

Sciences Po Strasbourg

École

de l'Université de Strasbourg

FORME ET FOND DE LA DÉSINFORMATION

ÉLABORATION ET MATÉRIALISATION DU DISCOURS DE DÉSINFORMATION

Ils ont rédigé ce rapport : Abd El Malek Océane, Bonnet Sarah, Corset Mathieu, Desponds Nérine, Falconnet Léo-Paul, Ghazi Tara, Nossent Louise, Perchine Zacharie, Perragin Adrien, Roudil Estelle.

La désinformation s'articule autour d'une élaboration stratégique, combinant un discours politique et idéologique soigneusement construit avec une forme adaptée à ses objectifs. Cette première partie se propose d'analyser la conception de ces contenus, en étudiant leur message sous-jacent en fonction de leurs cibles (1), ainsi que le choix des formats mobilisés, écrits (2) ou imagés (3). Une approche systématique de ces dimensions permet d'appréhender les raisons pour lesquelles ces contenus parviennent à manipuler les perceptions, influencer les comportements et fragmenter les sociétés.

1. L'ÉLABORATION DU DISCOURS DE DÉSINFORMATION

a. L'élaboration d'un discours politique...

La désinformation vise à diviser les sociétés et à discréditer les gouvernements ciblés. Pour atteindre ces objectifs, des discours sont minutieusement élaborés en s'appuyant sur des thématiques d'actualité. Ces thématiques sont souvent déformées, manipulées ou sorties de leur contexte d'origine afin de maximiser leur impact. L'élaboration d'un tel discours consiste également à construire des narratifs contradictoires, semant ainsi le doute et la confusion dans l'esprit des populations ciblées.

Dans certains cas, l'origine du discours est identifiable et renvoie à des acteurs étatiques ou non-étatiques clairement identifiés. Par exemple, dans le cadre de la guerre en Ukraine, les campagnes de désinformation orchestrées par la Russie illustrent cette dynamique. L'opération russe « Portal Kombat » a ainsi visé plusieurs pays occidentaux soutenant activement l'Ukraine, notamment la France, l'Allemagne, la Pologne et les États-Unis. Cette opération a consisté à diffuser des contenus dénigrant l'Ukraine et ses alliés dans le but de rallier l'opinion publique internationale à la cause russe. Dans d'autres cas, où la source est moins immédiatement identifiable, l'analyse des discours permet d'en déduire l'origine. Un exemple significatif est celui des comptes allemands baptisés « Odetta » : des profils Facebook fictifs, prétendant appartenir à des employées de Netflix, publiaient des messages pro-russes et des fake news concernant la guerre en Ukraine [1]. Ces messages prenaient la forme de courts posts ou de commentaires sous des publications existantes, rendant l'opération plus discrète et éclatée que celles orchestrées via des réseaux structurés comme l'opération Portal Kombat.

[1] Wienand, Von L., S Steurenhaler, et S Loelke. « Putins Troll-Armee greift Deutschland an », 30 août 2022. [Lien](#)

La construction de cette dernière a été minutieusement réalisée par l'entreprise russe Tiger Web, créée en 2015 et domiciliée depuis en Crimée, dont la mission principale était le développement et le maintien de sites dans des secteurs comme la restauration, le sport ou la médecine [2]. Les sites qu'elle aurait créés ne produisaient aucun contenu original mais relayaient massivement des publications issues majoritairement d'agences de presse russes, qui étaient ensuite propagées sur les réseaux sociaux. Cependant, malgré leur discrétion, l'orientation clairement pro-russe du discours des « Odetta » a permis de relier ces comptes à des initiatives étatiques russes [3].

Certains moments se révèlent particulièrement propices à la diffusion de désinformation en raison de leur charge politique ou émotionnelle. Les périodes électorales, par exemple, sont un moment particulièrement opportun, et ce pour différentes raisons. D'abord, la désinformation exploite la charge émotionnelle liée aux élections pour influencer les opinions et les comportements.

En effet, les messages émotionnellement chargés, alarmistes, indignés ou prometteurs, captent davantage l'attention que les informations factuelles et nuancées.

Les récits dramatiques, comme ceux suggérant une fraude massive ou des conspirations, activent des réponses émotionnelles comme la peur, la colère ou l'indignation, rendant les individus plus enclins à partager ces contenus sans vérifier leur véracité. De plus, dans un contexte électoral, les opinions sont souvent déjà polarisées. Les individus cherchent instinctivement des informations qui confirment leurs croyances préexistantes, un mécanisme appelé le biais de confirmation [4]. Ainsi, les campagnes de désinformation exploitent ce mécanisme en ciblant les différents segments de la population avec des récits personnalisés, amplifiant ainsi les divisions. De plus, les élections, par nature, sont limitées dans le temps, créant une impression d'urgence. Cette contrainte temporelle diminue la capacité des individus à vérifier l'information, augmentant leur vulnérabilité face aux manipulations. Cela s'est particulièrement illustré lors des élections européennes de juin 2024, moment clé pour l'Union européenne qui a été marqué par une multiplication des campagnes de désinformation. Ces campagnes ont promu des récits sur de prétendues fraudes électorales, critiqué le rôle du Parlement européen et cherché à encourager l'abstention en cultivant l'idée d'une opposition irréconciliable entre les élites et le peuple. Les efforts pour manipuler l'opinion publique à ces occasions visent à fragiliser la légitimité des institutions européennes.

