, pour Vladimir Volkoff (1932-2005), une « manipulation de l'opinion publique, à des fins politiques, avec une information traitée par des moyens détournés ». Que ce soit pour « brouiller la connaissance, désorienter le jugement, égarer la décision » (François Géré) ou « créer la confusion dans l'opinion publique » (Roland Jacquard), « la désinformation consiste à propager délibérément des informations fausses en les faisant apparaître comme venant de source neutre ou amie pour influencer une opinion et affaiblir un adversaire » (François-Bernard Huyghe).

En fait, il n'existe pas de définition universellement acceptée de la désinformation. Aucune définition ne se suffit à elle-même, tant les contextes, dans lesquels la désinformation peut survenir, sont variés et complexes, comme le processus électoral, la santé publique, les conflits armés ou le changement climatique.

Cette complexité est due à l'évolution de l'information durant l'ère numérique. Les dernières décennies ont été marquées par des transformations techniques rapides qui ont complètement bouleversé la façon dont les gens interagissent, communiquent et accèdent aux informations sur le monde. Ces informations pouvant voyager dans le monde entier en quelques secondes, ils ont désormais accès à l'intégralité des connaissances humaines.

On parle aussi de désinformation lorsque des faits sont délibérément noyés dans une masse d'informations pour être banalisés, ou au contraire répétés avec insistance pour en exagérer l'importance, présentés sous un angle fortement favorable ou défavorable, ou encore omis, niés ou falsifiés. La fausse nouvelle, publication qui imite la structure d'un article mais qui comprend des renseignements erronés, est un exemple de désinformation (*Grand dictionnaire terminologique*, Office québécois de la langue française).

Les leurrex qui étaient utilisés par les chasseurs néolithiques pour attirer les troupeaux témoignent de la précocité du recours à la désinformation.

Que ce soit en Asie ou, à la même période, durant l'Antiquité gréco-romaine, « les rares traités de stratégie qui nous soient parvenus montrent l'extrême importance accordée à la désinformation de l'adversaire, de manière à l'épuiser moralement et à le conduire sur de fausses pistes. La phase proprement militaire, courte et décisive, se résumant à faire tomber un fruit déjà mûr » (François Géré, 2011).

L'emploi de la ruse est illustré par l'épisode du cheval de Troie relaté par Homère dans *L'Odyssée* (VIII^e siècle av. J.-C.). Dans la culture populaire, l'expression « cheval de Troie » désigne les dons qui s'avèrent être des pièges pour ceux qui les reçoivent. De même, en informatique, un cheval de Troie désigne un type de programme malveillant, invasif et parfois destructeur, souvent porté soit par un logiciel sous licence et protégé, modifié par des hackers pour en faire cadeau à la communauté numérique, soit par certains gratuiciels (*freeware*) tout aussi véreux.

Les premières techniques de désinformation sont décrites dans *L'art de la guerre* de Sun Tzu (VI^e siècle av. J.-C.). Pour remporter la victoire, explique ce général chinois, ce qui compte, c'est de savoir démoraliser l'ennemi afin qu'il se rende ou cède la place le plus rapidement possible. D'où l'objectif ultime de sa stratégie : vaincre l'ennemi sans même se battre.

La désinformation est née avec l'information. L'invention de l'imprimerie au XV^e siècle et les améliorations successives apportées aux techniques d'impression durant les XVIII^e et XIX^e siècles (presses à bras, puis mécaniques et rotatives), ont rendu la diffusion de l'information beaucoup plus large, ce qui a permis aussi celle des fausses nouvelles. Durant la Révolution française, la désinformation vise la reine Marie-Antoinette et, selon l'historien américain Robert Darnton, ces ragots ont certainement contribué à l'exécution de la souveraine le 16 octobre 1793.

Au XX^e siècle, l'invention de la radio et de la télévision offre un nouveau terrain de jeu aux faussaires de l'information. En 1938, Orson Welles (1915-1985) met en scène un canular d'anthologie sur les ondes de CBS,

en adaptant si bien le roman de science-fiction *La Guerre des mondes* de H.G. Wells, que l'annonce d'un débarquement des Martiens sur la côte Est des États-Unis, crée un vent de panique chez les auditeurs. En vérité, selon le sociologue Dominique Cardon, cette soi-disant « hystérie de masse » a été « littéralement fabriquée par la presse écrite de l'époque, qui reprochait notamment à la radio d'aspirer tous les revenus publicitaires ».

