

Capitaine Ludivine RELANO



## **INFLUENCE ET GUERRE INFORMATIONNELLE AU CŒUR DES DEMOCRATIES**

**Comprendre et investir un nouvel espace de conflictualité**

**2024-2025**

# SOMMAIRE

## Rapport de Spécialisation

<b>Introduction</b>	<b>4</b>
<b>I). L'influence au cœur des récits : <i>capter l'attention, susciter l'émotion dans la cacophonie informationnelle</i></b>	<b>5</b>
La théorie du transport narratif	5
Les enjeux de la bataille des perceptions	5
<i>Soft power</i> et culture, une arme d'influence au cœur des récits	6
Capter l'attention dans un environnement médiatique saturé et polarisé	7
La fabrique de l'opinion publique	8
De l'influence à la manipulation : l'exemple de la technique de la « porte-au-nez »	9
<b>II). Saturer l'espace informationnel pour déstabiliser les démocraties : <i>marchandisation de l'attention et manipulation de l'information</i></b>	<b>9</b>
Protéger l'espace informationnel	10
Distinguer mésinformation, malinformation et désinformation	11
Réseaux sociaux vs journalisme	12
Guerre cognitive et limites de la rationalité	13
Le phénomène de surinformation	14
<b>III). Outils et moyens de la lutte informationnelle : <i>les armes de la riposte des démocraties</i></b>	<b>15</b>
Comprendre l'influence des biais cognitifs sur la perception et la prise de décision	15
Communication et art oratoire : la puissance du langage	16
La force du questionnement dans le rétro-jugement	16
Manipulation des masses : l'expérience de la « Troisième Vague » de Palo Alto	17
La réponse étatique	18
Dénoncer les ingérences numériques dans le débat public : l'action défensive de VIGINUM	19
Les armes du discernement et de l'esprit critique et l'éducation aux médias	20
L'arsenal législatif	22
<b>Conclusion</b>	<b>23</b>
<b>Bibliographie</b>	<b>24</b>

## « S'ils n'ont pas de pain ? Qu'ils mangent de la brioche ! »

Cette citation, issue des « *Confessions* » de Jean-Jacques Rousseau, publiées en 1782, a été attribuée à tort à la reine Marie-Antoinette d'Autriche. En 1789, l'épouse de Louis XVI devient la cible d'une campagne de calomnies sans précédent. Les pamphlets révolutionnaires la présentent comme une reine dépravée, gaspillant les finances du royaume. Pourtant, la dette nationale trouve son origine dans la guerre de Sept Ans (1756 – 1763) et le soutien à la guerre d'indépendance américaine (1776). Surnommée avec mépris « l'Autrichienne », elle est suspectée de trahison, particulièrement après l'épisode de la fuite à Varennes en 1791. La presse et les caricatures amplifient ces rumeurs, créant un imaginaire collectif hostile. Marie-Antoinette, était-elle déjà une victime de *fake news* ? Cet exemple illustre bien comment la désinformation, à travers la diffusion d'une fausse citation, des rumeurs d'exagérations et de fantasmes, peut être utilisée pour justifier la haine de la monarchie. Guillotinée en 1793, la reine demeure l'une des figures les plus diffamées de l'histoire de France.

La force d'un récit combinée aux mécanismes cognitifs du cerveau humain s'intègre de nos jours dans une bataille des perceptions dans laquelle l'émotion compte davantage que la vérité. A une époque où l'intelligence artificielle et les nouvelles technologies du numérique - de moins en moins désincarnées - génèrent espoir et promesses d'évolutions positives et de progrès, nous n'avons pourtant jamais été aussi sensibles aux influences et à la subjectivité d'une opinion publique versatile, sorte d'égrégore prompt à juger en dehors de toute rationalité ; notre attention étant dirigée avec fébrilité vers le sensationnel et la polémique instantanée. L'information est devenue un théâtre majeur d'opérations de déstabilisation, nouvel espace de conflictualité, interconnectée avec les autres champs - *les cyberattaques ou bien encore la guerre électronique par exemple* – et la maîtrise des narratifs constitue désormais un levier de puissance et de domination des masses. Pour autant, ce phénomène n'est pas nouveau. Si l'arme informationnelle est en effet un outil idéal « *pour influencer et manipuler les perceptions d'une population en remodelant les réalités<sup>1</sup>* » à l'ère du numérique, son utilisation était déjà répandue depuis 1942 au sein de « *l'Office of War Information* » aux Etats-Unis.

De nos jours, la fatigue informationnelle, les ressorts de l'usure culturelle et sociale - sources de polarisation - sont amplifiés par l'hyper-connexion, renforcés par l'addiction aux réseaux sociaux, accélérés par un temps court où une actualité en remplace une autre et où les algorithmes redéfinissent notre manière de consommer l'information avec un appétit toujours plus vorace. L'espace informationnel est soumis à des attaques désormais perfectionnées et abouties dans un contexte de compétition globale qui fragilise les démocraties au sein desquelles on observe une perte de confiance dans les relais d'information sûrs et indépendants ainsi qu'un déficit d'esprit critique et de discernement parmi bon nombre de citoyens. Démunies face aux IA génératives qui fabriquent des *deepfakes* et produisent de faux contenus de toute pièce à la viralité exponentielle, les sociétés occidentales prennent conscience des enjeux et des intentions malveillantes à l'œuvre derrière ces actions de désinformation<sup>2</sup>.

Partant de ce constat, le questionnement portera sur les capacités d'adaptation et de plasticité cérébrale des démocraties dans l'absorption de ces évolutions tout en continuant d'assurer la préservation des principes de libertés sur lesquels elles se fondent, dans un contexte de guerre qui ne tue pas des individus mais détruit l'essence même et les principes de valeurs de nos sociétés occidentales.

Si l'influence s'inscrit au cœur des récits et sert des stratégies à l'image du *soft power*, elle se développe néanmoins dans un contexte de saturation de l'espace informationnel où l'attention devient une valeur marchande et au sein duquel des intentions malveillantes interagissent. Cependant, en s'armant d'outils efficaces et de moyens performants dans la lutte informationnelle, les démocraties ripostent dans une prise de conscience intrinsèquement liée à leur propre survie.

---

<sup>1</sup> Raphaël CHAUVANCY, « *Vaincre sans violence : manuel d'influence et de guerre de l'information* », VA, éditions 2024.

<sup>2</sup> Huit adultes sur dix estiment que la désinformation est un problème majeur dans leur pays selon une étude du *Pew research Center*, Avril 2025. Par ailleurs, la désinformation a été érigée au rang de principale menace à court terme par le *Global Risks Reports 2025* du Forum économique mondial.



## L'influence au cœur des récits

### *Capter l'attention – susciter l'émotion dans la « cacophonie informationnelle »*

A l'ère de la post-vérité ou *ère post-factuelle*, les émotions suscitées comptent davantage que l'information factuelle et chiffrée, celle-ci importe donc moins que le sentiment qu'elle génère.

Il ne s'agit plus de dire les choses telles qu'elles sont mais de les faire vivre, ressentir, de faire en sorte que celui qui les entend puisse se les approprier en vertu de ce que l'on appelle « **la tyrannie de l'émotion** ». Celle-ci est d'autant plus amplifiée qu'elle est relayée par des **systèmes d'intermédiation**, c'est-à-dire de domination des masses par des influenceurs, également appelés *leaders d'opinion*, dont les mécanismes sont détaillés à travers le *two step flow of communication* ou « théorie de la communication à double étage » développée par Paul Lazarsfeld et Elihu Katz dans leur livre « *Personal Influence, The Part Played by People in the Flow of Mass Communications* » (1955).

#### *La théorie du transport narratif*

Nous aimons les narrations qui suscitent en nous des émotions, mécanisme de communication puissant et mémorable, avec ses aspérités et ses rebondissements<sup>3</sup>. C'est parfaitement humain. Les « animaux de récit » que nous sommes préfèrent tous une bonne histoire, un *storytelling*, à la simple description ou factualité d'une information. Dans sa capacité à susciter en nous des émotions, le récit accroche spontanément notre attention, capte les audiences (même sur un format long) et vulgarise un sujet technique en réussissant à conserver notre attention et stimuler notre imagination. La **narrative transportation**<sup>4</sup> nous plonge ainsi dans un **état quasi hypnotique** où l'histoire racontée nous embarque. Le récit a donc la capacité d'installer un état mental détaché du réel pouvant même produire des effets de persuasion pérennes sur des personnes *à priori* résistantes. Et ceci, sans qu'il n'y ait besoin de faire appel à des arguments. Même un détail suffit à éveiller l'imagination et à faire naître une histoire dans nos esprits. Parce que ces récits activent plus de zones dans notre cerveau, nous les retenons mieux que les simples informations factuelles. En effet, lire ou écouter une histoire active notre zone du langage mais aussi chacun des centres sensoriels qui auraient été mobilisés si l'histoire nous était réellement arrivée. C'est donc par la narration que l'on influence directement les perceptions.

#### *Les enjeux de la bataille des perceptions*

Les **neurones-miroirs** jouent aussi un rôle dans ces perceptions : lorsque nous observons une personne agir, nous agissons en nous-même. Ces neurones très importants dans l'apprentissage par imitation, notamment chez les enfants, déclenchent l'empathie : parce qu'une personne rit ou pleure en face de nous, nous allons ressentir des émotions similaires. Plus encore, il peut arriver que l'on s'approprie une histoire qui n'est pas la nôtre en la racontant comme si elle nous était arrivée et où l'on finit par croire que nous l'avons réellement vécue alors que ce n'est pas le cas. Non seulement cela démontre le caractère souvent viral d'un bon *storytelling*, mais les histoires qui appartiennent aux autres développent notre intelligence situationnelle, émotionnelle et de *prise de décision* afin d'agir de la meilleure façon dans nos vies : **l'expérience d'autrui devient une mémoire d'expérience pour nous.**

---

<sup>3</sup> La technique narrative du « *cliffhanger* » connaît un grand succès, notamment dans les séries télévisées pour accrocher l'attention du spectateur, le fidéliser et maintenir le suspens.

<sup>4</sup> La théorie du « transport narratif » est un concept de psychologie qui étudie l'effet de la *narrative transportation* sur les individus. Elle postule que ces derniers sont souvent influencés et transformés par un récit et que celui-ci peut être utilisé pour les persuader de modifier leurs attitudes et leurs croyances (persuasion narrative).

Toute proportion gardée, cela explique par exemple le succès des séries (et notamment celles qui évoquent le survivalisme comme *The Walking Dead*, les films postapocalyptiques...) où le héros, par ses choix, ses actions, ses dilemmes moraux mais aussi sa transformation face aux épreuves qu'il traverse, nous indique une voie à suivre tout au long de l'arc narratif<sup>5</sup>. Sachant toutefois que plus de 50% de l'information produite dans le monde numérique l'est artificiellement via les intelligences génératives, cela pose cependant la question de la sincérité et de la (dès)humanisation des contenus. De surcroît, avec l'IA, les systèmes de recommandations ont permis de cibler le public le plus réceptif à certaines publications.

**Grâce aux histoires, réelles ou imaginées, la bataille attentionnelle est gagnée.** D'autant plus que nous versons aussi plus facilement dans le « spontanéisme cognitif » où le vraisemblable l'emporte sur le vrai, la forme sur le fond et l'esthétisme sur l'éthique. Car informer et communiquer sont deux choses bien différentes : *informer* consiste à transmettre des données, des faits bruts alors que *communiquer* permet de faire passer un message puissant, une parole performative, de transformer la perception et la compréhension qu'un individu pose sur un fait : celui-ci devient alors un objet façonné par les éléments de langage, par l'histoire qui vient l'envelopper.