[2] Secrétariat général de la défense et de la sécurité nationale. « Portal Komбат : un réseau structuré et coordonné de propagande prorusse », 12 février 2024. [Lien](#)

[3] Wienand, Von L. et al. *Op.cit.*

[4] Fakt. « Le biais de confirmation, un vecteur non négligeable vers la désinformation », 10 septembre 2024. [Lien](#)

Cependant, les moments politiquement sensibles ne sont pas les seuls à être exploités. La désinformation s'appuie également sur des sujets de société, parfois éloignés des débats politiques immédiats, mais capables de diviser les populations et de provoquer des tensions sociales. Ainsi, les thématiques environnementales, les questions de genre et de sexualité ou encore les débats sur l'immigration et l'asile sont régulièrement instrumentalisés. De même, la pandémie de Covid-19, bien qu'en recul dans les préoccupations médiatiques, continue d'être utilisée comme levier par des réseaux complotistes actifs sur des plateformes comme X (anciennement Twitter). Ces réseaux diffusent des récits visant à décrédibiliser les gouvernements et les institutions scientifiques, montrant que même des sujets moins actuels peuvent être recyclés pour servir des objectifs de désinformation.

b. ... Adapté à un public cible

La désinformation ne s'adresse pas à un public homogène. Elle cible, au contraire, des groupes spécifiques pour maximiser ses effets. Comme le souligne Claire Wardle dans un rapport pour le Conseil de l'Europe [5], la désinformation « *exacerbe les divisions socio-culturelles en jouant sur les tensions nationalistes, ethniques, raciales et religieuses* ». Ces discours stratégiquement orientés exploitent les failles psychologiques et sociétales pour amplifier leur impact.

Pour maximiser leur impact, les discours de désinformation sont soigneusement adaptés à leurs cibles. Bien qu'aucun profil type de victime n'existe, certaines caractéristiques augmentent la vulnérabilité à ces manipulations, notamment l'isolement social, les polarisations idéologiques et les crises identitaires. Les masculinistes illustrent parfaitement cette dynamique. Ce groupe, caractérisé par une idéologie anti-féministe extrémiste, mobilise les réseaux sociaux pour propager des discours polarisants et recruter de nouveaux membres. Leur succès repose souvent moins sur l'adhésion aux idées qu'ils véhiculent que sur le sentiment d'appartenance qu'ils offrent à des individus isolés ou en quête de repères.

Les adolescents constituent un autre groupe particulièrement vulnérable à la désinformation, en raison de biais cognitifs tels que l'effet de confirmation et l'ancrage mental [6]. L'effet de confirmation pousse les individus à privilégier les informations qui confortent leurs croyances préexistantes, tandis que l'ancrage mental les rend sensibles aux premières informations reçues, même si elles sont erronées. Ces biais, décrits notamment par Pennycook et Rand [7], facilitent la manipulation des jeunes esprits, souvent exposés à des campagnes subtiles sur des plateformes comme les forums de jeux vidéo.

[5] Claire Wardle, et Hossein Derakhshan. « Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking ». Council of Europe, 2017. [Lien](#)

[6] Marine Lemaire, Mathieu Cassotti, et Grégoire Borst. « Development of fake detection during adolescence ». septembre 2022. [Lien](#)

[7] Gordon Pennycook et David G. Rand. « The Psychology of Fake News ». *Trends in Cognitive Sciences*, 1 mai 2021. [Lien](#)

Ces espaces numériques servent de portes d'entrée vers des réseaux plus fermés comme Telegram ou Discord, où les discours complotistes ou illibéraux se diffusent plus intensément. Les personnes âgées sont également une cible privilégiée, notamment sur des plateformes comme Facebook, où elles sont souvent moins averties des dangers de la désinformation. Elles se retrouvent exposées à des fake news soigneusement élaborées pour jouer sur leurs émotions et leur méfiance envers les institutions.

Les techniques de diffusion de la désinformation varient également en fonction des contextes culturels et géographiques. Le géorepérage, par exemple, permet d'ajuster les discours aux priorités locales. L'opération russe Portal Kombat illustre bien cette approche, en particulier à travers son écosystème « Pravda », un réseau sophistiqué de sites ciblant des audiences spécifiques. Lancé en juin 2023, l'écosystème Pravda constitue l'un des trois ensembles majeurs de Portal Kombat. Contrairement à l'« écosystème historique », centré depuis 2013 sur les audiences russes et ukrainiennes, ou à l'« écosystème -news.ru », créé en 2022 pour les russophones d'Ukraine, l'écosystème Pravda s'adresse directement à plusieurs pays occidentaux affichant un soutien à l'Ukraine. Il comprend cinq sites : *pravda-fr* pour la France, *pravda-de* pour l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse, *pravda-pl.com* pour la Pologne, *pravda-es.com* pour l'Espagne et *pravda-en.com*, destiné au Royaume-Uni et aux États-Unis [8]. Cette segmentation rend le contenu plus pertinent pour les cibles visées tout en réduisant la visibilité extérieure, rendant l'opération plus difficile à tracer. Un autre exemple frappant est celui d'une radio locale à Nice, rachetée par un oligarque russe. Initialement axée sur des informations en français favorables au Kremlin, elle s'est progressivement transformée en une station diffusant exclusivement en russe, renforçant ainsi son influence auprès des diasporas russophones.

Les impacts psychologiques de la désinformation sont nombreux et préoccupants. Elle contribue à l'érosion de la confiance dans les institutions, alimente l'anxiété sociale et augmente la violence sociale et politique.

Par ailleurs, la désinformation peut avoir des conséquences factuellement dangereuses : un rapport du Conseil des académies canadiennes révèle qu'en 2021, au moins 13 000 hospitalisations et 3 000 décès auraient pu être évités si la désinformation autour de la Covid-19 n'avait pas promu des traitements inefficaces ou dangereux [9]. Ces chiffres témoignent de l'impact potentiellement mortel de la manipulation de l'information, qui peut aller bien au-delà de simples divisions idéologiques.