Cet exemple est intéressant car il montre qu'une manipulation peut en entraîner une autre. Tout dépend de la mise en scène adoptée et de l'intention des auteurs, fussent-ils artistes ou journalistes. On peut citer d'autres exemples plus récents de désinformation : le faux chantier de Timisoara (1989) ou la fausse enquête du journaliste Claas Relotius (2018) qui, après avoir remporté de nombreux prix pour ses articles, a été reconnu responsable de nombreuses falsifications.

L'explosion des réseaux sociaux (Mark Zuckerberg, 2004) a initié un mouvement d'une ampleur phénoménale, comparable aux conséquences de l'invention de Gutenberg. Les rumeurs, assorties de photos retouchées, sont parfois alimentées de faux témoignages ou d'informations non vérifiées. Lors de la campagne du Brexit, en 2016, le matraquage, sur les réseaux sociaux, avec un hashtag dédié, d'un chiffre lourdement exagéré de la contribution hebdomadaire de la Grande-Bretagne à l'Union européenne, a poussé les électeurs britanniques à voter, à 51,89 %, pour le retrait de leur pays de l'UE.

L'émergence de sites réactionnaires ou fascistes donne lieu à des commentaires islamophobes, révisionnistes, homophobes et sexistes qui accusent les médias traditionnels de cacher ou travestir la vérité au nom du « politiquement correct ». La désinformation provient de cette parole débridée où la peur et l'indignation sont nourries par les algorithmes.

La propagande est un ensemble de techniques de persuasion mises en œuvre pour propager, par tous les moyens disponibles, une opinion ou une idéologie. Ces techniques sont exercées sur une population afin de l'influencer, voire de l'endoctriner. Elle se caractérise par une manipulation mentale qui mélange sciemment l'information et l'opinion, afin d'éliminer le pluralisme des points de vue et d'empêcher l'exercice de l'esprit critique. La propagande peut utiliser la publicité car cette dernière vise à façonner des choix, des modèles de société, des opinions et des comportements. (Wikipedia)

En temps de crise et surtout de guerre, les belligérants (étatiques ou non-étatiques) usent souvent de propagande pour servir leurs intérêts. Le terme « propagande » est devenu péjoratif durant la première moitié du xx^e siècle. Lors de la Première Guerre mondiale, les États engagés dans le conflit abusaient du contrôle de l'information et du « bourrage de crâne » (propagande outrancière). Sous le Troisième Reich, l'existence d'un Bureau de la propagande dirigé par Joseph Goebbels a contribué à renforcer l'image négative de ce terme après 1945.

Dans son livre *Propagande* (1928), Edward Bernays (1891-1995) explore la psychologie en tant que moyen utilisé pour la manipulation des masses et l'utilisation de la symbolique de l'action et de la propagande pour influencer la politique, afin de provoquer des changements sociaux. Considéré comme le père de la propagande moderne, Bernays suggère que la propagande peut devenir plus efficace à travers la découverte des motivations cachées du public. Il affirme que la réponse émotionnelle intrinsèquement présente dans la propagande, limite la capacité de choisir de l'auditoire par la création d'une mentalité binaire, ce qui peut entraîner des réponses plus rapides et plus enthousiastes. Le conseiller en relations publiques (propagandiste) utilise tous les moyens de communication possible pour faire porter une idée à l'opinion.

Dans son roman *1984*, George Orwell décrit les mécanismes de la propagande. Ses personnages évoluent dans un régime totalitaire où le langage est corrompu par des manipulations politiques, et l'Histoire constamment réécrite pour adapter le passé aux objectifs politiques du moment. Exemples : l'Allemagne nazie, l'URSS et la Russie de Vladimir Poutine, la Chine populaire depuis 1949.

Les universitaires classifient la propagande en trois types :

1. Propagande politique, économique, religieuse et militaire :

Pour cette propagande qui poursuit des objectifs variés, le but est d'aiguiller les attentes de l'opinion publique et de modifier les actions des personnes ciblées. La censure peut être utilisée pour supprimer des informations que le pouvoir souhaite cacher. Elle peut même entraîner l'autocensure, les citoyens ne se sentant plus en sécurité dans cet environnement oppressant. Lors d'une guerre, la propagande vise à déshumaniser l'ennemi et susciter la haine, en contrôlant la représentation que s'en fait l'opinion publique.

