

ANNUAIRE FRANÇAIS
DE
RELATIONS
INTERNATIONALES

2018

Volume XIX

**PUBLICATION COURONNÉE PAR
L'ACADÉMIE DES SCIENCES MORALES ET POLITIQUES**

(Prix de la Fondation Edouard Bonnefous, 2008)



Université Panthéon-Assas
Centre Thucydide

INTRODUCTION

PAR

RÉMY RIEFFEL (*)

Les techniques de propagande et de désinformation ont gagné ces dernières années en sophistication et en efficacité. On en veut pour preuve la manière dont certains Etats, certaines officines privées ou de simples individus tentent aujourd'hui d'utiliser Internet et les réseaux sociaux pour répandre à travers le monde des informations fausses ou mensongères dans le domaine politique, économique ou social. Le phénomène n'est pas nouveau en lui-même, mais il a pris une telle ampleur qu'il mérite qu'on s'y attarde un instant. Grâce à la vitesse de circulation des messages, des photos et des vidéos sur les réseaux sociaux et donc à la viralité des informations ou des rumeurs sur le Web, il est désormais possible de déstabiliser des personnalités politiques de premier plan, d'intervenir dans des campagnes électorales au moyen de stratégies de communication particulièrement subtiles. Le caractère inédit du phénomène réside donc dans la multiplication des canaux de diffusion aujourd'hui disponibles et dans l'accélération de la diffusion des informations.

On a beaucoup évoqué ces derniers temps les techniques de manipulation à travers l'essor de ce qu'on appelle les *fake news* : celles-ci donnent lieu à une nouvelle guerre de l'information à l'échelon international. La définition même du terme est souvent assez imprécise. Si on en croit toutefois le *Cambridge Dictionary*, ce sont « *des histoires fausses qui ont l'apparence de nouvelles, disséminées sur Internet ou utilisant d'autres médias, et créées soit pour influencer les opinions politiques, soit en tant que blagues* ». Si on laisse de côté l'aspect humoristique ou parodique de certains de ces messages, force est de constater que ces informations reposent fondamentalement sur une intention de tromper, d'induire en erreur les internautes qui les consultent ou les visionnent en imitant souvent le format et le style journalistiques. Les spécialistes qui ont analysé leur expansion foudroyante ces dernières années s'accordent à dire que Facebook (à côté de Google et Twitter) est devenu le principal vecteur de la diffusion de ces informations mensongères et truquées qui se propagent à très vive allure de par le monde. Elles sont la plupart du temps fondées sur l'émotion et non sur l'argumentation, sur la déformation des faits et des données et non sur des faits tangibles. Elles visent à provoquer chez

(*) Professeur de Sciences de l'information et de la communication à l'Institut français de presse de l'Université Panthéon-Assas (Paris II, France).

les récepteurs des réactions ou des indignations immédiates et portent le plus souvent sur des sujets accrocheurs (les immigrés, la corruption des élites, les maladies cachées, *etc.*). Les sites qui les diffusent entretiennent très souvent un discours conspirationniste et reprennent les procédés traditionnels de la propagande, à savoir la manipulation des affects (appel aux sentiments, formules-chocs, *etc.*) et la manipulation cognitive (cadre biaisé, déformation de la réalité, amalgames outranciers, *etc.*), en les portant, grâce aux réseaux sociaux, à une forte incandescence.

Les *fake news* constituent des outils de propagande efficaces parce que leur contenu va dans le sens de ce que certains groupes-cibles ou certains individus veulent entendre et pensent être la vérité. Peu importe qu'une information ne soit pas vraie, l'essentiel est qu'elle nuise au camp adverse. Il faut donc instiller le soupçon dans l'esprit du plus grand nombre. Les exemples récents ne manquent pas. Lors de l'élection présidentielle américaine de 2008, Barack Obama a été l'objet d'accusations grossières (selon lesquelles il serait musulman ou son certificat de naissance serait un faux) et plus récemment, en 2016, Donald Trump, au moyen de ses *tweets* intempestifs, a diffusé nombre de propos erronés ou totalement mensongers, contribuant à accréditer les thèses complotistes. On a également soupçonné, lors de cette campagne électorale, la Russie d'avoir sciemment cherché à discréditer la candidate démocrate Hillary Clinton à l'aide de la diffusion massive de rumeurs et de *fake news*. On s'est ainsi mieux rendu compte que leur essor est également lié à des considérations économiques : elles constituent en effet un marché très juteux. Certaines entreprises ont désormais la capacité d'extraire des réseaux sociaux une énorme quantité d'informations, qui seront ensuite vendues et utilisées lors de campagnes électorales. On estime par exemple que près de 3 000 publicités sur Facebook ont été publiées par 470 faux comptes russes entre juin 2015 et mai 2017. On sait par ailleurs que des programmes robotisés (les *bots*) miment des actions humaines et parviennent à répandre des messages mensongers sur Internet jusqu'à totalement saturer un site.

D'autres cas de figure ont retenu l'attention. Lors de la campagne autour du Brexit, des chiffres inexacts sur le coût de la participation du Royaume-Uni à l'Union Européenne ont été diffusés. Certains hommes politiques se sont ainsi affranchis de la vérité en vue d'influencer le résultat du vote. En Chine, le site de microblogging Weibo et l'application de messagerie WeChat ont repris des reportages du tabloïd anglais *Daily Mail* et de fausses informations reposant sur des théories du complot en provenance de sites occidentaux. En France, lors de la campagne électorale de 2017, ont circulé des informations au sujet de la prétendue homosexualité d'Emmanuel Macron, sur le fait qu'il détiendrait un compte *off shore* ou encore sur le financement supposé de sa campagne par l'Arabie saoudite. Certains internautes mal intentionnés ont également mis en cause Alain Juppé, l'accusant d'être favorable au communautarisme musulman.