[8] SGDSN. *Op.cit.*

[9] « La désinformation peut-elle tuer ? » *Science-Presse*, 29 mars 2023. [Lien](#)

2. LE CONTENU ÉCRIT

Dans un monde souvent qualifié d'infodémie [10] en raison de la surabondance d'informations, le contenu écrit occupe une place centrale dans la diffusion de la désinformation. Cette prolifération est amplifiée par les réseaux sociaux, où les informations se propagent en simultanée et à une vitesse vertigineuse sur une multitude de plateformes. Cependant, l'impact de ces contenus ne peut être compris sans une analyse des processus cognitifs qu'ils mobilisent. La lecture, sur des supports numériques comme matériels, engage des mécanismes complexes d'attention, de mémorisation et d'interprétation. Ces derniers, souvent biaisés par des raccourcis cognitifs ou des schémas préexistants, rendent les lecteurs vulnérables à la désinformation subtilement conçue. Cette réalité soulève ainsi des questions cruciales sur la manière dont le type de contenu influence les décisions individuelles et collectives dans des contextes sensibles (élections, débats environnementaux...).

a. Entre désinformation écrite et visuelle, des approches complémentaires de manipulation cognitive

Il est essentiel, dans un premier temps, d'examiner les différences de réception de la désinformation selon qu'elle provienne d'un contenu écrit ou visuel. Bien que la partie suivante se concentre davantage sur les implications cognitives et pratiques propres aux contenus visuels, il convient dès à présent de souligner que le traitement cognitif, l'attention accordée et la mémorisation des fausses informations diffèrent significativement selon le type de contenu.

Les contenus écrits et visuels illustrent ainsi deux approches distinctes dans la désinformation, chacune exploitant des mécanismes spécifiques pour influencer le public. La désinformation écrite s'appuie sur des récits narratifs détaillés qui imitent des formats journalistiques crédibles ou encore des sites internet officiels comme lors des opérations Doppelgänger, nous y reviendrons par la suite. Ces contenus jouent ainsi sur la logique et la cohérence pour convaincre et manipuler la perception du lecteur.

[10] Organisation Mondiale de la Santé. « Gestion de l'infodémie sur la COVID-19: Promouvoir des comportements sains et atténuer les effets néfastes de la diffusion d'informations fausses et trompeuses », 20 septembre 2020. [Lien](#)

En revanche, les stratégies comme les *deep fakes* (utilisation de l'intelligence artificielle), les *shallowfakes* (association de textes à des images sorties de leur contexte) ou les *cheapfakes* (modifications simples d'images) illustrent une manipulation où l'aspect visuel tend à renforcer la crédibilité perçue et l'adhésion au message. Ainsi, alors que les textes sollicitent une analyse plus approfondie et un traitement critique, les contenus visuels court-circuitent souvent ces processus. La désinformation visuelle semble donc être multimodale [11] (vidéos, images, émoticônes ou photos décontextualisées) et tend à amplifier l'impact émotionnel du lecteur, rendant encore plus difficile la distinction entre le vrai et le faux.

L'influence des contenus visuels est également amplifiée par leur capacité à capter immédiatement l'attention et à exploiter notre tendance naturelle à accorder plus de foi aux images qu'aux textes. En cela, les images requièrent généralement moins d'efforts cognitifs à interpréter que les textes, qui peuvent être limités par des obstacles linguistiques ou des niveaux variables d'alphabétisation [12]. Les fausses rumeurs visuelles, souvent persistantes et rapidement diffusées grâce à leur attrait sensationnel [13], semblent donc d'autant plus efficaces dans la manipulation des perceptions et des opinions avec les avancées de l'intelligence artificielle.

b. La manipulation cognitive à travers les contenus écrits

Néanmoins, si les contenus visuels captivent par leur immédiateté et leur pouvoir émotionnel, les contenus écrits, eux, usent de techniques plus subtiles et ciblées pour influencer les perceptions et les croyances. La manipulation cognitive ne se limite donc pas à l'image ; elle trouve également un terrain fertile dans la lecture, notamment à l'ère numérique où l'attention est souvent sacrifiée au profit de la rapidité. En effet, les particularités du contenu écrit - sa capacité à structurer des récits cohérents et à mobiliser des procédés linguistiques précis - offrent un levier puissant pour façonner les opinions. Mais comment ces mécanismes opèrent-ils ? Quels procédés linguistiques et biais cognitifs entrent en jeu dans la construction et la diffusion de fausses informations écrites ? Pour comprendre ces dynamiques, il est essentiel de s'intéresser à la manière dont la lecture numérique modifie l'assimilation des informations et favorise la propagation de la désinformation.

[11] « Comprendre les menaces et les défis - Désinformation visuelle et multimodale (DVM) ». Laboratoire sur l'intégrité de l'information de l'Université d'Ottawa. [Lien](#)

[12] *Ibid.*

[13] Catherine Beauvais. « Fake news: Why do we believe it? » *Joint Bone Spine*, 1 juillet 2022. [Lien](#)

L'impact de la lecture numérique sur l'assimilation de l'information

À l'ère d'Internet, où la majorité des informations que nous consommons passe par des supports numériques, la manière dont nous intégrons ces contenus a radicalement changé. La lecture en ligne favorise une assimilation différente, souvent exploitée pour amplifier la propagation de fausses informations et manipuler les perceptions [14]. Contrairement à la lecture sur papier, qui invite généralement à une expérience plus immersive et approfondie, notamment parce que nous nous engageons souvent à lire entièrement un contenu acheté, la lecture numérique se caractérise par une approche plus rapide et superficielle. La navigation sur papier est moins aisée, mais elle encourage une concentration accrue et limite la fatigue visuelle, permettant un traitement cognitif plus profond des informations. En revanche, la lecture sur écran favorise une approche non linéaire : le lecteur parcourt le texte en balayant l'article ou le site du regard, ce qui réduit l'attention et la profondeur du traitement cognitif. Dans ce contexte, les réseaux numériques offrent un terrain privilégié pour la diffusion de contenus écrits manipulatoires, qui exploitent pleinement ces biais d'attention pour influencer les opinions.

