



# RESSORTS, DIFFUSION ET IMPACT

— Série Désinfoxez-vous ! —

Ce numéro de la collection **POCKETS** synthétise les points clés de la formation en ligne « Ressorts, diffusion et impact » de la série **Désinfoxez-vous** soutenue par le **Ministère de la Culture**

# SOMMAIRE

- 1 – Introduction
- 2 – Ressorts des infox
- 3 – Mécanismes à l'œuvre
- 4 – Viralité et diffusion
- 5 – Risques et régulation des plateformes



Soutenu  
par



# INTRODUCTION

Faut-il avoir peur des infox ? La réponse est comme souvent dans la question : si la situation est effectivement préoccupante au regard de l'ampleur de la désinformation que nous connaissons, c'est surtout de cette peur qui pourrait bien nous paralyser que nous devrions... avoir peur.

Dans une démarche d'Éducation aux Médias et à l'Information, il s'agit de prendre en compte tous les facteurs et mécanismes à l'œuvre dans la production, la réception et la diffusion des infox pour se doter d'outils qui permettent de la combattre.

La peur est l'un de ces facteurs, comme la transformation de l'offre médiatique, la part toujours plus importante des médias sociaux et des GAFAM dans l'information et la désinformation, le poids de l'économie de l'attention, nos biais cognitifs et nombre de transformations socio-politiques et technologiques qu'il convient de comprendre pour se donner les moyens de réagir.

Réagir comment ? À phénomène complexe, réponses plurielles. Les États cherchent à apporter des solutions législatives, mettre en place des réglementations. Les chercheurs peuvent diffuser la méthode scientifique, développer des outils de vérification, veiller aux dérives possibles des innovations. Les philosophes nous donnent à réfléchir à ce qui se joue actuellement en termes d'épistémologie, et notamment de rapport de la société à la notion de vérité. Les journalistes nous expliquent leur métier et partagent leurs techniques de vérification et d'enquêtes. Les artistes nous proposent des expériences transformatives...

Et l'EMI outille les citoyens pour qu'ils développent les savoir, savoir-faire, savoir-être et, bien sûr, savoir-devenir qui leur permettront de développer non seulement leur résilience mais aussi leur résistance.

# LES RESSORTS DES INFOX

## À présent liquide, peurs liquides

L'une des raisons du succès du phénomène « Fake news » peut être attribuée à la « modernité liquide » telle que définie par Zygmunt Bauman. Une société qui submerge les citoyens de peurs liquides, diffuses, qui se manifestent par :

- Une incertitude perpétuelle
- Une obsession du changement, de l'innovation, de la flexibilité, de l'éphémère
- Le sentiment de vivre dans un monde instable hautement concurrentiel de prédateurs, chasseurs et proies
- Une crainte de l'insécurité

La succession de scandales types « -gates » (Pizza-gate) ou « -leaks » (Panama-leaks) renforce cette atmosphère de suspicion envers les institutions, les médias, les experts... et les faits!



## Une conjonction de facteurs créant un terreau fertile pour les infox

### Une surcharge informationnelle

- Citoyens "bombardés" d'informations sur leurs équipements personnels
- Informations impossibles à vérifier, car trop nombreuses
- Ce d'autant que se produit un mélange d'informations de types et sources très diverses présentées sans hiérarchie

### La puissance de la rhétorique

Les infox qui marchent sont celles qui savent nous toucher. L'usage de la rhétorique est au cœur de leur succès. Parmi ses armes :

- Création d'un sentiment d'appartenance à un groupe (nous contre eux)
- Appel à l'attrait du faux que l'on souhaiterait vrai (ça serait bien si...)
- Usage de chiffres, de preuves (pas facilement vérifiables), de rationalisation
- Flatterie (c'est agréable d'avoir raison contre tout le monde)
- Recours à la paranoïa (on ne nous dit pas tout, les médias nous mentent, les élites nous trahissent)
- Exploitation de vieux préjugés, de croyances bien ancrées
- Appel aux puissants biais cognitifs, notamment au biais de confirmation (je crois davantage ce qui confirme ce que je soupçonnais déjà)
- Recours à notre propension à ne pas croire ce qui ne nous plaît pas