Inutile de multiplier les exemples : les *fake news* représentent un véritable défi pour les sociétés démocratiques dont le fondement repose notamment sur la crédibilité de la parole des acteurs publics et privés. Or, dans le contexte actuel, cette parole est dévaluée et remise en cause tout comme la notion même de vérité. Un fait avéré et vérifiable n'existe plus en tant que tel puisque la reconnaissance de son existence est soumise à l'opinion de chacun d'entre nous. En d'autres termes, un fait n'est d'une certaine façon rien d'autre qu'une opinion parmi d'autres. La notion de « faits alternatifs » lancée par Donald Trump laisse ainsi supposer qu'il n'y aurait plus que des divergences d'opinions, que la réalité n'est plus qu'une sorte de simulacre dans lequel tout un chacun puise sa propre représentation du réel.

Ce relativisme généralisé est favorisé par l'essor des médias en ligne et des réseaux sociaux, qui ne permettent pas toujours de différencier connaissances et croyances. Ils renforcent de fait la pensée conspirationniste et donnent ainsi naissance à « *la démocratie des crédules* », selon l'expression du sociologue Gérard Bronner, qui a montré l'importance des biais cognitifs dans nos perceptions des événements. « *La face obscure de la rationalité* » s'est, selon lui, intensément développée ces dernières années, en raison notamment des nouvelles modalités de développement du marché de l'information. Or, comme la surcharge d'informations devient aujourd'hui de plus en plus patente, elle érode chez les citoyens-internautes que nous sommes la capacité de faire la différence entre information vraie et rumeur ou intoxication. La probabilité pour que des informations de mauvaise qualité circulent s'accroît en effet à mesure que la charge d'informations augmente. Par ailleurs l'accélération de leur diffusion empêche de mettre en place une évaluation distanciée des informations disponibles parce que la pensée analytique exige une temporalité lente. Les *fake news* sont donc susceptibles d'attirer l'attention du plus grand nombre, d'imposer en quelque sorte des priorités, voire d'influencer de vastes auditoires.

Que faire pour lutter contre ces techniques de désinformation à grande échelle par le biais d'Internet ? Le défi est de taille lorsqu'on sait (selon le rapport 2017 de l'Institut Reuters) que près de 70% des Américains s'informent en ligne et près de la moitié d'entre eux sur les réseaux sociaux ou encore que 40% des Français font de même, notamment sur Facebook. Il convient d'abord d'éduquer les plus jeunes aux problèmes liés à l'utilisation intensive et sans discernement des réseaux sociaux. Ce travail d'explication et de déconstruction s'avère d'autant plus nécessaire que les jeunes internautes sont souvent les plus crédules et les plus soumis aux stratégies d'intoxication en tous genres. Il faut ensuite pousser les moteurs de recherche à agir directement sur les contenus pour supprimer les comptes indésirables. Cette régulation peut s'exercer de deux façons : à la manière américaine, qui consiste à agir par la transparence, c'est-à-dire à rendre visibles les procédures d'attribution des encarts publicitaires, mais aussi l'élaboration des algorithmes ; à la manière européenne, par la contrainte, en menaçant d'amendes les grands géants américains du Web pour les

obliger à prendre des mesures en vue d'éliminer les *fake news*. Il importe enfin d'élever le niveau d'exigence du travail journalistique en misant sur une vision citoyenne et non consumériste de l'information. Ce qui signifie concrètement vérifier, recouper les informations, dénoncer les fausses nouvelles – à l'aide du *fact-checking* –, tout en sachant que les médias qui pratiquent ce genre de vérification ne touchent malheureusement guère le public qui est le plus avide de rumeurs et de complots. Ce dernier continue en effet à lire et écouter ce qu'il a envie de croire, sans se préoccuper des démentis éventuels sur la véracité de certains propos : il ne fait guère confiance aux vérificateurs de faits.

Comme le montre de manière très minutieuse Tristan Mattelart dans son étude non pas des réseaux sociaux, mais d'une chaîne de télévision, en l'occurrence Russia Today (RT), ce sont souvent des médias et des sites liés à une nébuleuse d'extrême droite qui sont les propagandistes les plus influents en matière de *fake news*. Le populisme de droite est par définition anti-médias, anti-élite, anti-experts et souvent anti-sciences. L'analyse d'une semaine d'actualités de RT en français proposée par Tristan Mattelart ne laisse guère de doute à cet égard. La diplomatie médiatique russe se déploie de plus en plus au moyen de cette chaîne de télévision « alternative », censée présenter une image positive de la Russie dans le monde et combattre les discours véhiculés par les médias occidentaux. Elle participe à sa manière à la diffusion d'une vision très biaisée de la réalité et se positionne également comme un site de « réinformation », pour reprendre le vocabulaire des sympathisants de l'extrême droite.

Dans un tout autre registre, Nicolas Hubé examine la façon dont les institutions européennes ont tenté depuis près d'un demi-siècle de légitimer auprès des médias et des opinions publiques nationales la cause européenne. Les stratégies de communication mises en œuvre se sont heurtées à de nombreux obstacles, en particulier ce qu'il appelle « *les querelles d'institutions* » et les tensions existant entre la Commission et le Parlement. Le rôle joué par les médias, notamment les journalistes accrédités à Bruxelles, n'est pas moins révélateur de la complexité à vulgariser l'Europe politique auprès du grand public. Le corps des journalistes européens est perçu par les hauts responsables européens comme une instance de coproduction de l'information diffusée à propos des questions européennes. Cependant, la couverture médiatique des enjeux de la politique communautaire demeure très dépendante d'une perception nationale et apparaît au final relativement faible au regard des ambitions initiales.