Les techniques linguistiques de manipulation dans les contenus écrits

Pour exploiter le biais de lecture moins attentive, particulièrement présent sur les réseaux sociaux, des chercheurs ont mis en lumière l'usage de stratégies linguistiques précises visant à manipuler la perception des contenus. Ces stratégies révèlent comment les choix langagiers peuvent influencer les attitudes et les croyances. L'une des approches marquantes est la grammaire fonctionnelle systémique, développée par Michael Halliday [15]. Selon cette théorie, la langue est un système de choix où chaque décision revêt une fonction idéologique ou socioculturelle. En cela, l'analyse de la transitivité explore comment influencer la perception d'un texte via le choix du verbe principal ou encore l'utilisation d'adverbe. Selon que l'auteur utilise « probablement » ou « assurément », l'assimilation de l'information par le lecteur sera différente et permet de transmettre des perspectives et opinions implicites. Cette méthode trouve une application particulièrement marquante dans les tweets de Donald Trump [16], où il utilise habilement la grammaire pour asseoir ses propos et renforcer l'impact de ses opinions. Par la répétition de verbes tels que « croire » ou « vouloir » et l'emploi d'adjectifs ou d'adverbes valorisants comme « meilleur » ou « incroyable », ses messages créent une impression d'argumentation solide et cohérente. Ce choix stratégique de langage tend à légitimer ses affirmations, rendant parfois plus difficile pour les lecteurs de discerner le vrai du faux, surtout dans un contexte où l'attention est déjà fragmentée.

[14] Stefan Gaillard, Zoril A. Oláh, Stephan Venmans, et Michael Burke. « Countering the Cognitive, Linguistic, and Psychological Underpinnings Behind Susceptibility to Fake News: A Review of Current Literature With Special Focus on the Role of Age and Digital Literacy ». *Frontiers in Communication*, 2021. [Lien](#)

[15] Citation des travaux de Michael Halliday dans Gaillard et al. *Ibid.*

[16] Florent Montclair. « Du Tic à La Tactique : Les Mécanismes Grammaticaux de l'infox à Travers Les Tweets de Donald Trump ». *The Conversation*, 1 septembre 2022. [Lien](#)

Par ailleurs, un fait marquant, renforçant la désinformation est son caractère répétitif. La répétition d'une information augmente la probabilité qu'elle soit perçue comme vraie, même si elle est incorrecte. Ce phénomène connu sous le nom d'exposition préalable et d'effet de vérité illusoire [17], repose sur un mécanisme psychologique : plus une information est répétée, plus elle devient familière et donc facile à traiter cognitivement, ce qui incite les individus à la considérer comme crédible.

L'opération Doppelgänger : Un exemple de manipulation à grande échelle

Dans le cadre de l'opération Doppelgänger, l'ampleur de la désinformation a été particulièrement frappante. Lancée par la Russie en mai 2022, cette campagne a ciblé l'Europe en produisant des centaines de faux sites officiels et de faux articles imitant des médias européens de renom, comme The Guardian, Le Monde, ou encore RBC Ukraine. Parmi les exemples les plus emblématiques figure un faux site du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères français qui diffusait de prétendus communiqués de presse. L'objectif de cette opération, menée au lendemain de l'invasion de l'Ukraine, était d'une part, de discréditer l'Ukraine en la présentant comme un État défaillant, et d'autre part, de promouvoir un narratif pro-Kremlin [18]. Ces campagnes massives, qui ont touché plusieurs pays européens, notamment la France, l'Ukraine, et le Royaume-Uni, reposaient sur une stratégie de répétition à grande échelle. Au total, 355 noms de site usurpant l'identité de médias dans neuf pays d'Europe, d'Amérique et du Moyen-Orient ont été recensés par VIGINUM [19]. La diffusion massive de ces contenus dans différents cercles sociaux, combinée aux algorithmes des réseaux sociaux, a permis la création de « chambres d'écho » [20] en ligne. Ces dernières exposent les utilisateurs à des contenus similaires, consolidant leurs croyances tout en rendant la remise en question des fausses informations de plus en plus difficile.

L'impact de cette opération est notamment dû à la méthode utilisée afin de créer de faux domaines internet : celle du *typosquatting*, c'est-à-dire, la création de faux sites internet via l'exploitation des erreurs de frappe courantes dans les noms de domaine. Par exemple, une simple faute de saisie par un utilisateur peut le conduire vers un site frauduleux imitant un média ou une institution de confiance [21]. Ce procédé permet de construire un écosystème de fausses références, comprenant des sites officiels et des médias mainstream détournés.

[17] Catherine Beauvais. « Fake news: Why do we believe it? » Joint Bone Spine, 1 juillet 2022. [Lien](#)

[18] Alexandre Alaphilippe, Gary Machado, Raquel Miguel, et Francesco Poldi. « Doppelgänger - Media Clones Serving Russian Propaganda ». EU Disinfo Lab, 27 septembre 2022. [Lien](#)

[19] Franceinfo. « Guerre en Ukraine : ce que l'on sait de l'opération de désinformation russe "Doppelgänger" qui a visé la France », 14 juin 2023. [Lien](#).

[20] Gaillard et al. *Op.cit.*

[21] Secrétariat général de la défense et de la sécurité nationale. « RRN : une campagne numérique de manipulation de l'information complexe et persistante », 13 juin 2023. [Lien](#)

Ces faux sites, combinés à des techniques de géoblocage et de redirection intelligente selon l'emplacement des utilisateurs [22], amplifient les narratifs pro-Kremlin tout en légitimant les informations erronées grâce à l'apparence crédible des plateformes imitées. Le *typosquatting*, en usurpant l'apparence et la légitimité de médias reconnus, soulève une problématique cruciale : celle du rôle des experts dans la propagation de la désinformation. En effet, en adoptant l'identité visuelle et la crédibilité de sites perçus comme des gardiens de l'information, ces faux sites exploitent la confiance du public pour diffuser des contenus erronés. Dans cette dynamique, ces derniers publiant des articles destinés à être relayés massivement, introduisent un autre levier stratégique : l'utilisation de « faux experts ».

c. Les « faux experts » : manipulation de l'expertise et légitimation des fausses informations

Nous pourrions croire que face à l'abondance d'informations, la parole des experts gagnerait en autorité incontestée. Cependant, la réalité est bien différente. Les fausses informations qui influencent l'opinion publique, déforment également l'image des scientifiques, alimentant ainsi une méfiance croissante. Elles renforcent les stéréotypes, creusant davantage le fossé entre les scientifiques partisans du climat et les climatosceptiques. Ces derniers se retrouvent donc souvent victimes de préjugés qui affectent leur crédibilité, particulièrement dans le cadre du débat sur l'environnement. Cette représentation duale des experts est parfois exploitée pour propager des récits qui contredisent le consensus scientifique, notamment en matière de climat. Cela s'inscrit dans une dynamique qui met en avant de faux experts, souvent utilisés pour remettre en question les faits établis. Ainsi, certains discours d'experts peuvent légitimer des opinions minoritaires, nourrissant de fait la désinformation. Par exemple, malgré les multiples avertissements du GIEC sur la réalité du réchauffement climatique, certains « experts » climatosceptiques continuent de nier ces faits. Ces prises de position trouvent un large écho sur les réseaux sociaux, renforçant la polarisation des opinions et affaiblissant le consensus scientifique bien établi.