2. Propagande blanche, noire ou grise :

Pour les militaires, la propagande peut être classée selon sa source. La « propagande blanche » se réfère à une source d'information ouvertement identifiée. La « propagande noire » se réfère à une source d'information opérant sous une fausse identité. La « propagande grise » se réfère à une source d'information intentionnellement occultée, alors que son identité peut être inférée.

3. Propagande sociologique :

La guerre psychologique a donné naissance à la propagande sociologique, définie en 1962 par Jacques Ellul (1912-1994) comme un « processus d'inculcation des normes et valeurs dominantes par lequel une société intègre ses membres ». Cette manipulation collective, au caractère « plus vaste, plus incertain, idéologique, diffus, inconscient et spontané », et « que l'on répugne à désigner sous le terme de propagande dans nos démocraties pluralistes », agit « en douceur, par imprégnation ». En partie non intentionnelle, « elle s'exprime par la publicité, le cinéma commercial, les relations publiques, la technique en général, l'éducation scolaire, les services sociaux... »

Qu'est-ce qui différencie la désinformation des autres termes ?

Alors que la mésinformation fait référence à la diffusion accidentelle d'informations inexactes, la désinformation est non seulement inexacte, mais vise principalement à tromper et est diffusée dans le but de causer un préjudice grave. Elle peut être diffusée par des acteurs étatiques ou non-étatiques, peut affecter un vaste éventail de droits fondamentaux, saper la réponse des politiques publiques, et amplifier les tensions en période d'urgence ou de conflit armé.

La mésinformation se distingue de la qualité du journalisme et de la circulation d'informations fiables, conformes aux normes et à l'éthique professionnelles. En bref, c'est une information fausse, mais la personne qui la diffuse pense qu'elle est vraie.

L'UNESCO identifie trois causes permettant la diffusion de la mésinformation :

1. l'effondrement des modèles commerciaux traditionnels : la baisse des recettes publicitaires entraîne une baisse des budgets, d'où une réduction du contrôle de la qualité des informations ;
2. la transformation numérique des salles de presse et des narrations : la préparation des contenus pour de multiples plateformes limite la capacité des journalistes à interroger correctement les faits ;
3. la création de nouveaux écosystèmes : les utilisateurs des plateformes de médias sociaux créent leur propre « réseau de confiance » ou « chambres d'écho » au sein desquelles des contenus inexacts, faux, malveillants et propagandistes peuvent se répandre.

La mal-information est une information qui se fonde sur la réalité, mais qui est utilisée pour porter préjudice à une personne, une organisation ou un pays. Dans un court essai intitulé *La mal-information : Plaidoyer pour une refondation de l'information* (2003), François Heinderyckx montre les effets pervers de la croissance exponentielle des sources et supports d'information observée dans le monde occidental. Claire Wardle désigne sous le nom de « mal-information » les informations exactes mais sélectionnées et communiquées dans l'intention de nuire.

Que l'on ait affaire à la mésinformation, à la mal-information ou à la désinformation, la vérification des faits est au cœur de la stratégie de lutte contre ces trois phénomènes. Ils alimentent la polarisation politique et ont un impact sur une pléthore de droits fondamentaux, notamment le droit à la liberté d'expression, à l'égalité et à des élections libres et équitables. Dans tous les cas, il s'agit de comprendre le désordre informationnel, les « troubles de l'information », particulièrement depuis que nous sommes entrés dans l'ère numérique, pour mieux les combattre.

La désinformation revêt différentes formes. On en recense huit, leur but commun étant d'instiller le doute dans les esprits, à défaut de l'adhésion au contenu que la désinformation véhicule.

1. La propagande (question 3).

2. Le « faux » :

L'utilisation de faux documents et/ou de faux témoignages est courante dans l'Histoire de la désinformation. Au Moyen Âge, la fausse donation de Constantin a permis au pape Sylvestre I^{er} de se prévaloir de territoires et de privilèges sur la base d'un document apocryphe. Pendant l'affaire Dreyfus, le colonel Henry falsifie des documents et en crée de toutes pièces, comme le fameux « faux Henry », pour accabler indûment Alfred Dreyfus. Au début du xx^e siècle, la propagande russe rédige puis publie les *Protocoles des Sages de Sion* pour prouver que les Juifs avaient mis au point un programme pour anéantir la chrétienté et dominer le monde. Ce texte antisémite sera repris par les nazis et, plus récemment, par les intégristes musulmans. L'argumentaire de lancement de la seconde guerre du Golfe en 2003, mentionnait des « preuves », introuvables, de l'existence d'armes de destruction massive en Irak. Chaque fois, des faux documents sont présentés par les instigateurs comme authentiques, dans le but de désinformer leurs cibles.