### Des formats efficaces

- Textes ou vidéos courts demandant peu de temps et d'attention
- Messages simples, voire simplistes
- Titraillle racoleuse
- Story telling permettant de s'identifier à l'information
- Univers graphique « dans l'air du temps »
- Récits populistes, sensationnalistes

## Des médias en crise

Les médias sont à la fois partie du problème et de la solution en matière d'infox. S'ils sont en première ligne dans la vérification des faits, la lutte contre la désinformation et l'information des publics, ils sont aussi dans une situation économique globalement difficile, qui peut être un facteur de développement des infox.

Par ailleurs, la concentration actuelle des médias aboutit à un appauvrissement des points de vue et des débats démocratiques.



La recette de contenu "infox" qui a fait ses preuves =  
**1 noyau de vérité**  
**+ 1 thématique clivante**  
**+ de l'émotion, de la nostalgie ou du fun**

# MÉCANISMES À L'ŒUVRE

Comment se fait-il que certaines infox connaissent le succès, tandis que d'autres restent dans l'ombre médiatique ? Au-delà des techniques et moyens mis en place pour les diffuser, certains mécanismes cognitifs et dispositifs techniques favorisent l'adoption de certaines infox.

## Croyance, habitus et infox

Certaines infox reposent sur des processus cognitifs qui leur donnent une force particulière et les rendent difficiles à combattre.

- Celles qui sont du domaine de la croyance se situent au-delà de la question de la vérité et écartent d'emblée la rationalité et l'esprit critique. On ne peut pas opposer des faits ou discuter sur le bien-fondé d'une croyance, juste y adhérer ou pas.
- Celles qui prennent appui sur les structures mentales issues de l'habitus, un système de référence social intériorisé, font également souvent fi du rationnel et échappent au débat, selon le sociologue Pierre Bourdieu.

Il ne faut pas confondre la partition croyance/connaissance avec la partition vrai/faux. Des connaissances peuvent se révéler fausses et des croyances peuvent être vraies. Ce qui se joue ici est essentiellement une question de la méthode utilisée pour appréhender le réel.



## Biais cognitifs et désinformation

Pour traiter rapidement des informations, nous utilisons des « heuristiques de jugement » qui sont des raccourcis cognitifs basés sur des opérations mentales automatiques, intuitives et rapides, qui nous simplifient la prise de décision. Ces heuristiques sont donc particulièrement utiles dans un monde surchargé d'informations.

Toutefois, ces heuristiques peuvent donner lieu à des biais cognitifs, qui amènent des distorsions dans nos raisonnements et peuvent nous induire en erreur. Nombreuses et puissantes, elles sont l'une des raisons premières du succès des infox.

Certains biais cognitifs se retrouvent souvent à l'œuvre dans le phénomène de désinformation. Voici comment ils fonctionnent.

- **Le biais de confirmation** nous induit à croire ce que nous avons envie de croire, à valider les informations qui vont dans le sens de nos opinions et rejeter les autres
- **Le biais d'autorité** incite à croire que la pensée d'une personne en position d'autorité est infaillible et ne doit pas être remise en cause, même si on ne la comprend pas
- **Le biais de généralisation** nous conduit à faire d'une expérience unique ou individuelle une vérité plus large
- **Le biais de conformisme** nous amène à privilégier la pensée de la majorité
- **Le biais d'influence continue** (ou effet retour de flamme) se traduit par le fait qu'une information discréditée officiellement continue d'influencer le raisonnement et la compréhension même après avoir été démentie



- **Le biais d'internalité** ou **l'erreur fondamentale d'attribution** conduit à donner plus d'importance aux intentions et émotions convoquées par l'orateur qu'au contenu de son discours ou de ses actes
- **Le biais d'autocomplaisance** amène à s'attribuer le mérite de ses réussites et à attribuer ses échecs aux autres ou à des circonstances extérieures
- **L'effet de halo** se produit lorsque la perception d'un phénomène multi-facettes est influencée par l'opinion que l'on a de l'un de ses éléments

Nous ne sommes pas tous égaux devant les biais cognitifs. Chacun est plus ou moins sujet à chacun d'entre eux en fonction de sa personnalité, de son vécu, de son milieu, de son éducation. Les comprendre et savoir desquels se méfier personnellement est un élément important pour combattre les infox.