Dès lors, nous sommes tous sensibles aux influences qui peuvent s'avérer « positives et utiles »<sup>6</sup>. L'une de ces stratégies d'influence placée **au cœur même des récits** demeure la promotion et le rayonnement de la culture française, au service du *soft power*.

### ***Soft power et culture, une arme d'influence au cœur des récits***

Selon le site internet « [Vie publique](#) », « le *soft power* se définit par la capacité d'un État à influencer et à orienter les relations internationales en sa faveur. L'État met en œuvre une **stratégie d'influence** et renforce ainsi la légitimité de son action internationale, ce qui constitue également un **facteur de puissance**. Cette influence s'exerce autant à l'égard des adversaires que des alliés et vise tous les acteurs des relations internationales. Les moyens pacifiques<sup>7</sup> qui sont activés ont pour but de convaincre les autres acteurs des relations internationales d'agir ou de se positionner dans un sens donné ».

**L'attractivité de la culture d'un pays est l'une des armes du *soft power*.** Devenue à son tour un champ de bataille global dans **une guerre des récits**, « la culture française peut encore défendre sa langue, son imaginaire et son artisanat, si elle accepte de mener **une stratégie offensive** »<sup>8</sup>. Pourtant championne du classement *Soft Power 30* en 2017, la France n'est plus qu'au 6<sup>e</sup> rang du *Global Soft Power Index* en 2025. Face à ce constat, l'industrie de la culture et de la création a été intégrée au plan d'investissement France 2030 et fait désormais partie des **axes stratégiques du ministère des Affaires étrangères**.

Car c'est toujours à travers sa culture, les images et les récits qu'elle véhicule que la « *French Touch* » continue de structurer sa puissance et **d'étendre son rayonnement au-delà des frontières**. Les effets positifs ont été particulièrement visibles au moment des Jeux Olympiques de Paris 2024 par exemple, malgré de nombreuses campagnes de désinformation, de tentatives de sabotage et de déstabilisation menées par les Russes<sup>9</sup>.

---

<sup>5</sup> Paul-Marie CHAUMONT, *No Com*, cours magistral à l'EFAP (MBA CPI), 2025.

<sup>6</sup> Thierry WELLHOFF, « *Guide de survie d'un entrepreneur de la Com* », dans *les coulisses d'une agence de communication* », TW&A, 2024.

<sup>7</sup> Par opposition au « *hard power* », le pouvoir de contrainte qui désigne la menace ou l'emploi de la force par un État, et qui revient actuellement avec une brutalité certaine sur la scène internationale avec un nouvel ordre mondial entre les plus grandes puissances.

<sup>8</sup> Maxime HANSEN, Challenges, « *Cinéma, musique, jeux vidéo... Guerre culturelle mondiale : la France est-elle prête ?* », Août 2025.

<sup>9</sup> Sont ici évoqués « les punaises de lit », « les cercueils à la Tour Eiffel », « les croix de David taguées » répertoriés dans un Rapport de VIGINUM intitulé « *Synthèse de la menace informationnelle ayant visé les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024* » à lire [ici](#).

Le milieu de la production audiovisuelle et cinématographique est tout aussi performant dans son domaine et le succès de la série « *Emily in Paris* » (bien qu'américaine) en témoigne avec une apparition de la Première Dame de France dans la saison 4 et la volonté affichée, dans les médias, du Président de la République que la saison 5 soit tournée à Paris.<sup>10</sup> Autre exemple cette fois-ci dans l'univers des jeux vidéo de rôle : le studio montpelliérain *Sandfall Interactive* a vendu plus de 3 millions d'exemplaires de « *Clair Obscur : Expédition 33...* » dont un tiers en un seul week-end ; l'intrigue ancrée dans le Paris de 1900 a particulièrement séduit les Chinois et les Américains.

Mais alors que le réel se fragmente, se dilue dans les récits et les imaginaires collectifs (le sociologue Gérard BRONNER en a fait le sujet de son dernier ouvrage *A l'assaut du réel, vers la post-réalité ?*), il devient impératif de revenir aux fondamentaux de ce qui lie une société, *a fortiori* quand celle-ci est démocratique, **à travers sa langue, son histoire et sa culture**. L'enjeu ici, est de positionner cette dernière au rang stratégique (influence, diplomatie) en tant que vitrine de la démocratie et puissant levier de rayonnement à l'étranger.

La [Red Team Défense](#) du ministère des Armées a ainsi imaginé différents scénarios<sup>11</sup> dont l'un traite d'une guerre d'influence où les industries culturelles et créatives (musique, cinéma, animation, jeux vidéo, mode, gastronomie, *design*), deviendraient des « armes douces » instrumentalisées. Une sorte d'écho à ce que Marshall McLuhan annonçait déjà en 1970 : « *la troisième guerre mondiale sera une guérilla de l'information, sans distinction entre la participation militaire et civile* »<sup>12</sup>.

Les guerres d'aujourd'hui se jouent déjà sur le terrain informationnel. Les manipulations de l'information viennent massivement alimenter l'espace médiatique en le saturant de manière continue.

### ***Capter l'attention dans un environnement médiatique saturé et polarisé***

De nos jours, 1 Français sur 2 souffre de « fatigue informationnelle ». Ils sont des millions à fuir désormais un écosystème médiatique saturé d'informations répétitives, anxigènes et conflictuelles. Nous assistons non seulement à une surcharge cognitive mais également au rejet du système informationnel dans son ensemble. Ce phénomène est qualifié par l'étude ObSoCo<sup>13</sup> (2024) « *d'exode informationnel progressif, momentané ou plus pérenne* », ce qui pose un véritable problème démocratique dans la mesure où le rapport du citoyen à l'information devient difficile, dans une ère d'hyper-connexion où l'accès à internet aurait dû être une source de progrès et de développement pour l'espèce humaine.

Cet environnement médiatique bruyant, alimenté en permanence, génère de nombreux et nouveaux défis : lorsque nous nous exprimons devant des publics, inspirer la confiance pour mettre en mouvement, exposer sa pensée pour embarquer, incarner une vision pour mobiliser, induire de l'authenticité et du leadership pour fédérer, délivrer une parole puissante pour influencer, soutenir un message fort dans un espace informationnel saturé d'instantanéité<sup>14</sup> tout en suscitant de la viralité et en s'inscrivant dans une démarche éthique avec de la profondeur, devient un exercice périlleux et difficile tant la société est polarisée, fragmentée, divisée et « archipelisée »<sup>15</sup>, prompte à la critique et manipulée par les algorithmes jamais neutres des réseaux

---

<sup>10</sup> Variety, by Elsa KESLASSY, « *Emmanuel Macron gives rare sit-down interview about France's Cultural Boom, the dangers of AI, Taylor Swift's Power and losing « Emily in Paris » to Rome* », [article de presse](#), Octobre 2024.

<sup>11</sup> Red Team, « *Ces guerres qui nous attendent – 2030 – 2060* », scénario « [Chronique d'une mort culturelle annoncée](#) », saison 1.

<sup>12</sup> David COLON, « *La guerre de l'information, Les États à la conquête de nos esprits* », Tallandier Essais, 2023.

<sup>13</sup> ObSoCo : étude réalisée en 2024 « [L'exode informationnel](#) » par l'Observatoire Société & Consommation.

<sup>14</sup> Gérard BRONNER utilise l'expression de « cacophonie informationnelle ».

<sup>15</sup> Jérôme FOURQUET, « *L'archipel français* », Éditions du Seuil, 2019.

sociaux qui l'enferment dans des bulles informationnelles hermétiques qui, telles des « chambres d'écho », amplifient les « passions tristes »<sup>16</sup>. La polarisation, dialogue impossible reposant sur des narratifs souvent malveillants ou sujets à polémique, désigne la fragmentation croissante de la société en groupes antagonistes et opposés sur les questions existentielles liées à l'avenir de la société. Dès lors, que les citoyens ne sont plus capables de se parler ou de se comprendre, voire qu'ils se considèrent comme des ennemis, notamment sur le plan idéologique, la démocratie est particulièrement fragilisée.

De surcroît, alors que les dirigeants évoluent dans un monde où leurs prises de parole peuvent instantanément se propager via les réseaux sociaux, de son côté, l'intelligence artificielle, de son côté, accélère et personnalise la création de contenus, transformant profondément l'impact de leurs messages. Le discours tend vers l'affect ; les idées, le raisonnement, le débat comptent moins que les vibrations émotionnelles qui envahissent l'espace public et médiatique au gré des soubresauts d'une opinion publique souvent versatile. « *Mais une démocratie saturée d'émotions, sans cadre, sans délibération, sans contrepoids rationnel nous fait courir un risque majeur : celui d'abandonner l'idée à la sensation, le dialogue à l'instinct et la délibération à l'impulsion* »<sup>17</sup>. De nouveaux enjeux émergent : ils sont de nature sociétale et influencent directement l'opinion publique qui erre entre les mutations d'un paysage informationnel en constante évolution.

### ***La fabrique de l'opinion publique***

« *En parallèle, la fenêtre d'Overton et la post-vérité redéfinissent les normes d'acceptabilité et mettent au défi l'authenticité et la crédibilité des dirigeants* »<sup>18</sup>. Théorisé par Joseph P. Overton, le concept de la fenêtre du même nom a été résumé par le journaliste Osita Nwanvu comme suit : « *la fenêtre de discours décrit la gamme d'idées qui peuvent être publiquement discutées sans être considérées comme trop extrêmes. Avec le temps, cette fenêtre peut être déplacée, rendant acceptable ce qui était autrefois impensable* ». Pour illustrer cette théorie et comprendre le succès du style oral, simple, direct, de rupture de Donald Trump par exemple, il suffit d'étudier sa stratégie de normalisation d'une position extrême par la multiplication de déclarations polémiques comme ce fut le cas avec la proposition de transformer la bande de Gaza en « Riviera du Moyen-Orient » ou bien de « fusionner » le Canada avec les Etats-Unis. Cette théorie est également l'un des sujets centraux de la série française *La Fièvre* (2024) qui donne à voir le processus de la fabrique de l'opinion. Ainsi, un tel dispositif « qui permet de trier, parmi tous les énoncés possibles, ceux qui vont pouvoir être acceptables à l'intérieur (...) d'un champ de scientificité » n'est pas seulement une affaire d'individus et de déclarations médiatiques ; il est le fruit d'une conception du monde collectivement partagée, une question de structure plutôt que de mots. Il faut alors, pour mieux comprendre comment la fenêtre d'Overton s'élargit, notamment dans le cadre des élections présidentielles américaines, discerner à travers les petites phrases les lames de fond qui les ont rendus acceptables.

Un exemple marquant du déplacement de la **fenêtre d'Overton** est celui du cannibalisme, idée inconcevable notamment pour les sociétés occidentales, et dont la pratique, par étapes, pourrait finir par devenir acceptable (dans un contexte de survie par exemple) avec un changement moins négativement et plus scientifiquement connotée : on parlera alors « d'anthropophagie ». Pour être acceptée par l'opinion publique, l'idée doit ainsi franchir sept paliers : l'impensable > le radical > l'acceptable > le raisonnable > le populaire > la politique publique (loi). Plus récemment, les débats qui agitent les parlementaires et plus globalement l'opinion publique sur le sujet de la création d'un droit d'aide active à mourir (également appelé « suicide assisté » ou « euthanasie » selon la rhétorique que l'on veut employer de part et d'autre) dans la proposition de loi sur la fin de vie – « rupture anthropologique » ou « nouveau modèle français de la fin de vie », en est une autre illustration, plus contemporaine et sociétale mais non moins clivante.

---

<sup>16</sup> Gérard BRONNER : « les passions tristes sont la haine, la vengeance, le ressentiment, l'envie, la peur » selon Spinoza.