3. Les infox (*fake news*) :

Pour sembler vraisemblables, ces fausses nouvelles imitent le style journalistique et révèlent leurs sources afin d'éviter les démentis.

4. Les sondages :

Les limites méthodologiques des sondages peuvent être utilisées à des fins de désinformation : les biais d'échantillonnage, les « effets de halo » (distorsion de la perception qui affecte la manière dont les gens interprètent les informations concernant une personne sur laquelle ils se sont formés une impression positive globale) et de cadrage (formulation des questions), ainsi que l'impossibilité théorique de calculer une précision lorsqu'on ne dispose pas d'une base de recensement, rendent leurs résultats brouillés.

5. Les canulars informatiques :

Propagées sur Internet, ces fausses nouvelles sont tellement nombreuses qu'elles ont provoqué l'émergence de sites de référence sur les rumeurs (Hoaxbuster.com, etc.). Ces sites permettent de vérifier des informations qui peuvent s'avérer trompeuses.

6. Les rumeurs :

La rumeur (question 18) est une nouvelle qui se répand dans le public, dont l'origine est inconnue ou incertaine et la véracité douteuse. Elle offre parfois une explication simplifiée de certains problèmes de société, ses explications se limitant souvent à la désignation d'un responsable (ou plutôt d'un bouc émissaire), avec une « raison » fausse mais que, pour cause de préjugés, on a envie de croire. Dans les milieux économiques, des rumeurs peuvent artificiellement faire monter ou baisser le cours des actions. Pour susciter l'adhésion, la rumeur doit être plausible, être une histoire racontée comme vraie mais non vérifiée. Nouvelle informelle avec une source anonyme, la rumeur n'est pas forcément fausse : elle se caractérise par le fait que l'information va à l'encontre de l'information officielle. En 2022, selon Mandiant, cabinet de conseil en cybersécurité américain, un groupe gouvernemental pro-chinois (connu sous le nom de Dragonbridge) s'est fait passer pour des militants écologistes sur des plateformes de médias sociaux, dans le but de saper les producteurs de terres rares aux États-Unis et au Canada.

7. La partialité :

Denis McQuail (1935-2017), théoricien britannique de la communication, distingue quatre types de partialité : partialité volontaire et ouverte (cas du journalisme engagé, de l'éditorialiste), partialité volontaire et masquée (cas du journalisme de propagande), partialité involontaire et ouverte (cas des journalistes s'intéressant à un type de nouvelles), partialité involontaire et masquée (cas du journalisme empreint d'idéologie).

8. Les informations d'apparence scientifique :

Dans son livre *Santé, science, doit-on tout gober ?* (2017), Florian Gouthière liste un certain nombre de « sources », plus ou moins fiables, aux informations et affirmations en circulation sur le marché de l'information scientifique ou médicale. Il en recense trois qui renvoient à des situations de désinformation : les études

scientifiques frauduleuses, les canulars, les articles de presse et publi-rédactionnels renvoyant à des sources imaginaires ou intentionnellement surinterprétées. Les études non soumises à l'évaluation par les pairs, ainsi que les pseudo-sciences ou pseudo-médecines (question 66), nourrissent, elles aussi la désinformation.

Une plateforme numérique est un espace virtuel qui, contrairement aux sites web, joue un rôle d'animation et de mise en avant des différents contenus ou services qu'elle ne produit pas. En plus d'être une interface technique de mise en relation, elle organise, classe et hiérarchise les différents contenus présents pour les présenter aux utilisateurs. Sa puissance d'intermédiation entre plusieurs parties est tellement dense qu'elle peut clairement influencer l'activité économique d'un secteur de marché entier.

À la fois éditeurs et hébergeurs, les plateformes numériques génèrent un effet de réseau qui se produit lorsque l'utilisation d'un bien ou service par de nouveaux utilisateurs, augmente sa valeur aux yeux des utilisateurs déjà existants.