## Impact des bulles de filtres et des chambres d'échos



Bulles de filtres et chambres d'échos sont fréquemment invoquées pour expliquer pourquoi la désinformation se porte si bien en ligne.

Le terme « **bulle de filtres** » désigne le mécanisme de filtrage de l'information parvenant à un usager d'Internet. Elle résulte des dispositifs de personnalisation des contenus en ligne basés notamment sur les algorithmes de recommandation, et sur la gestion des fils d'actualités.

L'impact des bulles de filtre sur l'information est actuellement en débat :

- Certains pensent qu'elles auraient pour conséquence d'isoler intellectuellement les internautes, de réduire la diversité des informations auxquelles ils sont exposés et d'appauvrir leur horizon culturel, laissant place à la désinformation.
- D'autres pensent que l'on a exagéré la portée de ces bulles, en arguant que les personnes qui s'informent en ligne, et en particulier sur les médias sociaux, sont exposées à une plus grande diversité de sources que celles qui s'informent ailleurs.

**Les chambres d'échos** sont des espaces où la voix des uns fait écho à celles des autres. Il s'agit, sur Internet, de communautés en ligne où se retrouvent des personnes partageant les mêmes visions du monde. Ces chambres, où les membres entendent ce qu'ils ont envie d'entendre et se partagent des informations focalisées sur les mêmes centres d'intérêt et conformes à leurs croyances, exploitent l'un des biais cognitifs le mieux partagé, à savoir le biais de confirmation.

Fonctionnant comme des caisses de résonance, les chambres d'échos seraient un lieu de radicalisation des esprits et l'une des causes de la polarisation des opinions à laquelle nous assistons actuellement.



Selon Dominique Cardon : "La bulle, c'est nous qui la créons. Par un mécanisme typique de reproduction sociale. Le vrai filtre, c'est le choix de nos amis, plus que l'algorithme de Facebook".

Ce que l'on pourrait traduire par le fait que si l'on ne veut pas savoir ce que les autres pensent, ce n'est pas seulement à cause d'Internet.

# VIRALITÉ ET DIFFUSION

## Viralité et médias sociaux

Le degré de viralité d'une information dépend :

1. du nombre de personnes avec lequel on la partage en moyenne
2. de la rapidité avec laquelle on la partage
3. de sa longévité (combien de temps elle continue à être propagée). On parle de « longue traîne » pour désigner cette phase de propagation

Les médias sociaux, dont le mécanisme de base est le partage instantané à des groupes souvent très nombreux et actifs, sont des outils très propices pour assurer la viralité d'informations vraies ou fausses.

Sauf que les fausses informations sont souvent plus alléchantes, étonnantes, susceptibles de faire le buzz... Selon une recherche menée par le MIT, une fake news a 70% de chances de plus qu'une information vérifiée d'être retweetée... et prend environ 12-15 heures pour être débusquée.

## Rôle des algorithmes et de l'IA dans la diffusion d'infox

Les algorithmes de tri, utilisés notamment par les moteurs de recherche, tout comme les algorithmes de recommandation utilisés par les médias sociaux, ne se contentent pas de proposer à chacun des contenus personnalisés censés correspondre à ses goûts. Ils ont aussi une fâcheuse tendance à mettre les infox en avant.

Des enquêtes menées en 2022 par le projet Crossover (consultable : [crossover.social](https://crossover.social)) ont ainsi montré que :

- l'auto-complétion de Google peut contribuer à mener à des sites complotistes lors de recherches sur l'actualité
- les vidéos suggérées par YouTube aux internautes font la part belle aux infox
- les # (ou "mot dièse") les plus tendances sur Twitter ou Facebook sont souvent liés à de la désinformation

### Les émotions et les mèmes comme facteurs amplificateurs

Les émotions provoquées par les infox sont l'une des bases de leur amplification en ligne, et donc de leur viralité. Celles qui sont le plus souvent suscitées sont la peur, la tristesse, la colère et la joie.