<sup>17</sup> Nicolas BORDAS, « *Et si on évitait à la démocratie de se noyer dans l'émotion ?* », newsletter « L'idée qui tue de la semaine ».

<sup>18</sup> Aude de CASTET, ACC, cours magistral à l'EFAP (MBA CPI), 2024.

## *De l'influence à la manipulation : l'exemple de la technique de la « porte-au-nez »*

Présentant quelques similarités avec le concept de la fenêtre d'Overton sans pour autant être identique, **la technique de persuasion** ou de manipulation appelée « **porte-au-nez** » peut s'appliquer à chacun d'entre nous. La dynamique de cette stratégie repose d'abord sur un refus initial. Cette technique consiste à formuler dans un premier temps une requête trop importante pour qu'elle puisse être acceptée avant de formuler la demande portant sur le comportement attendu et qui s'avèrera être volontairement de moindre importance. Cette méthode a été expérimentée en 1975 par Cialdini, Vincent, Lewis, Catalan, Wheeler et Darby<sup>19</sup>. Obtenant des résultats positifs spectaculaires, ce procédé n'est pas si nouveau puisqu'il était déjà souvent employé dans le cadre de la négociation et du marchandage : on commence par demander beaucoup pour obtenir moins, le refus de l'exorbitant permettant l'acceptation plus aisée de ce qui paraît ensuite raisonnable.

---

La théorisation des principes et stratégies d'influence, de manipulation de l'information ainsi que la compréhension des enjeux qui leur sont inhérents porte désormais la réflexion vers leur utilisation au sein des sociétés démocratiques. La question de leur emploi et de leurs conséquences directes sur le citoyen doit être posée et analysée à travers le prisme d'une nouvelle forme de conflictualité : celle de la guerre informationnelle.



## **Saturer l'espace informationnel pour déstabiliser les démocraties**

### ***Marchandisation de l'attention et manipulation de l'information***

Dans un monde nouveau où l'intelligence artificielle, appuyée par les réseaux sociaux et le développement des nouvelles technologies du numérique, redéfinit la manière de consommer l'information et l'actualité, la **désinformation**<sup>20</sup>, qui pourtant n'est pas nouvelle, devient une arme massivement déployée dans une guerre « hybride », qui ne dit pas son nom, et que nous n'avons pas su prévoir et anticiper<sup>21</sup>. La conséquence du déversement de fausses informations dans l'espace médiatique, couplé à une infobésité instantanée et éphémère, est la transformation de la population en **individus paranoïaques** qui, ne sachant plus quoi croire, ne croient plus en rien<sup>22</sup> et dont la **captation de l'attention** devient la **valeur marchande** la plus convoitée par toutes sortes d'acteurs (politiques, entreprises, publicitaires, influenceurs) dont les intentions ne sont pas toujours bienveillantes. Désormais, la perception l'emporte sur la réalité, l'émotion sur la vérité, l'instantanéité sur le temps long et la simplification sur la complexité.

Protéger notre espace informationnel et la qualité des contenus qui y circulent devient un enjeu fondamental pour nos démocraties car sans confiance et sans faculté de croire, les populations perdent leur capacité à penser, juger et agir.

---

<sup>19</sup> Robert-Vincent JOULE, Jean-Léon BEAUVOIS, « *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens* » Broché, PU Grenoble, 2014.

<sup>20</sup> La désinformation est une fausse information diffusée avec la volonté de nuire, de porter préjudice et d'induire en erreur.

<sup>21</sup> David COLON, « *La guerre de l'information, Les États à la conquête de nos esprits* », Tallandier Essais, 2023.

<sup>22</sup> Chloé DEBIEVE : « *La désinformation se propage lorsque la confiance se réduit et que la défiance grandit : nous devenons aptes à douter de tout et ne plus croire en rien* ».

## **Protéger l'espace informationnel**

Si la **guerre de l'information** peut être considérée comme le « *recours à l'information pour infliger un dommage à l'adversaire ou le soumettre à sa volonté* », elle désigne au sens strict de sa définition « *le fait pour un État de recourir à l'information comme une arme à des fins militaires, politiques, économiques, culturelles ou diplomatiques* »<sup>23</sup>, elle est donc une guerre totale qui touche tout le monde dans les différents segments de la société. Le champ de l'information devient dès lors un **espace de conflictualité** à part entière. Les vecteurs de communication, nombreux et puissants, que l'intelligence artificielle démultiplie à l'infini, diffusent en permanence une information qui se nourrit de tout et de n'importe quoi. Dans ce contexte, la démocratie présente une forme de vulnérabilité face aux différentes techniques de manipulation de cette information. Techniques qui ont connu un essor fulgurant avec l'arrivée du numérique dans nos sociétés.

Dans son livre *Nexus, une brève histoire des réseaux d'information de l'âge de pierre à l'IA*, Yuval Noah Harari va encore plus loin encore. Selon lui, « *le réseau d'information de nombreuses démocraties est en train de partir à vau-l'eau* ». Il cite l'exemple des Etats-Unis : « *démocrates et républicains ne sont plus capables de se mettre d'accord sur rien, même les faits les plus élémentaires – par exemple qui a remporté l'élection présidentielle de 2020* »<sup>24</sup>.

Ce délitement, voire cet **effondrement des réseaux d'information démocratiques** aurait pour responsables les algorithmes des réseaux sociaux et au-delà l'intelligence artificielle qui les commande ainsi que des entités opaques ou « proxy » - des acteurs non officiels coexistant avec des institutions publiques - qui les détourneraient à de mauvaises fins. La Russie, par exemple, recrute des « free-lances » étrangers et opportunistes ainsi que des influenceurs rémunérés dont les missions consistent en la collecte d'informations, la diffusion de propagande et l'amplification de la désinformation avec l'Europe comme principale cible de cette « *confrontation informationnelle* »<sup>25</sup>. Ces assaillants visent principalement les organes politiques européens ou des infrastructures étatiques essentielles au bon fonctionnement des pays et de leur démocratie<sup>26</sup> mais également leurs citoyens, créant un bruit de fond médiatique constant et assourdissant.

A titre d'exemple, le **mode opératoire d'attaque (MOA) APT28**, attribué publiquement par l'Union européenne à la Russie<sup>27</sup> était régulièrement employé pour cibler des organisations gouvernementales et militaires ainsi que les secteurs de la défense, de l'énergie et des médias. Ce MOA a été mis en œuvre à des fins de collecte de renseignements stratégiques : en France, il pointait des entités ministérielles, des collectivités territoriales, des administrations, des entreprises du secteur de la Base industrielle et technologique de Défense (BITD)<sup>28</sup>, de l'aérospatial mais également des entités du secteur de la recherche, de l'économie, de la finance et des groupes de réflexions (*think-tank*).

---

<sup>23</sup> David COLON, « *La guerre de l'information, Les États à la conquête de nos esprits* », Talandier Essais, 2023.

<sup>24</sup> Yuval Noah HARARI, « *Nexus, une brève histoire des réseaux d'information de l'âge de pierre à l'IA* », Éditions Albin Michel, 2024.

<sup>25</sup> Régis SOUBROUILLARD, Challenges, « *La lutte informationnelle tient l'Europe en alerte* », 30/04 au 06/05/25.

<sup>26</sup> Les attaques contre le SPD allemand ou le parti « En marche ! » d'Emmanuel Macron ont ainsi rendu célèbre [APT28](#).

<sup>27</sup> A titre d'exemple, la *Social Design Agency* (SDA) dont le siège est à Moscou, est l'un des principaux bras armés de la Russie dans la guerre de l'information. Elle aurait produit 140 000 contenus entre janvier 2023 et avril 2024 : des articles générés par IA, de faux sites médias, des *deepfakes* ou des campagnes pour amplifier certains discours extrémistes. La SDA est dirigée par Ilya Gambashidze, proche du Kremlin, qui a orchestré l'opération Doppelgänger dénoncée par Viginum et qui consistait à créer en ligne des répliques de médias européens pour diffuser des *fake news*.

<sup>28</sup> Ministère des Armées, « *Panorama des ingérences à l'encontre de la sphère de Défense en 2024* », 2025 « *L'année 2024 s'est caractérisée par un nombre élevé et constant d'atteintes à l'encontre des entreprises de la base industrielle et technologique de Défense (BITD). Néanmoins stable par rapport aux chiffres de 2023, le bilan confirme une tendance de fond observée sur les dernières années. La DRSD a constaté que le vecteur humain demeure prépondérant avec toutefois une forte croissance du nombre d'incidents cyber signalés qui ont doublé depuis 2023* ».

Cette **guerre « hybride »** et « non conventionnelle » prend ainsi le visage de **campagnes de désinformation** visant les institutions et les organes de la démocratie (les élections présidentielles de 2017 et législatives de 2024 en France par exemple, ont fait l'objet d'intenses actions de désinformation<sup>29</sup>) mais aussi les entreprises (et particulièrement celles de la BITD, à l'image de la cyberattaque dont a été victime Naval Group en juillet 2025 et qui s'est révélée être davantage une manœuvre d'atteinte réputationnelle à l'aube d'un gros contrat avec un État étranger). Cette guerre qui ne connaît pas de frontières et qui s'installe durablement avec une « permanence »<sup>30</sup> difficile à contenir et à juguler ne distingue pas les militaires des civils mais frappe chaque citoyen. Les effets sont directs et sans affrontement physique : **affaiblissement de la confiance envers les institutions, cohésion nationale minée dans une société polarisée, crédibilité subjective** où l'émotion domine la vérité. Pour protéger l'espace informationnel, le général Bruno Courtois (Sopra Steria, à la tête du *think tank* « Pégase ») propose de fonder la réponse opérationnelle sur le triptyque suivant : « **puissance, confiance et souveraineté** »<sup>31</sup> dans une lutte qui se veut et se doit efficace contre les différentes formes de manipulations de l'information.

### *Distinguer mésinformation, malinformation et désinformation*

La « **bonne information** » est une information d'intérêt pour le public, fiable, factuelle et vérifiée, elle ne présente aucune intention de nuire lors de sa diffusion mais elle est surtout et par essence véridique et vérifiable. La **mésinformation** n'a pas la volonté de nuire mais elle consiste en la diffusion d'une fausse information par son émetteur sans conscience ni volonté d'induire en erreur. Cette forme est très présente sur les réseaux sociaux car relayée par des utilisateurs n'ayant pas conscience que l'information est fausse, faute de capacités de discernement et d'esprit critique suffisamment développées. Elle est en revanche difficile à contrer. La **désinformation** est, quant à elle, une fausse information diffusée avec le dessein de porter préjudice et dont le caractère inexact est connu par l'émetteur (donc volontairement trompeur), le but étant d'agir sur les perceptions pour manipuler l'opinion publique (la diffusion est ici volontaire et intentionnelle). Enfin, la **malinformation**, moins connue mais tout aussi néfaste, est une information véridique qui va être détournée pour mieux tromper le récepteur. Il s'agit ici de sortir l'information de son contexte à des fins malveillantes<sup>32</sup>. Il y a donc une intentionnalité sans recours à une fausse information mais par le détournement d'une information qui repose bien sur des faits<sup>33</sup>.

Les **fausses informations** (*infox* ou « *fake news* », toujours mensongères et délibérément biaisées) se propageant de manière exponentielle<sup>34</sup> avec une ampleur exacerbée par les algorithmes et une viralité parfois provoquée artificiellement par des techniques telles que les « **fermes à bots** » ou bien *l'astroturfing*, il devient ainsi extrêmement difficile de rétablir des vérités et de dénoncer les contre-vérités surtout lorsqu'elles ont pour but de susciter colère et indignation. Ce qui compte n'est plus ce qui est vrai mais ce qui est cru.