Par ailleurs, dans son analyse de la désinformation, Catherine Beauvais [24] souligne que les plateformes en ligne favorisent ce qu'elle appelle un « *marché public de l'information* ».

[22] EU Disinfo Lab. *Op.cit.*

[23] Isabelle Boyer et Luciana Radut-Gaghi. « Des stéréotypes à l'ère des fake news ». *Communication. Information médias théories pratiques*, 11 octobre 2021. [Lien](#).

[24] Catherine Beauvais. « Fake news: Why do we believe it? » *Joint Bone Spine*, 1 juillet 2022. [Lien](#)

Cette idée illustre comment l'abondance de plateformes en ligne et la diversité des individus qui y participent ont transformé les hiérarchies de légitimité dans la transmission des connaissances. Les détenteurs classiques de savoir – scientifiques, journalistes et autres experts – se trouvent désormais concurrencés par des figures médiatiques telles que les youtubeurs et les influenceurs. Ces derniers, grâce à leur large audience et à leur visibilité, acquièrent une forme de légitimité et de crédibilité aux yeux du public, parfois perçue comme équivalente, voire supérieure, à celle des experts traditionnels, malgré l'absence d'une véritable expertise dans le domaine qu'ils abordent.

Cette inversion des rôles questionne la validité de l'expertise dans un contexte marqué par l'inflation informationnelle, où la quantité de données disponibles dépasse souvent la capacité des individus à les analyser de manière critique.

L'opération d'influence pro-Chine Shadow Play illustre de manière frappante ce phénomène. Plus de 45 000 vidéos ont été produites par une trentaine de chaînes YouTube [25], dont une douzaine en langue française, comme « Sophie Décrypte ». Ces vidéos ont relayé des contenus désinformationnels en reprenant des narratifs déjà bien connus, précédemment diffusés sous forme écrite, mais cette fois adaptés au format vidéo. Cette stratégie vise à conférer une légitimité accrue à ces fausses informations, tout en élargissant leur portée auprès d'un public diversifié. L'objectif principal est double : mener une guerre informationnelle contre les États-Unis et promouvoir une image positive des actions du gouvernement chinois. Chaque vidéo est soigneusement adaptée à son public cible. Par exemple, dans le cas de « Sophie Décrypte », le contenu s'adresse spécifiquement aux francophones en s'inspirant du nom d'une chaîne reconnue pour ses analyses politiques et sociales, renforçant ainsi l'illusion de crédibilité. À cela s'ajoute la stratégie de l'agence de communication russe Fazze, qui a approché des youtubeurs influents, comme « Dirty Biology », afin de promouvoir le vaccin Spoutnik V tout en discréditant Pfizer [26].

Ainsi, l'expertise, loin de protéger contre la désinformation, peut, dans certains cas, être détournée pour véhiculer des messages trompeurs. Les réseaux sociaux jouent un rôle crucial dans ce processus, facilitant la diffusion rapide et massive de discours polarisants et de fausses informations, tout en mettant en valeur des figures qui, parfois, ne relèvent d'aucune autorité scientifique réelle.

[25] Jacinta Keast. « Shadow Play: A pro-China and Anti-US Influence Operation Thrives on YouTube ». Australian Strategic Policy Institute, 15 décembre 2023.

[Lien](#)

[26] *Courrier international*. « Des influenceurs français approchés pour dénigrer le vaccin Pfizer, la Russie soupçonnée ». 26 mai 2021. [Lien](#)

d. L'ambiguïté entre satire et désinformation : quand l'humour brouille les frontières

Si certains exemples de désinformation sont clairement identifiés et bien documentés, la frontière devient plus floue lorsqu'il s'agit de contenus humoristiques. Certains sites exploitent cette ambiguïté en publiant des articles ou des caricatures qui oscillent entre satire et désinformation. Cette stratégie délibérée joue sur l'interprétation subjective du lecteur, rendant difficile la distinction entre une intention humoristique légitime et une tentative de manipulation. Une tentative de différenciation entre satire et désinformation consiste à considérer que les fausses nouvelles cherchent à tromper en imitant des formats sérieux et crédibles, tandis que la satire s'appuie sur l'humour ou l'ironie, sans volonté de duper [27]. Cependant, des similarités linguistiques entre ces deux genres rendent leur classification complexe. Cette définition traditionnelle de la satire mérite ainsi d'être nuancée, d'autant plus que l'essor des réseaux sociaux brouille encore davantage les frontières entre ces deux formes de contenu.

L'avènement de nouveaux supports de diffusion semble alors avoir profondément modifié le paysage de la satire politique [28]. Un exemple frappant est le Babylon Bee, un site d'information satirique américain aux orientations conservatrices, qui jouit d'une grande popularité aux États-Unis. Selon une étude menée par l'Université de l'Ohio, 28 % des républicains et 14 % des démocrates interrogés ont admis croire aux informations satiriques publiées par le Babylon Bee [29]. Ce problème est particulièrement préoccupant, car bien que les textes soient de plus en plus souvent vérifiés et les informations démenties, les plateformes numériques continuent de relayer massivement des contenus satiriques sans fournir le contexte nécessaire. Cette absence de cadre explicatif accentue l'ambiguïté et permet à la satire d'échapper aux mécanismes de contrôle et de vérification. En cela, l'étude de l'Université de l'Ohio a également révélé que les articles du Babylon Bee figuraient parmi les contenus les plus inexacts mais aussi les plus partagés sur les réseaux sociaux.