Élément culturel reconnaissable, répliqué et transmis par l'imitation du comportement d'un individu par d'autres individus, le mème est l'unité de base de l'information. Il peut prendre la forme d'un slogan, proverbe, petit bout de phrase accompagné de visuels, récupération de personnages populaires. Simple, efficace, répété, relické et reposté, le mème évolue comme les êtres vivants, par mutation, sélection naturelle et répliation et soutient la propagation des infox, notamment la désinformation visuelle !

### Robots sociaux

Les robots sociaux utilisent l'Intelligence Artificielle (IA) pour simuler le comportement humain sur les réseaux sociaux.

Très utilisés sous forme d'assistants virtuels, ils peuvent aussi servir sciemment à des fins de désinformation et propagande, non seulement pour diffuser massivement des messages, mais pour « discuter » en live avec des internautes.

Depuis 2022, le tout nouveau Chatbot GPT, doté d'une Intelligence Artificielle générative de haut niveau, inquiète tout particulièrement. Issu de l'entreprise OpenAI, financé par Microsoft, cet assistant capable de répondre à quasiment toutes les questions et de produire des articles, des tutoriels ou des résumés, utilise en effet comme base de données (Big Data), sans les vérifier, les informations qu'il extrait du web... donc une part non négligeable d'infox qu'il participe à diffuser à grande échelle.

Pourquoi les médias sociaux (et d'autres médias) ont-ils tendance à favoriser les infox? Parce que leur modèle économique repose sur "l'économie de l'attention" : dans un univers saturé d'informations, suivant le principe de l'offre et de la demande, notre attention (et donc le temps que nous passons devant l'écran) devient une ressource rare et précieuse. Pour assurer leurs revenus, les médias cherchent par tous les moyens à nous faire non seulement venir, mais aussi rester sur leurs pages en captant puis retenant notre attention. Et comme les infox attirent plus de clics et bénéficient de temps de consultation largement supérieurs aux informations vérifiées...



# RISQUES ET RÉGULATION DES PLATEFORMES

## Principaux risques

- La désinformation, facteur de polarisation, peut être source de conflits interpersonnels, sociaux et politiques
- Elle met en difficulté le débat démocratique, qui exige que chacun soit confronté à des idées et visions différentes des siennes, qu'il soit à même de qualifier comme opinion, fait ou pure affabulation
- Ce phénomène est accentué en cas de restriction de la liberté de la presse, lorsque les journalistes ne peuvent assurer leur rôle dans la construction de débats

Principaux acteurs pointés du doigt en relation à ces risques : les plateformes, en particulier celles des GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft), et de plus en plus les plateformes et services venant d'autres régions du monde, comme Yandex (Russie) ou TikTok (Chine).

Tout le monde n'est pas égal devant la désinformation. Ainsi, les personnes de plus de 65 ans, avec des petits revenus et des niveaux de diplômes moindres qui s'informent davantage en ligne, sont plus susceptibles de consulter des sources types « Pièges à clics », selon l'étude 2021 de la Fondation Descartes.



## Faut-il réguler les plateformes ?

C'est un point qui est loin de faire consensus. Si la plupart s'accorde sur le fait qu'une société démocratique doit disposer de sources d'informations fiables et reconnues comme telles par une très large majorité de concitoyens, tous ne sont pas d'accord sur la façon d'y parvenir et notamment, sur la pertinence et l'efficacité de contrôler les médias sociaux. Dans le camp des « contre », d'aucuns estiment la régulation impossible, d'autres évoquent la censure. Dans le camp des « pour », l'Europe en revanche s'est clairement prononcée pour une régulation qui permette à la fois d'éviter que les GAFAM ne mettent en péril le libre arbitre des citoyens en contrôlant l'information - et la désinformation - qu'ils consomment, et de maintenir la souveraineté culturelle et nationale. Par le biais des grandes plateformes, la culture américaine s'est en effet assurée d'une position dominante de fait, qui menace la diversité culturelle.