---

<sup>29</sup> Thierry WARIN : « *La désinformation représente une menace directe pour les processus démocratiques en déformant les résultats électoraux et en sapant l'intégralité des élections. Lorsque des électeurs prennent des décisions basées sur de fausses informations, la légitimité des responsables élus et des politiques qu'ils mettent en œuvre peut être remise en question. Cela sape le contrat social car le principe fondamental de la démocratie – la gouvernance par le consentement éclairé des gouvernés – est compromis* » dans *Disinformation in the Digital Age : Impacts on Democracy and Strategies for Mitigation*, For Reflection, Cirano, 2024.

<sup>30</sup> Permanence : « caractère de ce qui demeure constant et inaltérable dans le temps – qualité d'une chose ou d'un état qui persiste sans fluctuation » - Site « La langue française ».

<sup>31</sup> Bruno COURTOIS, L'Opinion, « *Pourquoi la France doit protéger son espace informationnel* », Août 2025.

<sup>32</sup> Chloé DEBIEVE, « *Influence et guerre de l'information* », intervention à l'École de guerre économique EGE (Club Influence), 31 mars 2025. Retrouvez le schéma des manipulations de l'information par Chloé Debiève [ici](#).

<sup>33</sup> Diplomatie – Affaires stratégiques et relations internationales, « *Géopolitique de la désinformation* », n°87, Août-Septembre 2025.

<sup>34</sup> Sur les réseaux sociaux, une fausse information circule 6 fois plus vite qu'une information vérifiée. La fausse information est généralement peu coûteuse, facile et rapide à créer et diffusée de manière instantanée et massive avec un fort impact selon sa viralité.

Ce constat a été théorisé dans « la loi de Brandolini » dont le principe est très simple : « la quantité d'énergie nécessaire pour réfuter de fausses informations (des « sottises ») est supérieure d'un ordre de grandeur à celle nécessaire pour les produire ». On observe ainsi une prime d'écoute et de crédibilité au premier qui parle et à la pensée la plus simple, parfois et même souvent erronées, volontairement ou non. **Lorsque l'on réfute une « infox », c'est finalement revenir à médiatiser la désinformation initiale**, et même parfois à la renforcer par un effet pervers (biais de confirmation, notamment dans la sphère complotiste). Surtout que d'un point de vue purement économique, « *la production d'informations fiables, vérifiées, recoupées est nettement plus onéreuse que celle de contenus à l'emporte-pièce rédigés par des personnes qui ne vérifient pas l'information et ne croisent pas les points de vue* » pour Adrien Sénecat, membre des Décodeurs<sup>35</sup>. Finalement, il ne s'agit pas tant de rendre les *fake news* moins visibles que de réussir à positionner l'information vraie bien au-dessus - facilement et rapidement accessible - d'autant plus que 53% des personnes interrogées par l'ObSoCo<sup>36</sup> avouent avoir du mal à distinguer une vraie information d'une fausse<sup>37</sup> et que 73% des sondés estiment que la démocratie fonctionne mal.

Le « bruit de fond » peut alors suffire à lui-même pour convaincre : or, « *avoir raison ne suffit pas, il faut saisir l'initiative* »<sup>38</sup>. VIGINUM<sup>39</sup>, qui détecte et analyse les phénomènes inauthentiques affectant le débat public numérique français, observe par exemple à quel point telle ou telle désinformation devient virale ou non afin de la « *debunker* »<sup>40</sup> si nécessaire dans plusieurs rapports consultables sur le site du SGDSN (*Secrétariat Général de la Défense et de la Sécurité Nationale*).

L'objectif de nos compétiteurs, Russie en tête, est avant tout de créer la **discorde et la polarisation** au sein d'une population à des fins de **déstabilisation** en recourant à la désinformation qui touche profondément aux perceptions, aux opinions et aux croyances d'une société. Quand des individus ne croient plus en la parole étatique, la science ou dans ses médias traditionnels, on observe alors, au sein des démocraties, la croissance plutôt inquiétante de la sphère complotiste et des médias alternatifs diffusant de faux narratifs servant leurs auteurs. On assiste d'ailleurs depuis les années 2000, à l'affaiblissement des institutions officielles pourvoyeuses d'information et d'idéologie (Etat, universités, journalisme etc.) face à la montée des réseaux sociaux et la « *dérégulation massive du marché cognitif* »<sup>41</sup>.

### ***Réseaux sociaux vs journalisme***

Si les réseaux sociaux amplifient les effets de communauté et d'engagement en favorisant les sujets clivants, ceux qui suscitent le plus de réactions, synonymes de clics et de recettes publicitaires, mettent ainsi en avant les propos et articles les plus polémiques. Dans ces conditions, la question de l'accès à l'information vraie se pose davantage aujourd'hui à une époque où sur les plateformes, « *à peu près n'importe qui peut dire n'importe quoi* ».

---

<sup>35</sup> Marie-Anne CEYSSAC, The Good, « *Les médias, dans la tourmente de la désinformation* », n°11, Avril-Mai-Juin 2025.

<sup>36</sup> ObSoCo : L'Observatoire Société & Consommation : découvrir l'étude [ici](#).

<sup>37</sup> En 2023, une étude menée par Reuters Institute portait ce chiffre à 56% des personnes interrogées.

<sup>38</sup> Samuel HENRY, visioconférence : « *Influence et guerre de l'information, Les concepts* », 4 mars 2025.

<sup>39</sup> Viginum est le service de vigilance et de protection contre les ingérences numériques étrangères qui détecte dans le débat public numérique français les atteintes potentielles aux intérêts fondamentaux de la Nation, les contenus manifestement inexacts ou trompeurs, la diffusion artificielle ou automatisée massive ou délibérée de fausses informations et l'implication directe ou indirecte d'un acteur étranger (étatique, paraétatique ou non étatique) en matière d'ingérences numériques étrangères ainsi que leurs différents modes opératoires.

<sup>40</sup> Le *debunking*, souvent traduit par « *démystification* » consiste à exposer et réfuter des croyances ou théories jugées erronées telles que les *fake news*, les théories complotistes, les rumeurs, les mythes et les légendes urbaines.

<sup>41</sup> Gérald BRONNER, « *Apocalypse cognitive, La face obscure de nos cerveaux sous l'emprise des écrans* », Le Livre de Poche, 2025.

Pour Adrien Sénécat, membre de l'équipe des Décodeurs du Monde, « là où il fallait auparavant une imprimerie ou une radio pour diffuser de l'information, les réseaux sociaux ont réduit le coût d'entrée à néant. D'une majorité de sources professionnelles, on est passés à des sources para-professionnelles puis à n'importe quoi, voire à des émetteurs malveillants »<sup>42</sup>. Ce qui auparavant apparaissait comme « intangible » parce qu'imprimé matériellement sur du papier peut désormais être modifié, transformé, amplifié sur les supports numériques, il s'agit d'un véritable « exode informationnel » des médias traditionnels vers les médias alternatifs et les réseaux sociaux. **Les réseaux sociaux ont ainsi créé une certaine forme d'horizontalité** en plaçant l'émetteur sur le même plan que le récepteur et en simplifiant parfois à l'extrême des sujets complexes nécessitant une réflexion plus approfondie (plus mesurée et nuancée), avec un travail scientifique en amont par exemple (le climato-scepticisme défie les raisonnements des experts du climat) ou journalistique (travail d'investigations).

Notre rapport au temps dans la consommation de l'information est aussi extrêmement transformé dans une société hyper connectée où l'actualité en remplace une autre, où les bandeaux des chaînes d'information en continu se succèdent, où les publications sur les réseaux sociaux connaissent une durée de vie de quelques heures seulement. C'est pourtant l'économie de notre attention qui est en jeu, trop souvent marchandée et soumise aux buzz, au sensationnel, aux accroches ou aux pièges à clics, sans aucune hiérarchisation de valeur quant à la qualité et la fiabilité de l'information diffusée.

De plus, cette caisse de résonance est amplifiée par des **influenceurs sans légitimité** qui profitent de clics générés par des polémiques pour s'enrichir. Des anonymes sans opinion ni même intérêt pour le sujet qu'ils portent sur leur compte peuvent être rémunérés pour diffuser, voire commenter des *fake news*. Et lorsqu'ils ne sont pas suffisants, des robots ou « fermes à bots » prennent le relais, simulant des actions humaines coordonnées (*astroturfing*). Cette pratique qui consiste à créer de faux mouvements citoyens spontanés au profit d'intérêts privés ou de structures étatiques étrangères, se développe d'autant plus avec l'intelligence artificielle qui joue un rôle prégnant sinon aggravant dans la guerre informationnelle et cognitive qui submerge nos écrans.

### ***Guerre cognitive et limites de la rationalité***

**La guerre cognitive** est une forme de combat – pas si nouvelle d'ailleurs - qui se déroule sous le seuil de la conflictualité. Le cerveau humain devient un champ de bataille inédit où se jouent la confrontation et l'action de l'adversaire afin de façonner nos émotions, de modifier nos actes, de transformer nos croyances et nos intuitions, d'orienter nos comportements et de conditionner notre pensée. Activant les leviers de la peur et de la confusion, l'action de riposte venant des démocraties (avec pour ligne rouge de ne jamais mentir) peut ainsi être paralysée face aux manœuvres de « déception » (action de tromper l'adversaire par la dissimulation ou la simulation dans le vocabulaire militaire) agissant sur les forces morales et la cohésion d'une Nation<sup>43</sup>. Les mécanismes de notre compréhension du monde réel et les prises de décision qui peuvent en découler en sont alors altérés puisque ces opérations viennent déformer sinon annihiler nos systèmes de pensée et de réflexion<sup>44</sup>. L'ancien chef d'état-major des Armées, le général Thierry Burkhard a conceptualisé ce phénomène en expliquant qu'il s'agit ici de « *gagner la guerre avant la guerre* ».

---

<sup>42</sup> Marie-Anne CEYSSAC, « *Les médias, dans la tourmente de la désinformation* », The Good, n°11, Avril-Mai-Juin 2025.

<sup>43</sup> « *La force d'une cité ne réside ni dans ses remparts, ni dans ses vaisseaux, mais dans le caractère de ses citoyens* » - Thucydide.

<sup>44</sup> Pour Bernard CLAVERIE, psychologue et physiologiste, spécialiste en sciences cognitives appliquées, « *s'il faut donner une définition, on peut dire que la guerre cognitive est a minima un domaine de recherche – et vraisemblablement une manière de contribuer à préparer et conduire la guerre ou des actions hostiles -, mis en œuvre par des acteurs étatiques ou non étatiques. Elle recouvre les opérations cherchant à déformer, empêcher ou annihiler les mécanismes de pensée de l'adversaire, la conscience de sa situation et sa capacité de décision, par une approche scientifique et en usant de moyens technologiques, en particulier numériques* ».

Selon lui, la « *guerre informationnelle est devenue une arme très puissante qui permet d'agir sous le seuil de l'engagement armé avec une forme d'impunité* » où la « *compétition devient permanente et où la faiblesse peut se payer cher* »<sup>45</sup>. C'est également dans cet espace de conflictualité que des stratégies d'influence (de *soft power* ou de *dark nudging / patterns*) sont mises en œuvre à des fins de déstabilisation ou d'intentions malveillantes<sup>46</sup>.

Car dans notre quotidien, nous sommes tous soumis aux influences, voire aux manipulations. Il convient de bien distinguer les deux et d'appréhender les **limites de notre rationalité**. Que ces influences soient internes ou externes, il convient, pour s'en prémunir, de « booster son système immunitaire intellectuel », nourrir son **esprit critique** et identifier ses **biais cognitifs**<sup>47</sup>. Le sociologue Gérald Bronner parle de « **lests anthropologiques** ». Il explique notamment que dans notre société de la connaissance, plus nous en accumulons et plus, paradoxalement la part de ce que nous savons diminue proportionnellement face à l'immensité de notre ignorance.