Ce phénomène devient particulièrement visible dans le cadre de campagnes de désinformation comme celle des *Reliable Russian News* (RRN), révélée en mars 2022, peu après l'invasion de l'Ukraine par la Russie.

[27] Jwen Fai Low, Benjamin C. M. Fung, Farkhund Iqbal, et Shih-Chia Huang. « Distinguishing between fake news and satire with transformers ». *Expert Systems with Applications*, 1 janvier 2022. [Lien](#)

[28] Phil Simon. « La liberté d'expression face à la satire politique : un équilibre fragile ». *Actualités Juridiques*, 15 octobre 2024. [Lien](#)

[29] R. Kelly Garrett, Robert Bond, et Shannon Poulsen. « Too Many People Think Satirical News Is Real ». The Ohio State University, 16 août 2019. [Lien](#)

Cette opération avait pour objectif de légitimer l'opération militaire spéciale russe tout en discréditant l'État ukrainien et ses alliés occidentaux. Pour ce faire, de nombreux faux comptes en ligne ont été créés, diffusant des caricatures anti-occidentales et pro-russes via des plateformes comme memhouse[.]online, le canal Telegram @VoxCartoons, ou encore des comptes fictifs tels que « Milana Krystel » sur Facebook [30]. En exploitant l'humour et les codes de la satire, ces caricatures ont servi d'outils de manipulation cognitive, minimisant les critiques tout en renforçant les narratifs pro-russes. Lorsqu'elles sont diffusées via des canaux diplomatiques, tels que le compte Twitter de l'ambassade de Russie en France, ou présentées sous de fausses identités, ces formes de satire brouillent la frontière entre humour et désinformation, rendant leur véritable intention difficile à identifier.

Nous nous trouvons ainsi face à une véritable zone grise où distinguer les fausses nouvelles de la satire, du sarcasme et de l'ironie représente un défi de taille. Ces genres partagent parfois des caractéristiques stylistiques similaires aux textes trompeurs, rendant leur identification encore plus complexe. L'humour peut ainsi devenir un outil de désinformation lorsqu'il exploite la méconnaissance du public, son attrait pour le sensationnalisme ou ses biais cognitifs, notamment le désir de se sentir informé [31]. En effet, les fausses nouvelles influencent souvent les individus en renforçant leurs croyances préexistantes ou en s'appuyant sur des expériences personnelles. Ce biais de confirmation [32] amène les individus à privilégier les informations qui confortent leurs convictions. Ces derniers peuvent ainsi avoir l'impression de « découvrir » un problème caché, comme une conspiration, et y adhérer fermement. Dans ce contexte, l'ironie et la caricature, perdent leur vocation initiale et deviennent des outils potentiels de manipulation de l'opinion publique.

La satire, bien plus qu'une simple forme d'humour critique, peut alors se transformer en un instrument redoutable de désinformation, brouillant davantage les frontières entre humour légitime et manipulation intentionnelle.

Bien que les biais cognitifs jouent un rôle important dans la création et la crédibilité des faux contenus écrits, il est désormais important d'examiner plus en détail l'impact des images. Analyser la manipulation de ces dernières permet de mieux comprendre leur influence dans la propagation de la désinformation ainsi que la fragilisation de la confiance envers les systèmes d'information.

[30] Secrétariat général de la défense et de la sécurité nationale. « RRN : une campagne numérique de manipulation de l'information complexe et persistante », 13 juin 2023. [Lien](#)

[31] Beauvais. *Op.cit.*

[32] *Ibid.*

3. LE POUVOIR DES IMAGES : LES ÉLÉMENTS VISUELS DANS LA DÉSINFORMATION NUMÉRIQUE

De nos jours, la désinformation s'accompagne de plus en plus d'éléments visuels, qu'il s'agisse de photos ou de vidéos (comme les réels ou autres formats), tandis que les éléments textuels eux, sont souvent associés à des composants graphiques. Cette tendance est désignée dans la littérature scientifique francophone par le terme de « désinformation visuelle et multimodale » [33] et dans la recherche anglo-saxonne, par celui de « visual disinformation ». Les images jouant un rôle prédominant dans la sphère numérique, il semble évident que certains acteurs les utilisent afin de diffuser des informations malveillantes dans l'objectif d'impacter négativement les structures démocratiques, la construction personnelle et collective de valeurs ainsi que l'accès fiable à des informations basées sur des faits. Pourtant, le rôle de la composante visuelle dans les campagnes de désinformation numériques reste largement inexploré en tant qu'objet de recherche en sciences sociales [34]. Il est clair que les médias sociaux jouent un rôle déterminant dans le processus de mise à disposition intentionnelle d'informations malveillantes. Ainsi, dans le contexte du présent rapport, cette partie tentera dans un premier temps de donner un bref aperçu de l'état actuel des connaissances concernant les effets des éléments visuels et multimédias dans le contexte de la désinformation, puis, s'attachera à l'étude de l'importance des images en tant que partie intégrante de la désinformation numérique.

a. L'élément visuel : un catalyseur pour la désinformation numérique

Le Center for Data Ethics and Innovation du gouvernement britannique rapporte que depuis plus de 150 ans, des formats visuels sont utilisés pour influencer la formation de l'opinion publique en faveur de certains acteurs (rapport CDEI). L'impact considérable des images dans l'espace numérique est souvent sous-estimé, de sorte que l'ampleur des effets négatifs à cet égard est également très peu connue. Il est donc important, dans un premier temps, de rappeler brièvement l'état actuel des connaissances sur l'impact des formats visuels dans le monde numérique en général.