## État des lieux de la régulation européenne

La législation actuelle porte sur une régulation des plateformes les plus importantes. Plus précisément, le Digital Services Act de l'Union européenne d'Octobre 2022 vise à une responsabilisation des "plateformes numériques structurantes" , qui sont caractérisées par :

- L'acquisition d'un pouvoir sur un secteur d'activité donné tel qu'il est difficile à contester par les autres acteurs, moins puissants
- L'atteinte à la concurrence
- La remise en cause de l'accès ouvert à internet par les utilisateurs finaux, de par le fait qu'elles sont devenues incontournables pour accéder à certains contenus
- La capacité de limiter la diversité de contenus et services auxquels ont accès les citoyens

Sont ainsi concernées toutes les GAFAM.



Côté usages, voici les principaux dispositifs permettant de lutter contre la désinformation, en particulier lorsqu'elle touche à la politique.

- La Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse permet de réprimer des propos sciemment erronés, diffamatoires, injurieux ou provocants.
- Les articles L. 97 et L. 52-1 du Code électoral visent à lutter contre la diffusion de fausses nouvelles et contre la publicité commerciale à des fins de propagande électorale.
- Plusieurs articles du Code pénal permettent de sanctionner la création et la diffusion d'infos (article 226-8 ), l'usurpation d'identité sur les réseaux sociaux (article 226-4-1), la calomnie (article 226-10) ...
- La "loi contre la manipulation de l'information" du 22 décembre 2018, souvent appelée "Loi Infox", s'attaque à la diffusion d'infos sur les grandes plateformes (plus de 5 millions de visiteurs uniques par mois) pendant les campagnes électorales.

### En période électorale

Pendant les trois mois précédant un scrutin national, il est possible de lancer une action judiciaire pour interrompre la diffusion d'une publication qui répond aux critères suivants :

- La fausse nouvelle doit être manifeste
- Elle doit être diffusée massivement et de manière artificielle
- Et conduire à troubler la paix publique ou la sincérité d'un scrutin

Le juge des référés dispose alors de 48 heures pour statuer sur la nature de l'information et ordonner éventuellement sa dépublication.

### Hors périodes électorales

Les plateformes ont un devoir de coopération, ce qui signifie concrètement qu'elles sont tenues à :

- Désigner un représentant légal en France, faisant office d'interlocuteur référent avec l'Etat
- Mettre en place des dispositifs de signalement simples à trouver et utiliser
- Supprimer rapidement les contenus illicites qui leurs sont signalés
- Lutter contre les comptes qui propagent massivement des fausses informations
- Faire des efforts en matière de transparence de leurs algorithmes
- Promouvoir des contenus issus d'entreprises et agences de presse et de services de communication audiovisuelle
- Informer les internautes de l'identité des personnes/ comptes qui perçoivent des rémunérations en échange de la promotion d'informations se rattachant à un débat d'intérêt général
- Mener des actions d'éducation aux médias et à l'information et soutenir celles qui sont menées par d'autres acteurs.

C'est L'ARCOM (Autorité de Régulation de la COMmunication audiovisuelle et numérique, ex-CSA) qui est chargée de la supervision et de l'application de la loi.

Autre revendication fréquente pour assurer la diversité de l'information et la souveraineté nationale des pays hors Etats-Unis : le démantèlement des conglomérats type Alphabet ou Meta, qui assurent à ces acteurs une position dominante sur leur écosystème, et sont très difficiles à réguler dans les faits, ne laissant aucune place aux plus petits acteurs indépendants.



# DÉSINF<sup>x</sup>XEZ-V<sup>✓</sup>OUS

4 COURS POUR AGIR

[savoirdevenir.net](https://savoirdevenir.net)

[contact@savoirdevenir.net](mailto:contact@savoirdevenir.net)



SAVOIR  DEVENIR

 **POCKETS**

Savoir Devenir