Nous n'avons donc pas d'autres choix que de « croire par délégation » en accordant notre confiance à ceux qui détiennent le savoir... et l'information. Mais ce système est aujourd'hui largement remis en cause depuis la popularisation d'internet dans le monde entier. Alors que l'on croyait que l'information et la connaissance seraient disponibles pour tous en un simple clic, nous nous apercevons que nous sommes de plus en plus submergés par la quantité d'informations circulant sur la « toile » alors que parallèlement, notre capacité de concentration diminue. **Elle est désormais de 9 secondes chez les Digital Natives**. Par ailleurs, dès 1956, en ce qui concerne nos capacités de concentration et de mémorisation, la **loi de Miller** (du psychologue spécialiste en sciences cognitives George A. Miller) nous apprend que l'être humain, en situation normale, est en capacité de mémoriser à court terme 7 + ou - 2 unités (objets, mots, lettres, nombres...); en réalité et dans la pratique, plutôt 3 à 4 informations en même temps en situation calme, 1 à 3 informations en situation dégradée et 0 à 2 informations en situation critique ou vitale<sup>48</sup>. Nous perdons ainsi jusqu'à 40% de nos performances mentales en situation de stress, d'incertitude ou d'ambiguïté. Le cortex préfrontal qui gère les informations rationnelles est alors court-circuité et nous basculons dans l'amygdale (le cerveau émotionnel), générant primitivement trois réflexes naturels : fuite, riposte ou abdication. Notre attention est alors concentrée uniquement vers le danger. Dans un contexte informationnel, ce « danger » (l'infobésité) sature nos capacités cognitives et transforme pas à pas notre système de pensée et notre manière de consommer l'information.

### ***Le phénomène de surinformation conduit à une fatigue informationnelle accentuée par l'hyperchoix***

Notre cerveau n'est pas multitâches, il fonctionne de manière séquentielle et l'abondance d'informations nous épuise. Ainsi, 1 Français sur 2 affirme souffrir de fatigue informationnelle ou en être stressé tandis qu'à notre époque, nous générons chaque jour autant de données qu'entre le début de la civilisation et le XXI<sup>e</sup> siècle. **Cette crise de l'attention liée à la surinformation (ou infobésité) est également accentuée par le phénomène de l'hyperchoix** qui *complexifie la prise de décision* et accentue la peur de se tromper face à la multiplicité. C'est pourquoi la crainte de passer à côté d'une information jugée importante ou de manquer une nouvelle, un événement à venir crée chez certains individus une anxiété sociale portant le nom de **FOMO** (*fear of missing out*), les conduisant à une hyper-connectivité à la fois toxique et malsaine.

---

<sup>45</sup> Laurence DEFRANOUX, « *Général Thierry Burkhard : « Les Européens doivent être prêts à prendre des risques pour maintenir la paix en Ukraine »* », Libération, Août 2025.

<sup>46</sup> En juillet 2025, le général Thierry Burkhard, ancien CEMA, a dénoncé publiquement la campagne de désinformation menée par la Chine à l'encontre de l'avion de combat Rafale après la perte d'un appareil indien dans le conflit avec le Pakistan lors de l'opération « Sindoor ».

<sup>47</sup> Gérald BRONNER, conférence à la Sorbonne Université : « *Développer son esprit critique face au monde de la désinformation, Les limites de la rationalité* », 4 mars 2025.

<sup>48</sup> Laurent COMBALBERT, « *L'art de la négociation en situation de crise* », conférence à l'École de Guerre Économique, 7 avril 2025.

Pour bien illustrer les impacts de la multitude de choix sur la prise de décision, une étude réalisée dans les années 2000 par Lyengar et Lepper a démontré qu'un acte d'achat a plus de chances d'aboutir quand le consommateur fait face à un choix restreint. Ainsi, dans un supermarché, il a été disposé un stand proposant seulement 3 types de confitures différentes et un autre stand avec une variété plus étendue comprenant 16 pots de confitures. Si l'expérience démontre que les individus sont davantage attirés par le stand le plus fourni et donc apprécient la diversité, c'est pourtant le stand ne proposant que 3 pots de confitures différents qui suscita le plus d'actes d'achat. Cette pratique est ainsi couramment employée dans le monde de la vente et du luxe. La peur de se tromper ou tout simplement de ne pas être pertinent dans ses choix implique des **efforts cognitifs et psychologiques qui peuvent rapidement devenir anxiogènes** et par conséquent bloquer la prise de décision. *Nous avons en effet des capacités de traitement limitées et un nombre important d'alternatives représente des coûts cognitifs de traitement de l'information important. La théorie de la limite de la rationalité de Simon (1955) nous explique ainsi qu'un individu ne peut opérer des choix que sur des ensembles d'alternatives plus limités que la totalité des alternatives objectivement disponibles*<sup>49</sup>.

Le constat, les enjeux, les usages et les contours étant définis et posés, il n'y a pour autant pas de *fatum* à cette guerre qui, sans pouvoir être totalement éradiquée, peut être contenue avec des impacts limités. Des outils de lutte contre les influences négatives et les manœuvres informationnelles existent, les citoyens doivent désormais s'en emparer et se les approprier. Il en va de la confiance publique accordée aux institutions, de l'intégrité électorale, de la cohésion nationale et au-delà, de la survie des démocraties.

3

## Outils et moyens de la lutte informationnelle

### *Les armes de la riposte des démocraties*

Quels sont les outils, les garde-fous, mis en place pour protéger les démocraties de cette guerre informationnelle ? Comment éduquer le citoyen au numérique et plus encore les jeunes générations ? Pour comprendre, il faut d'abord savoir et connaître les ressorts de nos schémas mentaux, de notre culture et de notre fonctionnement cognitif.

#### *Comprendre l'influence des biais cognitifs sur les perceptions et la prise de décision*

Connaître les mécanismes de notre cerveau, de nos raisonnements et les différents biais cognitifs auxquels nous sommes soumis permet dans un premier temps d'en prendre conscience, dans un second temps de mieux s'en prémunir « *même si ces derniers ne sont pas complètement irrationnels mais profondément enracinés dans la psychologie de notre développement, nous amenant à prendre des décisions rapides qui ne nous conduisent pas systématiquement vers l'erreur* »<sup>50</sup>.

Une étude a par exemple démontré que les personnes les plus diplômées sont celles qui diffusent et croient le moins aux fausses informations. Plus leur niveau d'étude est élevé et plus ces individus ont confiance dans leur évaluation. **Or, l'impression de savoir est parfois plus nuisible que le fait d'être dans l'ignorance car cela nous ferme à l'esprit critique et nous donne une confiance excessive.** C'est ce que l'on peut appeler le *biais d'optimisme*.

<sup>49</sup> CREDOC, « *Tests statistiques sur l'hyperchoix et les stratégies du consommateur* » Fabrice LARCENEUX et Raphaël BERGER.

<sup>50</sup> Gérald BRONNER, « *Cognition humaine et pièges attentionnels : quand la bataille de l'attention menace nos sociétés* », conférence à l'École Militaire (École de Guerre), 27 mai 2025.

Le *biais de confirmation* est assez courant. Il consiste à rechercher et accepter des informations qui viennent confirmer nos croyances et à rejeter celles qui ne vont pas dans notre sens. Ce qui peut nous paraître évident ou aller de soi ne l'est pourtant pas forcément. **Notre vision du monde, notre *map* est autocentrée et vit dans notre propre référentiel de valeurs.** Il est d'autant plus difficile de s'extraire de ce biais que nous vivons de plus en plus dans des bulles informationnelles produites par les algorithmes des réseaux sociaux qui nous enferment et nous polarisent en confirmant nos opinions par la succession (*scroll*) de contenus qui nous plaisent. **C'est en retirant les différentes couches de filtres que l'on s'approchera du « vrai ».** Cela passe par la confrontation des points de vue et leur mise à l'épreuve, par le **questionnement** mais surtout par le **raisonnement** : **il faut être en capacité de penser « contre soi-même »**, rechercher les argumentations inverses et contraires (malgré l'inconfort) et se demander pourquoi l'autre a de bonnes raisons de croire ce qu'il pense<sup>51</sup>. Au-delà des biais, le langage joue également un rôle central dans la manière de communiquer avec autrui afin d'établir des ponts et de connecter les individus.

### *Communication et art oratoire : la puissance du langage*

La maîtrise de **l'art oratoire, de la rhétorique et de la sémantique** sont également de bons moyens pour structurer sa pensée, débattre et répondre à ses adversaires sans utiliser la violence (verbale) en retour dans la bataille des perceptions et la fabrique de l'opinion. Il est avéré par exemple, qu'un manque de vocabulaire encourage le recours à la violence (physique), par perte de sens et d'incompréhension du langage. Qu'il soit pauvre et/ou mal maîtrisé, le langage ne construit plus de ponts entre les individus mais creuse des fossés, entretenant l'incompréhension et la rupture du dialogue. Le sens et le poids que l'on donne à chaque mot comptent. Par exemple, si **convaincre** fait appel à l'argumentation en sollicitant la raison, **persuader** met en action l'émotion, l'adhésion affective d'un destinataire pour le séduire, ce que l'on peut concéder comme étant une forme certaine et volontaire d'influence. Un troisième outil existe et connaît d'excellents résultats : il ne tient ni de la conviction, ni de la persuasion mais relève du **questionnement**.

### *La force du questionnement dans le rétro-jugement*

**Dans un débat, ce qui compte le plus, ce sont les vraies bonnes questions qui sont posées et non les réponses qui y sont apportées**<sup>52</sup>. Le rétro-jugement devient alors possible - même s'il demeure plutôt rare - si l'on demande à la personne en face de nous de préciser son modèle causal, c'est-à-dire son raisonnement. Cela évite ainsi l'erreur fondamentale qui est celle de dénigrer le point de vue d'autrui, ce qui risquerait alors de le braquer définitivement. Dans le film *Douze Hommes en colère* du réalisateur Sidney Lumet, un jeune homme d'origine modeste est accusé du meurtre de son père et risque la peine de mort. Le jury composé de douze hommes se retire pour délibérer et procède immédiatement à un vote : onze votent « coupables », or la décision doit être prise à l'unanimité. Tous les jurés sont pétris de préjugés et cherchent à savoir lequel d'entre eux a voté « non coupable ». Le juré numéro 8 se lève et révèle qu'il a voté « innocent » ; les onze autres sont alors certains de ne jamais être convaincus de l'innocence de la personne jugée. Mais en prononçant cette simple phrase : « *je ne dis pas qu'il est coupable ou qu'il est innocent mais je dis que j'ai un doute, prenons une heure pour en discuter* », le juré n°8 a ainsi empêché l'émergence d'un schéma binaire du « pour » et « contre » en se positionnant de manière neutre, en bousculant les intuitions des uns et des autres, sans contredire leurs arguments frontalement et en s'employant à convaincre chaque juré par un questionnement permanent et une demande de justification de leur raisonnement. Ici, la **notion de discernement** prend tout son sens et exige de faire la part des choses entre le *factuel*, le *rationnel* et l'*émotionnel*.

---

<sup>51</sup> Paul-Marie CHAUMONT, *No Com*, cours magistral à l'EFAP (MBA CPI), 2025.

<sup>52</sup> C'est la « maïeutique de Socrate » ou l'art du questionnement.

C'est d'ailleurs la raison pour laquelle **celui qui maîtrise les trois registres de la logique** (idées, démonstrations), **de l'action** (les objectifs fixés dans le plan) **et des émotions** (empathie) **de manière totalement équilibrée exercera un véritable et puissant pouvoir d'influence** sur les autres<sup>53</sup>. Ce puissant pouvoir peut cependant être dévoyé dans une optique de manipulation des masses.