Certes, les plateformes ont développé leurs mesures de lutte contre les manipulations de l'information, suite aux critiques qui leur ont été adressées. Ces mesures sont classées selon six catégories (Jean-Baptiste Jeangène Vilmer, Alexandre Escorcía, Marine Guillaume, Janaina Herrera, *Les Manipulations de l'information : un défi pour nos démocraties*, 2018) :

1. sensibiliser l'utilisateur aux risques et enjeux des manipulations informationnelles :

Exemples : publication sur Facebook de guides expliquant les bonnes pratiques à avoir sur les réseaux sociaux, amélioration de l'interface permettant de régler le degré de visibilité des données personnelles ;

2. Améliorer la détection des manipulations de l'information :

Exemples : annonce par Twitter (ancien nom de X) de la suppression de 50 000 comptes « liés aux interférences russes », opération de nettoyage par Instagram, en 2014, de 300 millions de comptes. D'autres mesures, prises notamment avec le gouvernement américain, visent à créer une base de données commune listant les faux comptes et répertoriant les stratégies développées par les trolls pour éviter de se faire repérer. L'apport de l'intelligence artificielle (IA) est indispensable pour détecter et supprimer les faux comptes, parfois même avant leur mise en ligne ;

3. endiguer la diffusion et l'impact des campagnes de manipulations informationnelles :

Outre les mesures techniques visant à accélérer le retrait de contenus jugés problématiques, les plateformes s'appuient sur la modération humaine (recrutement d'employés supplémentaires chez Facebook en 2017) pour vérifier et parfois supprimer des contenus jugés douteux, susceptibles notamment d'entraîner des violences. Les plateformes optimisent aussi les mécanismes de signalement grâce à la participation des internautes, tout en développant des outils de détection des fausses informations ;

4. réguler et coopérer :

Facebook et Google ont associé étroitement la société civile et les médias dans la lutte contre les manipulations de l'information, notamment lors des campagnes présidentielles américaine (2016) et française (2017), et législatives allemandes (2021) ;

5. promouvoir les bonnes pratiques et les acteurs institutionnels :

Les plateformes actualisent l'algorithme de hiérarchisation des références ou encore le blocage des sites qui n'indiquent pas leur pays d'origine, et détectent les sources habituelles de désinformation (sites conspirationnistes, sites se présentant comme institutionnels et relayant de fausses informations). *A contrario*, elles valorisent les contenus jugés fiables en offrant la possibilité aux éditeurs de ces derniers, de partager des informations sur les politiques de vérification des faits qu'elles ont mises en place. Enfin, elles promeuvent les articles des médias institutionnels ;

6. analyser les mécanismes des campagnes de manipulations informationnelles :

Les plateformes collaborent avec le monde de la recherche (Facebook/Université de Stanford) et participent au financement d'initiatives visant à développer une meilleure prise de conscience des enjeux éthiques (Google).

Pourtant, selon le journaliste Thomas Huchon, auditionné par le Sénat au printemps 2024, les modèles économiques des plateformes ont pour conséquence de favoriser la désinformation et il faudrait les considérer comme des médias à part entière afin de les soumettre à la loi de 1881 sur la liberté de la presse. En effet, d'une part, elles diffusent

de l'information, d'autre part, elles hiérarchisent et éditorialisent les informations, enfin elles gagnent de l'argent en le faisant. Le dispositif actuel lui paraît trop permissif.

Pour de multiples raisons (culturelles, économiques, techniques), les plateformes préfèrent la coopération informelle avec les autorités et les médias, plutôt que la régulation, et elles ont peur d'être qualifiées d'éditeurs. Début 2025, Mark Zuckerberg (P.-D.G. de Meta) a opéré un revirement spectaculaire en décidant de supprimer le *fact-checking* sur ses plateformes (question 89).

Amplification socionumérique de la désinformation (Stéphanie Lukasik, Alexandra Salou, 2023), la « réinformation » relève d'une information d'actualité manipulée, diffusée et produite en fonction d'une idéologie. C'est une désinformation subtile qui provient d'un « procédé de manipulation ambivalent, tout en alimentant un sentiment de défiance vis-à-vis des médias », brouillant ainsi les frontières de l'information aux yeux du public. La particularité de cette manipulation est d'imiter des sites de médias d'information pour désinformer.