[33] « Comprendre les menaces et les défis – Désinformation visuelle et multimodale (DVM) ». Laboratoire sur l'intégrité de l'information de l'Université d'Ottawa. [Lien](#)

[34] Viorela Dan, Britt Paris, Joan Donovan, Michael Hameleers, Jon Roozenbeek, Sander van der Linden, et Christian von Sikorski. « Visual Mis- and Disinformation, Social Media, and Democracy ». *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 25 août 2021. [Lien](#)

Les chercheurs ont fréquemment souligné l'influence de l'information visuelle sur les utilisateurs des médias, que ce soit dans le choix et la sélection des informations [35], dans les émotions suscitées ou encore dans les comportements qu'elle engendre chez les consommateurs [36]. Dans l'ouvrage *The role of images in framing new stories*, Messaris et Abraham affirment que ces effets seraient dus au sentiment d'une garantie implicite de la part du consommateur de se trouver « *plus près de la vérité que d'autres formes de communication* » [37], dès lors que les images font partie de leur apport d'informations. De plus, comme le rapporte le Laboratoire sur l'intégrité de l'information, l'interprétation de contenus visuels nécessiterait « *habituellement moins d'efforts cognitifs* » [38]. Il semble alors assez aisé d'affirmer que les images, couplées à une information, ont un pouvoir persuasif sur le consommateur.

Ce constat est appuyé par de nombreuses sources scientifiques, notamment le Laboratoire sur l'intégrité de l'information qui a pu observer que les contenus visuels manipulés (comme les deepfakes, sur lesquels nous reviendrons plus tard) « peut être (mal) utilisé comme un type de « preuve » crédible ». Même si la recherche isolée concernant l'effet des images – puisqu'il s'agit dans la plupart des cas de contenus multimédias – est très difficile à mettre en œuvre d'un point de vue méthodologique, les scientifiques sont unanimes sur cet effet précis de persuasion. En effet, à travers l'étude de l'interaction entre les formes multimédias de désinformation et les processus de décision politique, Hameelers et d'autres chercheurs ont conclu que « la désinformation multimodale est considérée comme légèrement plus crédible que la désinformation textuelle » [39].

Cela suggère à nouveau que les contributions visuelles ont tendance à avoir un effet « catalyseur », c'est-à-dire un effet de renforcement, dès que la contribution s'adresse à la conviction du consommateur. Dans le cadre d'une analyse à méthodologie mixte réalisée en 2021 sur la désinformation visuelle dans le cadre de reportages numériques pendant la pandémie de Covid-19, les chercheurs ont constaté que la composante visuelle de plus de la moitié des reportages examinés « servait explicitement de preuve pour de fausses allégations, dont la plupart sont mal étiquetées plutôt que manipulées » [40]. Outre les effets des contributions visuelles dans le contexte de la désinformation, la question de la marge d'interprétation de l'observateur se pose également. Dans tous les cas, il est important de prendre en compte les effets psychologiques et sociaux à long terme dans le contexte de la désinformation numérique, qu'elle soit véhiculée par l'image ou le texte.

[35] Dolf Zillmann, Silvia Knobloch, et Hong-sik Yu. « Effects of photographs on the selective reading of news reports ». *Media Psychology*, 2001. [Lien](#).

[36] *Ibid.*

[37] Paul Messaris et Linus Abraham. « The Role of Images in Framing News Stories ». In *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Routledge, 2001. [Lien](#)

[38] Laboratoire sur l'intégrité de l'information de l'Université d'Ottawa. *Op.cit.*

[39] Michael Hameelers, Thomas E. Powell, Toni G.L.A. Van Der Meer, et Lieke Bos. « A Picture Paints a Thousand Lies? The Effects and Mechanisms of Multimodal Disinformation and Rebuttals Disseminated via Social Media ». *Political Communication*, 3 mars 2020. [Lien](#)

[40] J. Scott Brennan, Felix M. Simon, et Rasmus Kleis Nielsen. « Beyond (Mis)Representation: Visuals in COVID-19 Misinformation ». *The International Journal of Press/Politics*, janvier 2021. [Lien](#)

Par ailleurs, le support d'information, qu'il soit papier ou numérique, influence la manière dont les informations sont perçues et traitées, influence la perception et le traitement des contenus, ce qui conditionne leur crédibilité et la confiance que les individus leur accordent.

Il est essentiel de retenir que les contenus intégrant des éléments visuels ont une plus grande probabilité d'être mémorisés par leurs consommateurs, ce qui amplifie évidemment leur impact en cas de diffusion d'informations factuellement incorrectes.

En conséquence, pour l'ensemble des informations accessibles au public, le fossé entre les personnes qui ont tendance à croire aux informations correctes et celles qui ont plutôt tendance à croire aux informations fausses ne cesse d'augmenter. Cependant, les connaissances dans ce contexte restent peu étudiées, de sorte que les effets divers et variés de la désinformation visuelle et multimodale nécessiteraient de plus amples recherches qui seraient pertinentes pour les scientifiques spécialisés. Dans ce contexte, les contenus visuels exercent également une influence plus profonde, dans la mesure où ils deviennent et produisent une certaine forme d'autorité, servant de fait, à la légitimation de l'action politique.

b. Quels défis et responsabilités dans l'évolution des techniques visuelles et multimodales ?

Les éléments visuels en tant que source d'information (ou source partielle) ne posent pas seulement des questions quant à la fiabilité des contenus médiatiques en général, mais aussi quant au degré d'avancement de la conception technique de ces derniers. Il est frappant de constater que le degré de sophistication peut varier considérablement. L'un des « outils » déjà évoqués et connus est ce que l'on appelle les *deep fakes*. Étymologiquement, le mot est composé du terme « deep learning », qui exprime dans ce contexte l'utilisation de l'intelligence artificielle, et du mot « fake », que l'on traduit de l'anglais par « faux » [41] (l'information ici est factuellement fausse).