### *Manipulation des masses : l'expérience de la « Troisième Vague » à Palo Alto*

Plus dangereux encore, le *biais tribal* est lié à notre besoin ancestral d'appartenir à un groupe et provient de notre instinct de survie, puissant psychisme à l'œuvre depuis des millénaires. Faire partie d'une communauté, pour se défendre mutuellement contre des *prédateurs* par exemple, revient à adhérer à la même manière de penser (pour éviter l'exclusion et donc la mort) qui finit par conduire à des raccourcis, des stéréotypes et des préjugés où notre propre identité, notre propre responsabilité se diluent dans celle du collectif. « *Au départ, c'est un réflexe cognitif permettant au cerveau de raisonner plus simplement afin de traiter toutes les informations en continu. Le psychologue Sylvain Delouée souligne que "le cerveau a tendance à utiliser des modes de pensée et de raisonnement simplistes peu coûteux cognitivement, mais qui ont comme gros inconvénient d'être souvent erronés puisque les stéréotypes deviennent très vite, en société, le ferment de comportements racistes, xénophobes, antisémites" »*<sup>54</sup>.

Le film allemand *La Vague* (*Die Welle*, du réalisateur Dennis Gansel, 2008), inspiré d'une étude expérimentale menée aux Etats-Unis à Palo Alto en 1967 en est une bonne illustration. Un professeur d'histoire, Ron Jones a souhaité conduire une expérience psychologique avec ses élèves afin que ces derniers comprennent qu'il est toujours possible qu'un jour nous assistions au retour des régimes autocratiques (ici dictatoriaux) comme l'était le Troisième Reich ainsi que l'enclenchement des mécanismes de manipulation de masse et de propagande auprès des foules (dont Joseph Goebbels était passé maître en matière de *vérité alternative*<sup>55</sup>). Dans le film, les étudiants sont persuadés qu'un tel type de régime ne pourrait plus se reproduire en Allemagne. Dans le cadre d'un atelier, l'enseignant décide donc de créer au sein de sa classe une communauté rassemblée autour d'un leader (lui-même), d'une identité et d'un nom (« La Vague »), de symboles, d'un uniforme vestimentaire, de salut et de règles de discipline tout en insufflant un esprit de groupe. Cependant, il convainc également de l'importance d'éliminer la démocratie au sein de la collectivité en ce qu'elle peut produire des actes individuels qui pourraient nuire à l'intérêt général. En quelques jours seulement, l'expérience prend une tournure politique et le groupe commence à s'étendre, à vivre en dehors du périmètre scolaire. Dès le troisième jour, les élèves participants, renforcés dans leurs convictions, commencent à traquer et persécuter tous ceux qui ne veulent pas les rejoindre, l'expérience échappant alors totalement au contrôle de l'enseignant. Le film se termine tragiquement sur fond de violences, de meurtre et de suicide, le professeur ayant été complètement dépassé par les événements découlant de cette expérience qui fut réellement menée.

Pour éviter que l'histoire ne se répète, les démocraties ont besoin d'un État fort qui protège ses citoyens, anticipe les crises et les menaces tout en s'y préparant et dont la cohésion nationale puisse être un pilier de résistance et de résilience au cœur même de la société.

---

<sup>53</sup> Imen BENHARDA, « *L'art de pacifier nos conflits, de la négociation à la médiation* », Coll. Trajets, éditions Ères, 2022.

<sup>54</sup> <https://www.radiofrance.fr/franceinter/le-biais-tribal-ce-mecanisme-cognitif-a-l-origine-des-stereotypes-et-du-racisme-6067045>

<sup>55</sup> Film « *La Fabrique du mensonge* » par Joachim LANG, 2024.

## *La réponse étatique*

Appuyé par les réflexions de la dernière version de la *Revue nationale stratégique* (RNS), qui a érigé au rang d'objectif prioritaire le renforcement de la capacité française dans les champs hybrides en matière de désinformation, différentes actions ont été mises en œuvre en parallèle à l'échelle gouvernementale et étatique afin de contrer les multiples menaces et attaques informationnelles liées aux nouvelles technologies qui sont devenues une véritable question de sécurité nationale et de défense collective. Rappelons également que depuis 2022, **l'influence<sup>56</sup> est devenue la 6<sup>e</sup> fonction stratégique française** après la connaissance et l'anticipation, la prévention, la dissuasion, la protection et l'intervention. Ainsi, la lutte contre les manipulations de l'information (LMI), qui vise à préserver les démocraties face à un risque d'aliénation de leur modèle tout en les renforçant dans leur résilience et capacité à faire face, prend corps et sens tout spécifiquement dans la tenue d'un **conseil de défense sur la guerre informationnelle** en octobre prochain en présence du Président de la République, du ministre des Armées, Sébastien Lecornu et du ministre de l'Europe et des affaires étrangères, Jean-Noël Barrot, à l'initiative du SGDSN (Nicolas Roche, sera accompagné du chef de VIGINUM, Marc-Antoine Brillant). Il s'agira de passer en revue les moyens français en matière d'influence et de lutte contre la désinformation alors que le risque s'intensifie à l'approche des élections municipales de mars 2026 puis des présidentielles de 2027. Le Quai d'Orsay présentera les nouveaux axes de sa stratégie de LMI, notamment venues de Russie en incluant un nouveau facteur : le désertion américaine du secteur de l'intégrité de l'information sous l'administration de Donald Trump.

Le Quai d'Orsay a lancé au mois de janvier dernier un vaste chantier de restructuration de la communication stratégique afin d'insuffler une nouvelle dynamique, d'adopter une posture plus offensive, réactive et visible, et de bâtir un contre-discours plus robuste (parfois sarcastique<sup>57</sup>) face aux narratifs hostiles véhiculés par la brutalité accrue des réseaux sociaux. Une sous-direction de la veille et de la stratégie a été créée, chargée de détecter les « signaux faibles » d'agissements informationnels hostiles en s'appuyant sur les remontées des ambassades. Les médias traditionnels et les réseaux sociaux y sont analysés et veillés à l'aide de logiciels dédiés (200 alertes en 2024) et des fonctionnaires sont positionnés directement à l'étranger, en charge du suivi de grandes zones linguistiques. Jean-Noël Barrot s'est d'ailleurs adjoint, en la personne de Marie-Doha Besancenot, une conseillère influence au sein de son cabinet. Le ministère traite également en direct avec une dizaine de micro-influenceurs en leur fournissant des argumentaires afin de défendre la diplomatie française<sup>58</sup>, délaissant ainsi sa traditionnelle culture du « silence stratégique » face aux offensives informationnelles<sup>59</sup> qui sont, pour certaines d'entre elles, « *débunkées*<sup>60</sup> ». Enfin, une « **réserve diplomatique citoyenne** » constituée de Français volontaires et engagés travaillera – en tant que relais – à la communication digitale, au plaidoyer, à l'influence et au soutien de la lutte contre les manipulations de l'information. Ils constitueront une réserve numérique au sein du ministère<sup>61</sup>. Quant aux ambassadeurs, ils sont invités à être plus présents dans les médias. Dans le rapport parlementaire de Natalia Pouzyreff et Marie Récalde<sup>62</sup>, on peut lire de multiples recommandations incitant à « *poursuivre le réarmement du réseau diplomatique* » en moyens humains et techniques « *pour passer d'une communication institutionnelle à une véritable communication d'influence* ».

---

<sup>56</sup> L'influence dans toutes ses dimensions : diplomatique, militaire, économique, culturelle et informationnelle.

<sup>57</sup> Lors de « l'affaire du mouchoir », le compte de l'Élysée a posté deux photos, du mouchoir et de la rencontre, assorties de ces commentaires : « *Ceci est un mouchoir. Pour se moucher. Ceci est l'unité européenne. Pour faire avancer la paix* ».

<sup>58</sup> Elsa TRUJILLO, La Lettre, « *Macron convoque un conseil de défense sur la guerre informationnelle* », Août 2025.

<sup>59</sup> En juin 2023, une page web usurpant l'identité et la charte graphique du Quai d'Orsay a motivé la condamnation des agissements du réseau RNN (*Reliable Recent News – Doppelgänger*).

<sup>60</sup> Comprendre « *démenties* ».

<sup>61</sup> Jean-Noël BARROT, ministre des Affaires étrangères à propos de la réserve diplomatique citoyenne : « *Les attaques dans le champ informationnel visent particulièrement la France, alors que vous soyez un redoutable fact-checker ou un citoyen agile sur les réseaux sociaux (...), nous aurons besoin de vos compétences, de votre humour, de votre ingéniosité pour gagner le combat des perceptions* ».

<sup>62</sup> Nathalie POUZYREFF, Marie RECALDE, « *L'opérationnalisation de la nouvelle fonction stratégique influence* », Juillet 2025, à lire [ici](#).

Au niveau des armées<sup>63</sup>, on pourra utilement citer **ASO**, la cellule Anticipation Stratégique et Orientations de l'état-major des armées (EMA) créée en 2022 et positionnée à la tête de chaîne militaire de la fonction influence et lutte informationnelle, le **CICDE**, le Centre Interarmées de Concepts, de Doctrines et d'Expérimentations basé à l'École Militaire à Paris et créé en 2005, le **CIAE**, le Centre Interarmées des Actions sur l'Environnement situé à Lyon et à Paris (centre expert de l'influence militaire et de la lutte informatique d'influence (L2I) au sein des armées), le **COMCYBER** (missionné à partir de 2015 pour contrer la propagande de l'État Islamique puis les nombreuses opérations d'influence russes au Sahel) et bien sûr **VIGINUM** qui dépend du SGDSN placé sous l'autorité du Premier ministre<sup>64</sup>. Dans le champ des influences malveillantes, le Comité de Lutte contre les Manipulations de l'Information (**COLMI**) est un autre exemple de coordination étroite de la réponse française face à une ingérence numérique étrangère (ce comité est composé des ministères des Armées, des Affaires étrangères et de VIGINUM). Il faut aussi mentionner la création depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2025 du **CND**, le Commissariat au Numérique de Défense, placé directement sous l'autorité du MINARM (ministère des Armées) qui intègre dans son périmètre de compétences la DGNUM, la DIRISI, l'Agence numérique de Défense puis en 2026 l'**AMIAD** (l'Agence Ministérielle pour l'IA de Défense).

Au sein du ministère de l'Intérieur, le **COMCYBER-MI** dont fait partie la Gendarmerie nationale s'intéresse également à ces questions ainsi qu'à la lutte contre les cyberattaques.

Enfin, de manière évidente, les **unités de renseignement** (DGSE, DRM, DGSI, SDAO...) participent pleinement à la riposte, l'approche française étant historiquement réactive et principalement défensive ; consistant le plus souvent à déconstruire les récits produits par les compétiteurs.

### ***Dénoncer les ingérences numériques étrangères dans le débat public : l'action défensive de VIGINUM***

**Alerter les concitoyens à propos des manœuvres d'ingérences étrangères dans le débat public** est aussi un devoir dans une démocratie. C'est très précisément le rôle de **VIGINUM**, le service technique et opérationnel de l'État chargé de la vigilance et de la protection contre les ingérences numériques étrangères. Son défi est de préserver le débat public des manipulations de l'information provenant de l'étranger sur les plateformes numériques en les détectant puis en les caractérisant.

Pour ce faire, le service étudie les **phénomènes inauthentiques** (comptes suspects, contenus malveillants, comportements anormaux, aberrants ou coordonnés) qui se manifestent sur les plateformes numériques<sup>65</sup>. VIGINUM a d'ailleurs récemment publié un nouveau rapport baptisé « Analyse du mode opératoire informationnel russe *Storm-1516* ». « *Le mode opératoire informationnel (MOI) Storm-1516, actif depuis plus d'un an et demi, est responsable de plusieurs dizaines d'opérations informationnelles ayant ciblé des audiences occidentales, dont française. S'appuyant sur l'analyse de 77 opérations informationnelles documentées par VIGINUM et conduites par Storm-1516 entre la date de son apparition supposée et le 5 mars 2025, ce rapport détaille les principaux narratifs et contenus employés, leur chaîne de diffusion, ainsi que les acteurs étrangers impliqués dans la conduite du MOI* »<sup>66</sup>. Il est à lire de toute urgence.