La « réinformation » se réclame d'une démarche qui se veut journalistique. Son vocabulaire médiatique entremêle ligne éditoriale d'opinion et d'actualité. Ce nouvel écosystème informationnel confronte les journalistes, ces derniers n'étant plus les seuls à diffuser de l'information. À l'encontre de la vérité, la rigueur, l'exactitude, l'intégrité, l'équité et l'imputabilité, qui composent l'ensemble de la déontologie du journalisme, la « réinformation » constitue donc une nouvelle forme de désinformation. À partir de contenus produits par des journalistes, elle leur confère une nouvelle identité de sens. La mise en forme des faits, sous un titre différent de l'article initial (notamment avec le procédé copier-coller-couper), permet d'apporter une autre information au public. Dans la temporalité des réseaux numériques, la « réinformation » est difficilement décelable pour les usagers-récepteurs, enfermés dans des « bulles de filtre » selon l'expression d'Eli Pariser (2011, *The Filter Bubble : What the Internet Is Hiding from You*).

Quelles sont les raisons de l'attachement à la « réinformation » ? La méfiance à l'égard des médias traditionnels, critiqués pour leur manque de représentativité et de pluralisme. La réappropriation de l'information séduit certains usagers, jusqu'à créer dans leur esprit un engouement devenu viral. À la recherche d'informations alternatives, ils considèrent qu'un certain nombre de sujets sont insuffisamment traités par les médias, les journalistes manquant d'indépendance dans le choix des thèmes.

La notion de « réinformation » est popularisée sur Internet par des sites d'extrême droite ou conspirationnistes. Ces sites se nomment eux-mêmes « sites de réinformation », concept d'extrême droite, théorisé par

Henry de Lesquen. Le site Égalité & Réconciliation d'Alain Soral, essayiste qui défend des idées antisémites, négationnistes, conspirationnistes et homophobes, est le plus lu.

Selon Frédéric Bastien (*Journal de Montréal*, professeur à l'Université de Montréal et ancien journaliste à l'AFP au Canada), au lieu de traiter un sujet *a posteriori* comme c'est le cas dans le *fact-checking*, les journalistes pourraient se saisir en amont de sujets qui préoccupent les individus et les aborder de la manière la plus qualitative possible en respectant la déontologie et l'éthique journalistiques, ce qui permettrait de mieux réguler la désinformation.

Les fausses rumeurs et la désinformation représentent depuis longtemps une menace mondiale pour la liberté et la démocratie. Mais aujourd'hui, le péril est devenu plus grand encore, car les plateformes numériques décuplent la vitesse de propagation des campagnes de diffusion de fausses informations. Dans ces conditions, la désinformation est omniprésente, polarise l'opinion publique, promeut l'extrémisme violent et les discours haineux.

Les manipulations de l'information sont universelles. Elles préoccupent les sociétés civiles et les gouvernements d'un grand nombre d'États, sur tous les continents. L'amplitude de cette désinformation est telle qu'en raison des manipulations multiformes, chaque cas est différent et taillé sur mesure pour une communauté ciblée, ce qui nécessite une réponse calibrée, laquelle n'empêche pas l'irruption d'autres ingérences. Provenant de l'intérieur comme de l'extérieur de l'État visé, d'une entité étatique ou non étatique, la désinformation sévit partout.

Les racines du problème sont multiples. Dès 1921, l'historien Marc Bloch écrivait, dans un article analysant la prolifération des fausses nouvelles durant la Première Guerre mondiale : « L'émotion et la fatigue détruisent le sens critique ». Miroir de la « conscience collective », la désinformation se nourrit de la paresse intellectuelle (question 82) face à la puissance de la technologie, capable d'exploiter les terres de la psychologie sociale et nos failles cognitives. « Nous avons tous tendance à privilégier les informations qui confirment nos hypothèses, nous confortent dans nos positions, et ne heurtent pas nos sensibilités : ce phénomène psychologique est communément appelé “biais de confirmation” » (Jean-Baptiste Jeangène Vilmer, Alexandre Escorcias, Marine Guillaume, Janaina Herrera, 2018).

Autre cause individuelle ayant des conséquences sur les masses : la crise épistémologique. Même dans les milieux universitaires, il existe des contrefaçons, lesquelles engendrent une « contre-connaissance » trahissant les critères conventionnels de la preuve, de la cohérence et de la recherche des faits. Nuisible pour toutes les communautés, cette désinformation détourne le doute cartésien au profit du doute

systematique, sur lequel prolifère le complotisme. Sans compter l'irrationalité alimentée par la remise en cause de la science traditionnelle.