[41] Nadine Liv et Dov Greenbaum. « Deep Fakes and Memory Malleability: False Memories in the Service of Fake News ». *AJOB Neuroscience*, 2 avril 2020.
[Lien](#)

Bien qu'il soit quasiment impossible de prouver des exemples concrets de désinformation utilisant des *deep fakes*, le pouvoir potentiel de telles techniques sur le débat sociopolitique dans l'espace public actuel est évident. Les *deep fakes* représentent alors une menace considérable, notamment lorsqu'ils ont pour but de manipuler la perception du public et d'influencer les modèles de comportement. Les *deep fakes* sont également connus pour charger divers contenus de manière humoristique, ce qui, en résumé, soulève également des questions quant à la fiabilité des contenus médiatiques en général.

Néanmoins, dans le contexte du vaste champ de la désinformation visuelle et multimodale, les contenus visuels complexes, techniquement sophistiqués et basés sur l'IA ne représentent qu'une partie des méthodes rencontrées. Dans leur analyse sur la désinformation et les reportages durant la crise de la Covid-19, Brennen, Simon et Nielson ont également constaté que les fausses sources d'informations visuelles avaient en réalité toutes été créées à l'aide d'outils très simples [42]. A fortiori, qu'aucune n'avait été créée à l'aide de *deep fakes* ou d'autres technologies basées sur l'IA. À cet égard, le laboratoire sur l'intégrité de l'information rapporte que le traitement numérique des images est devenu beaucoup plus accessible depuis les années 1990, entre autres du fait de l'introduction de Photoshop [43]. Le même rapport explique également que les méthodes de DVM peuvent être catégorisées en *cheap fakes* et *shallow fakes*, dont le contenu est dans les deux cas moins complexe que le contenu des *deep fakes* [44]. Ces dernières années, le développement de logiciels basés sur l'IA pour l'utilisation et la création de tels contenus en libre accès a connu une croissance significative : citons par exemple Transformers (Google, 2017), Bert (Google, 2018) et surtout GPT2, 3 et 4 (respectivement OpenAI 2019, 2020, 2023) [45]. Cela complique également l'analyse scientifique de l'impact de la désinformation car les contenus de désinformation sous des formes « hybrides » circulent désormais en grande quantité sur les réseaux, atteignant des niveaux significatifs.

Dans tous les cas, il est certain que les utilisateurs ont beaucoup plus de mal à faire confiance aux informations et aux messages [46]. En conséquence, les médias sociaux ont pris le rôle de « gardien » de l'information, remplaçant ainsi les médias traditionnels. Ils permettent désormais aux politiciens et autres acteurs de communiquer directement avec le public, contournant les mécanismes de contrôle et de médiation journalistique. Le microciblage, l'utilisation des préférences de profil et préjugés, rendent plus difficile l'identification du danger. A cela s'ajoute la rentabilité économique : en raison des faibles coûts d'accès, de production et de diffusion des nouvelles et des contenus, la quantité de désinformation/d'informations erronées augmente [47].

[42] Brennen et al. *Op.cit.*

[43] Laboratoire sur l'intégrité de l'information de l'Université d'Ottawa. *Op.cit.*

[44] *Ibid.*

[45] *Ibid.*

[46] Rachel Armitage et Cristian Vaccari. « Misinformation and disinformation ». In *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism*, 2021.

[47] *Ibid.*

Les différents médias sociaux constituent ainsi un espace de communication numérique global, influencé par divers mécanismes sociologiques et psychologiques. Ces dynamiques génèrent des effets divers, encore insuffisamment étudiés, tout en créant un lien fort avec les consommateurs et de fait, des conséquences aux niveaux individuel et collectif. Dans ce contexte, les médias sociaux semblent être pour les utilisateurs des médias (par exemple les propriétaires de médias sociaux tels que le conglomérat Meta, les influenceurs ou les activistes) une manière de (se) vendre, au sens économique comme au sens sociologique du terme. Les médias sociaux eux-mêmes agissent comme un instrument pour la transmission des quantités gigantesques d'informations qui, comme nous avons pu l'observer, laissent plus que jamais une marge d'interprétation grâce à la combinaison d'éléments visuels et écrits. L'information qui se trouve au cœur de chaque contribution médiatique (reels, photo, vidéo, etc.) donne l'impression d'être « cachée » ou, du moins, d'être de plus en plus reléguée au second plan de l'ensemble des informations disponibles sur le réseau. Cela a pour conséquence, d'une part, l'élargissement du champ d'informations erronées, donc de la désinformation. Mais également celle d'une remise en doute de la fiabilité des mesures visant à un traitement de l'information plus transparent et basé sur des faits (comme par exemple l'organisation Fact-Checking). C'est peut-être pour cette raison qu'une part de plus en plus importante de la population se demande « à quelle vérité dois-je accorder du crédit ».

Enfin, tout cela peut aussi conduire, même si nous ne pouvons encore dire dans quelle mesure, à des malentendus sur des convictions fondamentales personnelles et collectives, qui se traduisent par des débats sociopolitiques, des polémiques, voire des conflits trans- et internationaux. Des études montrent que seule une minorité d'utilisateurs évite systématiquement les contenus politiques avec lesquels ils ne sont pas d'accord. Ainsi, la grande majorité d'entre eux renforcent leurs convictions préexistantes sur les réseaux [48].

Il semble finalement que la responsabilité de remédier à la tendance actuelle vers une (re)production accrue de désinformation, ainsi que la diversification croissante des techniques de désinformation qui en découle dans l'espace numérique, doivent être considérées sous plusieurs angles. Dans ce sens, différents acteurs à différents niveaux – journalistique, privés et/ou publics dans le cadre européen/UE ou national – auraient également des domaines de responsabilité individuels. C'est à cette condition que le défi très vaste de la désinformation pourrait être abordé de manière appropriée dans son ampleur, afin de garantir un traitement transparent, démocratique et équitable de l'information au sens le plus large du terme.

[48] Armitage et al. *Op.cit.*

CONFRONTATIONS EUROPE



Confrontations - Bruxelles

Avenue des Arts 46

1000 Bruxelles

Confrontations - Paris

Avenue de Versailles 77

75016 Paris



@confrontations



@ConfrontationsEurope



www.confrontations.org



communication@confrontations.org

Confronter les idées, construire l'Europe