Mais l'État, ses différentes structures et administrations, ne sont pas les seuls combattants. D'autres acteurs doivent prendre part au combat avec, en première ligne, les journalistes, les associations... et les citoyens eux-mêmes.

---

<sup>63</sup> Fin 2021, les Armées - et plus spécifiquement le COMCYBER - ont formalisé une doctrine de lutte informatique d'influence (L2I), en ce qui concerne les opérations militaires conduites dans la couche informationnelle du cyberspace ; de la détection des agissements adverses aux opérations de déception à l'encontre d'un ennemi.

<sup>64</sup> Nathalie POUZYREFF, Marie RECALDE, « *L'opérationnalisation de la nouvelle fonction stratégique influence* », Juillet 2025.

<sup>65</sup> Site internet du SGDSN : [Viginum](#)

<sup>66</sup> Le rapport *Storm-1516* peut être téléchargé [ici](#).

## *Les armes du discernement et de l'esprit critique et l'éducation aux médias*

**Le discernement et l'esprit critique sont les meilleurs outils pour le concitoyen qui devient ainsi son propre bouclier face aux « attaques informationnelles », car c'est dans le collectif que la société civile trouvera les solutions les plus performantes pour se protéger de cette guerre informationnelle qui ne relève pas uniquement de la responsabilité de l'État.**

Quant aux *fake news*, l'information factuelle, juste, sourcée et vérifiée constituera la première arme de lutte contre la désinformation. **Cela passe nécessairement par une éducation citoyenne aux médias** ainsi qu'une bonne culture générale, **via des outils didactiques, dès l'âge où les enfants commencent à accéder au monde numérique.** C'est notamment la mission première du CLEMI, le Centre pour l'Éducation aux Médias et à l'Information ayant pour but d'apprendre aux élèves une « pratique citoyenne des médias » dans l'ensemble du système éducatif français. « *A travers des actions de formation s'appuyant sur une utilisation pluraliste des moyens d'information dans l'enseignement, l'objectif final est de favoriser une meilleure compréhension par les élèves du monde qui les entoure tout en développant leur sens critique* »<sup>67</sup>. Ce dernier point est intéressant à souligner en ce sens où l'élève participe à la construction de son raisonnement avec les outils qui lui sont transmis, il n'est plus consommateur d'un enseignement mais mis en mouvement dans sa réflexion, ce qui lui sera utile ensuite quand il sera seul devant les écrans.

**Des actions concrètes sont mises en place** ; l'association « Entre les lignes »<sup>68</sup> (constituée de 270 journalistes bénévoles) intervient par exemple dans les établissements scolaires et auprès de jeunes individus en réinsertion en proposant des formations d'éducation aux médias et en animant des ateliers sur l'esprit critique pour « construire » le citoyen éclairé capable de trier l'information et de comprendre le pluralisme des médias. A partir de septembre 2025, M6 et Gulli, en partenariat avec le CLEMI, vont diffuser chaque semaine dans le JT du 12.45 présenté par Nathalie Renoux, un reportage réalisé par un collégien avec l'idée sous-jacente de « développer l'esprit critique, s'initier aux codes du journalisme et vivre une aventure humaine unique » chez ces jeunes élèves. En amont, des ateliers de classe animés par des journalistes de M6 permettront d'expliquer la fabrication d'un reportage, la méthode de recherche d'informations, la rédaction des questions et la structuration du récit. Les sujets seront collectivement travaillés en classe avec les professeurs dans le cadre des cours d'Éducation aux Médias et à l'Information<sup>69</sup>. En comparaison, en Finlande, l'éducation aux médias existe depuis les années 1970.

Ces outils, mobilisables par tous sont simples et doivent devenir des réflexes : cela commence par vérifier la source d'une information pour en évaluer la fiabilité en se posant les bonnes questions : « *quelle est la source première ? Cette source est-elle fiable ? A-t-elle déjà diffusé de fausses informations ? Quel est le profil de l'auteur de l'article ? L'information provient-elle d'un site officiel, institutionnel, d'un média reconnu ? S'agit-il d'un site parodique ? Sur les réseaux sociaux, l'identité du compte émetteur est-elle vérifiable ? Le compte est-il certifié ? L'information est-elle présente de manière équilibrée ou prend-elle parti pour l'un des protagonistes ? S'agit-il d'opinions ou d'informations factuelles ?* »<sup>70</sup>

---

<sup>67</sup> Site internet du CLEMI : <https://www.cleml.fr/le-cleml/qui-sommes-nous>

<sup>68</sup> Association « Entre les lignes » - <https://entrelignes.media/>

<sup>69</sup> Thierry WOJCIAK, CBNews, « *M6 et Gulli favorisent l'éducation aux médias* », Août 2025.

<sup>70</sup> « *Guide contre la désinformation, les bons réflexes à adopter* », Gendarmerie nationale.

**Le Guide contre la désinformation** diffusé par la *Gendarmerie nationale* conseille également d'effectuer des recherches afin d'évaluer la réputation d'un site internet, de l'auteur ou du compte émetteur sur les réseaux. Il précise aussi que même si la source est fiable, cela ne présage en rien de la fiabilité de l'information<sup>71</sup>. Il est alors recommandé de croiser les sources et de les comparer en effectuant des recherches sur internet : si des médias fiables reprennent l'information et que des sources différentes la confirment, elle est certainement avérée. En revanche, si l'information n'est pas reprise ailleurs ou que des contradictions apparaissent en fonction des sources, il faut demeurer prudent et critique. D'autres éléments sont à questionner en contextualisant l'information : « *les événements sont-ils vraisemblables dans le contexte actuel ? Où la photo / vidéo a-t-elle été prise ? A quelle date ? Comment a-t-elle été ensuite diffusée ?* » Il peut être pertinent de vérifier la date de l'information, de la photo ou de la vidéo : le contenu peut être ancien, republié et sorti de son contexte. En cas de doute, il faut éviter de relayer l'information et toujours poser un regard critique dessus.

**En démocratie, les journalistes exercent eux-aussi un rôle essentiel de remparts contre la désinformation** tout en exerçant leur liberté d'expression. Des études montrent d'ailleurs que lorsque la population a confiance dans ses institutions, elle a aussi tendance à faire confiance aux médias. Les journalistes doivent aujourd'hui recréer un lien de confiance avec les citoyens alors même que les réseaux sociaux sont devenus la principale source d'accès aux actualités dans les jeunes générations<sup>72</sup>. Ces nouvelles plate-formes d'information favorisent, comme nous avons pu le voir précédemment, l'émotion et le volume de réactions au détriment de l'intérêt général qui repose sur l'accès des citoyens à une information fiable. Pour contrer les fausses informations circulant sur les réseaux, les médias traditionnels proposent désormais des rubriques de *fact-checking* comme par exemple « Factual » (AFP), « Vrai ou Faux » (France Info), « CheckNews » (Libération), « Les Décodeurs » (Le Monde), « La Vérification » (Le Figaro), « Les Vérificateurs » (TF1 et LCI), « Désintox » (Arte), « Les Observateurs » (France 24), « Les Dessous de l'infox » (RFI), « Fake Off » (20 Minutes) ainsi que des sites spécialisés comme « Les Surligneurs » et « Conspiracy Watch » ou associatifs comme « Ask vera » (LaRéponse.tech). C'est en effet aux journalistes - au regard de leur éthique professionnelle - qu'il revient une part de responsabilité dans le « *debunking* » en démontant les affirmations fallacieuses que l'on peut parfois entendre sur les plateaux de radio ou de télévision. Mais le « *fact-checking* » n'est pas le remède miracle, il fournit simplement des éléments permettant de refaire le cheminement vers l'information vraie et de qualité et, surtout, sa principale limite est qu'il n'est pratiqué que par ceux qui cherchent réellement à vérifier un contenu et à le sourcer.

**Favoriser la visibilité des médias traditionnels et dignes de confiance via des certifications** et des audits indépendants (« label » JTI par exemple pour *Journalism Trust Initiative*) est une autre piste à explorer. Cette intention s'inscrirait alors dans une démarche vertueuse d'éthique, de transparence (sources de revenus du média, financement, actionnariat) ainsi qu'une charte éditoriale et de bonnes pratiques, conditions et fondements d'un véritable professionnalisme journalistique.

Cette visibilité doit s'accompagner de **formats modernes, attrayants et adaptés aux codes d'aujourd'hui** : les médias traditionnels doivent donc investir les plateformes des réseaux sociaux, proposer leur application mobile, développer des formats plus courts et des visuels créatifs sans rogner sur la qualité de l'information. Des connexions avec des influenceurs et créateurs de contenus qui démontrent la volonté de s'inscrire dans une démarche sérieuse et déontologique doivent également être créées et entretenues. Cette éthique et cette déontologie doivent s'inscrire dans un cadre juridique qui vient compléter par « la coercition législative » les actions préventives déjà mises en place.

---

<sup>71</sup> La *mésinformation* est une information qui est fautive mais la personne qui la diffuse pense qu'elle est vraie (pas de volonté d'induire en erreur).

<sup>72</sup> TikTok séduit 1 milliard de personnes chaque mois avec une popularité croissante chez les plus jeunes : le réseau est même devenu une source d'information pour un jeune sur cinq entre 18 et 24 ans selon le rapport *Digital 2023 July Global Statshot* qui analyse les tendances mondiales en matière d'usages numériques.

## *L'arsenal législatif*

**Cette éducation aux médias doit être complétée par un arsenal législatif protecteur du citoyen.** Pour autant, cela représente un véritable défi juridique (de régulation pour ne citer que celui-ci) impliquant un délicat équilibre entre la liberté d'expression et la protection de la société civile contre les préjudices des campagnes de désinformation. En effet, établir une distinction entre la désinformation, par essence nuisible, et les discours légitimes (même si controversés) peut être difficile tout comme la nature subjective de la vérité qui peut compliquer sa définition légale (s'agit-il de désinformation ? d'opinion différente ? d'angle de vue ou de perspective inédits ?).

A l'échelle européenne, le Code de pratique sur la désinformation promeut la transparence et la responsabilité des plateformes en ligne en mettant l'accent sur la responsabilité des entreprises pour prévenir la propagation de fausses informations avec des mesures telles que la transparence dans la publicité politique<sup>73</sup> et la fermeture de faux comptes. La loi sur les services numériques (DSA), entrée en vigueur en 2023 et la loi sur les marchés numériques (DMA), entrée en vigueur en 2024 ont été adoptées pour lutter contre la désinformation. Elles introduisent plusieurs mécanismes visant à rendre plus responsables les acteurs des grandes plateformes numériques.

En France, la loi n°2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information (ou *loi anti fake-news*) a pour but d'endiguer à l'heure du numérique la diffusion de fausses informations pendant les périodes de campagne électorale et durant les trois mois précédant un scrutin national. Quand il est saisi, le juge des référés doit apprécier, sous 48 heures, si ces fausses informations sont diffusées "de manière artificielle ou automatisée" et "massive". Dans sa décision du 20 décembre 2018, le Conseil constitutionnel a précisé que le juge ne pouvait faire cesser la diffusion d'une information que si le caractère inexact ou trompeur de l'information était manifeste et que le risque d'altération de la sincérité du scrutin était également manifeste. Les plates-formes numériques (Facebook, Twitter, etc.) sont soumises à des obligations de transparence lorsqu'elles diffusent des contenus contre rémunération. Celles qui dépassent un certain volume de connexions par jour doivent avoir un représentant légal en France et rendre publics leurs algorithmes. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) peut aussi empêcher, suspendre ou interrompre la diffusion de services de télévision contrôlés par un État étranger ou sous l'influence de cet État, et portant atteinte aux intérêts fondamentaux de la nation<sup>74</sup>.