Les causes collectives peuvent être rangées en trois catégories.

1. La crise de confiance dans les institutions :

Plusieurs enquêtes internationales montrent que la désinformation est à la fois une cause et un symptôme de la crise de la démocratie, incarnée par une abstention croissante aux élections et une défiance à l'égard des élus, voire une remise en cause des valeurs démocratiques et libérales. Rejet des élites, polarisation identitaire, subversion et détournement des institutions démocratiques, crise globale de la communication politique menant à une désinformation concernant des régimes autoritaires et/ou des mouvements anti-libéraux, considérés comme des recours possibles.

2. La crise de la presse :

Le modèle économique des plateformes (question 6) a renforcé la crise de la presse traditionnelle, notamment en bénéficiant du transfert d'une partie des revenus publicitaires, d'abord vers la télévision, puis vers Internet. Aujourd'hui, l'essor des médias sociaux est tel que dans leur sillage, le pouvoir « égalisateur » permet à n'importe qui de diffuser des informations qui ne respectent pas les normes journalistiques.

3. La désillusion numérique :

Comparé aux deux premières innovations techniques, l'imprimerie puis les médias de masse, Internet connaît une accélération spectaculaire. Les réseaux sociaux concentrent les trois quarts du trafic web, et le développement exponentiel des plateformes numériques accroît le risque de désinformation : surabondance d'informations, nombre de vecteurs disponibles pour diffuser la fausseté proportionnel aux milliards d'utilisateurs, grande précision de la segmentation et du ciblage de la population (les jeunes étant les plus vulnérables), coût dérisoire de l'édition et de la diffusion, enfin, le fait que sur la toile il n'y a pas de frontières. D'où la propagation à toute vitesse de fausses histoires...

Les plateformes numériques, en particulier les réseaux sociaux, jouent un rôle majeur dans la viralité des contenus, que ces derniers soient conformes à la vérité ou intentionnellement mensongers. Les algorithmes ne sont pas conçus pour trier le vrai du faux, mais pour choisir, classer, hiérarchiser, cibler les informations susceptibles de capter l'attention d'un maximum d'utilisateurs. Plus un utilisateur passe son temps sur une plateforme, plus celle-ci obtient et affiche des encarts publicitaires qui lui permettent d'augmenter ses recettes. Les algorithmes, qui déterminent les fils d'information des utilisateurs, sont optimisés pour mettre en avant des messages percutants et provoquant des réactions émotionnelles fortes. Une sorte de « prime » à l'émotion et à la controverse, laquelle incite l'utilisateur à prolonger sa connexion. C'est pourquoi les *fake news* les plus outrancières bénéficient d'une large diffusion.

Tandis que les plateformes s'enrichissent, le coût des infox en termes de pertes boursières, de risque pour la santé publique, d'atteinte à l'image des marques et de dépenses de campagnes électorales est estimé à 78 Mds\$ (Philippe Testard-Vaillant, Charline Zeitoun, 2022).

Durant la campagne présidentielle américaine de 2016, le recours à de faux profils contrôlés depuis des « usines à trolls » (internauts malfaisants) comme l'Internet Research Agency (IRA) établie à Saint-Petersbourg, et proche de la politique menée par le Kremlin, a fait des ravages par sa communication agressive déversant des propos fallacieux sur les réseaux sociaux. Relayée par des comptes semi-automatisés (bots), capables d'interagir avec des personnes réelles, cette désinformation se déploie sur Internet, « galaxie du bien et du mal ». Elle peut faire croire à un vaste mouvement citoyen venu de la base, ce qui conduit ensuite à une amplification du phénomène.

Pour autant, les informations fiables se répandent aussi, parfois même beaucoup plus vite selon le chercheur en sciences cognitives (CNRS) Hugo Mercier. L'incertitude est le terreau fertile des rumeurs. Pour y mettre fin, il faut donner des explications avec des sources fiables. Avec son équipe, il a montré que les grands médias, systématiquement

surveillés par le *fact-checking* et des sites moins officiels mais populaires, diffusent en masse de vraies informations grâce à des « humains moins crédules et manipulables qu'on ne le pense ».

Selon le mathématicien David Chavalarias, nous manquons de recul pour savoir exactement quel impact les réseaux sociaux ont sur l'organisation sociale à l'échelle d'un pays. La recherche s'est emparée de cette question, mais la richesse des interactions et la difficulté des collectes de données font que le sujet n'est pas près de s'épuiser.