Enfin, le CDJM (Conseil de Déontologie Journalistique et de Médiation), créé en 2019, est une instance d'autorégulation et de médiation entre les journalistes, les médias, les agences de presse et les publics sur toutes les questions relatives à la déontologie journalistique. Il a pour objectif de répondre à la défiance croissante de la population envers les médias en France mais il n'a pas fait l'unanimité dans le secteur professionnel.

Les cadres juridiques, comme associatifs doivent donc rapidement s'adapter aux nouvelles formes de technologies numériques malveillantes afin de les contrer tout en s'assurant de ne pas devenir obsolètes et de respecter le principe de liberté d'expression, si chère aux démocraties.

---

<sup>73</sup> Cela n'est pas sans rappeler le scandale de Cambridge Analytica : les données de millions d'utilisateurs de Facebook ont été utilisées pour créer des publicités politiques ciblées, basées sur des profils psychologiques démontrant ainsi la nature à la fois sophistiquée et intrusive des tactiques modernes de désinformation.

<sup>74</sup> [Loi organique et loi ordinaire du 22 décembre 2018 relatives à la manipulation de l'information.](#)

Dans un monde en pleine mutation géopolitique où le retour du *hard power* et de « l'ordre mélien » s'inscrivent dans de violents rapports de force entre les grandes puissances, les stratégies d'influence – qui reposent sur des narratifs parfois directement « fabriqués » par l'intelligence artificielle - n'ont pourtant jamais été autant déployées jusqu'alors par les organisations, étatiques comme non étatiques, qui agissent sur les points de faiblesses des démocraties en Occident. Les différentes crises qui se succèdent et se superposent, quelle que soit leur nature - politique, économique, sociale, culturelle, informationnelle - viennent alimenter le registre de la peur et de l'émotion, transformant le lien qu'entretient la population avec l'information, modifiant insidieusement ses croyances, altérant la vérité et favorisant une crise de confiance envers les Institutions. L'enjeu n'est pas tant la divulgation massive de fausses informations à des fins de déstabilisation dans l'espace public, créant volontairement une surcharge cognitive et une saturation de l'espace médiatique, que l'effet pervers qui consiste à amener le doute sur tout et à ne plus croire en rien. Une Nation dépourvue de cohésion, un peuple incapable de discernement, une société polarisée, frustrée et avide de sensationnel, et c'est tout un système qui s'effondre, nous plongeant dans une dystopie à la George Orwell.

Si les nouvelles technologies du numérique et l'accès du plus grand nombre à internet portaient, au début des années 2000, le vœu pieux du progrès et de la connaissance partagée et universelle, nous assistons aujourd'hui à un détournement des bienfaits que ces évolutions auraient dû apporter à l'espèce humaine en la rendant idéalement plus intelligente et cultivée. Brouillard et fatigue informationnels, instantanéité de l'actualité, réactions immédiates et virales dans un temps très court qui nuisent à la bonne compréhension de situations souvent complexes, addiction aux réseaux sociaux et manipulation de l'information à des fins malveillantes, ajoutent au trouble et à la confusion ambiantes. Si « *le mensonge prend l'ascenseur, la vérité arrive par l'escalier* » : la protection des démocraties n'est possible que par une réflexion stratégique menée sur un temps long qui se décline en actions opérationnelles à la fois défensives et offensives.

La lutte informationnelle est une réponse courageuse, convaincante et déterminée, face aux menaces et attaques dirigées contre les démocraties, et dont chacun doit s'emparer à son niveau. Elle n'est pas de la seule responsabilité de l'État qui, garant des libertés et protecteur de ses citoyens, doit néanmoins légiférer pour apporter un cadre juridique à ces phénomènes qui ciblent l'ensemble d'une population et plus particulièrement les plus jeunes générations dans un nouvel espace de conflictualité et de guerre de l'information. Progressivement, la société civile s'arme d'outils efficaces et mobilise toutes les parties prenantes : administrations, journalistes, universités, experts, scientifiques, *think tank*, associations, ONG, citoyens... C'est donc dans le collectif, l'éducation et la connaissance, véritables et puissants antidotes à la désinformation que nous pourrions ainsi déjouer les pièges attentionnels et les différentes formes de manipulations. Plus encore, c'est dans une Nation qui fait corps à travers sa culture, sa langue et une histoire collectivement partagée que se développent et se fortifient ses capacités de résilience ; une Nation solidement ancrée sur ses fondations et enracinée dans le réel, confiante dans la science et dans ses institutions, résolument tournée vers le progrès, celui qui élève nos sociétés démocratiques vers une évolution plus vertueuse de notre humanité. L'influence, les technologies du numérique, l'intelligence artificielle ne sont pas de mauvaises choses en soi, la différence réside dans ce que l'on en fait et avec quelle intention.

A l'image du droit des conflits armés, il est désormais de la responsabilité des démocraties de dessiner les contours d'une éthique du combat informationnel.



# BIBLIOGRAPHIE

## ◆ Rapport parlementaire (Assemblée nationale)

- Nathalie POUZYREFF, Marie RECALDE, *L'opérationnalisation de la nouvelle fonction stratégique influence*, Juillet 2025.

## ◆ Livres

- Imen BENHARDA, *L'art de pacifier nos conflits, de la négociation à la médiation*, Éditions Éres, 2022.
- Nicolas BOOTHMAN, *Convaincre en moins de 2 minutes*, Poche Éditions Marabout, 2013.
- Gérald BRONNER, *La démocratie des crédules*, Presses Universitaires de France, 2013.
- Gérald BRONNER, *Apocalypse cognitive, La face obscure de nos cerveaux sous l'emprise des écrans*, Le Livre de Poche, 2025.
- David COLON, *La guerre de l'information, Les États à la conquête de nos esprits*, Essais, Éditions Tallandier, 2023.
- Jérôme FOURQUET, *L'archipel français, Naissance d'une nation multiple et divisée*, Éditions du Seuil, 2019.
- Yuval Noah HARARI, *Nexus, une brève histoire des réseaux d'information de l'âge de pierre à l'IA*, Éditions Albin Michel, 2024.
- Robert-Vincent JOULE et Jean-Léon BEAUVOIS, *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, PU Grenoble, 2014.
- Thierry WELLHOFF, *Guide de survie d'un entrepreneur de la Com', dans les coulisses d'une agence de communication*, TW&A, 2024.

## ◆ Revue et études

- *Revue politique et parlementaire, Les révolutions de la communication*, n°1113, Janvier-Mars 2025.
- *Diplomatie – Affaires stratégiques et relations internationales, Géopolitique de la désinformation*, n°87, Août-Septembre 2025.
- ObSoCo : Observatoire Société & Consommation, étude « *L'exode informationnel* », Décembre 2024.

## ◆ Guides

- DICoD, Ministère des Armées, *Guide contre la désinformation*, 2025.
- Ministère des Armées, *Panorama des ingérences à l'encontre de la sphère de Défense en 2024*, 2025.
- Gendarmerie nationale, *Guide contre la désinformation, Les bons réflexes à adopter*, 2024.
- Vae Solis Communications, *L'art et la manière de s'exprimer et de convaincre*.

## ◆ Articles de presse

- Rayhan ARRAR, « Faire-part de naissance : La WarRoom », CBNews, Juillet 2025.
- Nicolas BAROTTE, « Au cœur de la lutte d'influence : comment la riposte de la France s'organise », Le Figaro, Juillet 2025.
- Marie-Anne CEYSSAC, « Les médias, dans la tourmente de la désinformation », The Good, n°11, Avril-Mai-Juin 2025.
- Bruno COURTOIS, « Pourquoi la France doit protéger son espace informationnel », L'Opinion, Août 2025.
- Laurence DEFRANOUX, « Général Thierry Burkhard : « Les Européens doivent être prêts à prendre des risques pour maintenir la paix en Ukraine » », Libération, Août 2025.
- Amaelle Guiton, « Guerre de l'information : comment la diplomatie française tente de muscler sa stratégie », Libération, Juillet 2025.
- Maxime HANSEN, Challenges, « *Cinéma, musique, jeux vidéo... Guerre culturelle mondiale : la France est-elle prête ?* », Août 2025.
- Régis SOUBROUILLARD, « *Chine, Etats-Unis... Comment la défense française subit un assaut d'ingérences étrangères* », Challenges, Juillet 2024.
- Régis SOUBROUILLARD, « La lutte informationnelle tient l'Europe en alerte », Challenges, 30/04 au 06/05/25.
- Régis SOUBROUILLARD, « Ingérences russes : la stratégie du chaos comme arme de déstabilisation massive », Challenges, Août 2025.
- Elsa TRUJILLO, « Macron convoque un conseil de défense sur la guerre informationnelle », La Lettre, Août 2025.
- Thierry WOJCIAK, « M6 et Gulli favorisent l'éducation aux médias », CBNews, Août 2025.

## ◆ Newsletters

- Nicolas BORDAS, « *Et si on évitait à la démocratie de se noyer dans l'émotion ?* », dans la newsletter : « L'idée qui tue de la semaine ».
- Nicolas BORDAS, « *Et si nous étions entrés dans l'ère de la post-réalité ?* », dans la newsletter : « L'idée qui tue de la semaine ».

## ◆ Conférences (suivies en présentiel ou en visio)

- Gérald BRONNER, « *Développer son esprit critique face au monde de la désinformation, Les limites de la rationalité* », intervention à Sorbonne Université, 4 mars 2025.
- Gérald BRONNER, « *Développer son esprit critique face au monde de la désinformation, Le croire, contaminé par le désir* », intervention à Sorbonne Université, 1<sup>er</sup> avril 2025.
- Gérald BRONNER, « *Développer son esprit critique face au monde de la désinformation, Quelques pièges et quelques solutions* », intervention à Sorbonne Université, 13 mai 2025.
- Gérald BRONNER, « *Cognition humaine et pièges attentionnels : quand la bataille de l'attention menace nos sociétés* », intervention à l'École Militaire (École de Guerre), 27 mai 2025.
- Guillaume BUTTIN, « *Rhétorique de l'idée à l'impact & débat parlementaire sur la désinformation* », intervention à l'École de guerre économique EGE (Club Humint (*Human Intelligence*) & Négociation), 29 avril 2025.
- Laurent COMBALBERT et Juanito PIRONDEAU, « *L'art de la négociation en situation de crise* », intervention à l'École de guerre économique EGE (Club Humint & Négociation), 7 avril 2025.
- Chloé DEBIEVE, « *Influence et guerre de l'information* », intervention à l'École de guerre économique EGE (Club Influence), 31 mars 2025.
- Chloé DEBIEVE et Samuel HENRY, « *Influence et guerre de l'information, Les concepts* », visioconférence, 8 février 2025.
- Chloé DEBIEVE et Baptiste PREBOT, « *Influence et guerre de l'information, La guerre cognitive* », visioconférence, 8 mars 2025.
- Chloé DEBIEVE et Samira EL GADIR, « *Influence et guerre de l'information, Journalisme et éducation aux médias et à l'information* », visioconférence, 5 avril 2025.
- Caroline FOUREST, « *Informers en temps de guerre informationnelle* », intervention à l'École Militaire (École de Guerre), 14 mai 2025.

## ◆ Rencontres et échanges directs

- Avec Gérald BRONNER
- Avec David COLON
- Avec Chloé DEBIEVE

Avec mes remerciements