La mise en œuvre et la généralisation de cours d'« éducation médiatique » (questions 52 à 55), pour apprendre aux jeunes (et aux moins jeunes) à aiguïser leur sens critique, permettraient de lutter plus efficacement contre la désinformation en ligne. Cela rendrait à Internet toute sa légitimité comme outil de la connaissance.

Depuis le début des années 2000, les médias se développent sur les plateformes numériques. Au cours de la première décennie, en raison de la concurrence de nouveaux médias comme *20 Minutes*, qui proposent une veille d'actualité gratuite, rapide et à disposition d'un grand public, la presse papier a vu son nombre de ventes baisser. Elle doit alors proposer une offre numérique payante, permettant au lecteur de bénéficier de toute l'actualité qu'il souhaite, moyennant quelques euros de moins par rapport à la version papier. Aujourd'hui, bien que la presse papier continue d'exister, les abonnements numériques sont plus importants que les abonnements papiers et les journaux numériques, qui renforcent leur offre de service avec des plateformes (Facebook, TikTok, Snapchat, Instagram, Twitch), sont lus huit fois sur dix sur un smartphone.

Alors que la France est une cible privilégiée des groupes et puissances étrangères en matière de désinformation, Sopra Steria, société de services en ingénierie et acteur majeur de Tech en Europe, a révélé, dans une étude publiée en mars 2024, que les Français conservent une plus forte confiance envers les médias traditionnels qu'envers les nouveaux supports numériques : 61 % des sondés déclarent avoir confiance dans les journaux papier, et 54 % dans les informations venant de la télévision ou de la radio ; tandis que seuls 35 % ont confiance dans les informations provenant des médias en ligne.

Derrière le sentiment de confiance envers les médias traditionnels, l'étude montre aussi de réelles difficultés à distinguer les fausses informations. Non seulement les personnes interrogées n'ont identifié comme telles que deux *fake news* en moyenne sur les neuf présentées, mais 66 % adhéraient à au moins l'une des fausses nouvelles. Ces résultats justifient le recours à du journalisme vertueux dont les informations proviennent de sources fiables. Cela n'est pas toujours le cas.

Aux États-Unis, le phénomène des faux journaux, qui naissent dans des villes où les derniers vrais journaux ont disparu, inquiète ceux qui luttent contre la désinformation. Le *Richmond Standard*, journal californien fondé par la firme Chevron, n'a rapporté ni une information concernant la raffinerie de Richmond (qui appartient à la multinationale du gaz et

du pétrole), accusée de dépasser les normes sur la pollution de l'air, ni l'accident de 2021, lorsque le pipeline de la compagnie avait laissé couler 800 gallons de carburant dans la baie de San Francisco.

Dans une étude actualisée en 2020, le Tow Center for Digital Journalism, de l'École de journalisme de l'Université Columbia, a identifié 1 200 sites aux États-Unis, faisant partie d'un réseau qui diffuse les mêmes articles, décidés par des algorithmes et rédigés par des rédacteurs sous-payés qui écrivent à la chaîne, sous de faux noms. Ce type de faux journalisme (*pink slime journalism*) submerge et dilue l'écosystème des nouvelles locales.

Plateforme américaine spécialisée dans l'analyse de la fiabilité des sites d'information et d'actualité, NewsGuard a publié le top 10 des mésinformateurs francophones et le top 10 des sites fiables. Pour produire ces listes, NewsGuard s'appuie sur une équipe de journalistes et d'éditeurs expérimentés, ceci afin d'évaluer la fiabilité de plus de 7 200 sites d'information et d'actualité, en donnant des scores entre 0 et 100 %. Neuf critères, apolitiques, évaluent la crédibilité et la transparence des sites (<https://www.newsguardtech.com/fr/notations/processus-de-notation-et-criteres/>).

1. Crédibilité (5 critères) :

Ne publie pas de contenus faux ou manifestement trompeurs de manière répétée, Recueille et présente l'information de façon responsable, Dispose de procédures efficaces pour corriger les erreurs, Gère de manière responsable la différence entre informations et opinions, Évite les titres trompeurs.

2. Transparence (4 critères) :

Le site indique à qui il appartient et comment il est financé, Identifie clairement la publicité, Identifie qui est responsable des contenus et tous conflits d'intérêts possibles, Le site fournit des informations sur les créateurs de contenu.