INFODÉMIE

Du même auteur

Propagande. La manipulation de masse dans le monde contemporain, Paris, Belin, 2019 ; Paris, Flammarion, coll. « Champs histoire », 2021.

Les Maîtres de la manipulation. Un siècle de persuasion de masse, Paris, Tallandier, 2021 ; coll. « Texto », 2023.

Rupert Murdoch. L'empereur des médias qui manipule le monde, Paris, Tallandier, 2022.

La Guerre de l'information. Les États à la conquête de nos esprits, Paris, Tallandier, 2023 ; coll. « Texto », 2025.

David Colon

INFODÉMIE

Comment lutter contre le virus de la désinformation

TALLANDIER
ESSAIS

© Éditions Tallandier, 2026
7, cité Paradis – 75010 Paris
www.tallandier.com

Pour Bérengère

Introduction

De l'épidémie à l'infodémie

La désinformation tue. En février 2020, en Iran, elle a tué des centaines de personnes, dont au moins six enfants, qui ont consommé du méthanol dans l'espoir de neutraliser le coronavirus, qui commençait à se propager dans le pays, à la suite d'une rumeur circulant sur les médias sociaux[1]. « Nous ne combattons pas seulement une épidémie ; nous luttons aussi contre une infodémie », réagit le 15 février 2020 le directeur général de l'Organisation mondiale de la santé (OMS), le Dr Tedros Adhanom Ghebreyesus. « Les fausses nouvelles, ajoute-t-il, se propagent plus vite et plus facilement que ce virus, et elles sont tout aussi dangereuses[2]. » En l'espace de quelques semaines à peine, la pandémie de Covid-19 accélère en effet le danger très grave posé sur la santé, la confiance du public et la cohésion sociale par l'« infodémie », que l'OMS définit alors comme « une surabondance d'informations, certaines fiables et d'autres non, qui rend difficile pour les gens de prendre des décisions pour leur santé[3] ». Cette contagion informationnelle se propage et complexifie l'identification des sources fiables et des conseils dignes de confiance. Ce n'est pas la première fois qu'une épidémie se double d'une infodémie, mais comme

le note l'architecte de la stratégie de l'OMS en la matière, la Française Sylvie Briand : « La différence aujourd'hui avec les médias sociaux, c'est que ce phénomène est amplifié, il va plus vite et plus loin, comme les virus qui voyagent avec les gens et vont plus vite et plus loin[4]. »

Il y a deux mille ans, à l'époque de l'Empire romain, le premier système de messagerie, le *cursus publicus*, permettait à un message de parcourir 2 000 kilomètres en trois à cinq semaines, le long d'un vaste réseau routier[5]. Au XVIe siècle, il faut encore onze jours au service postal le plus rapide pour relier Anvers à Rome[6]. Si la vélocité des informations reste limitée – au moins jusqu'à l'invention du télégraphe de Chappe à la toute fin du XVIIIe siècle, l'essor de l'imprimerie leur a conféré une plus grande portée. En 1517, le prédicateur et théologien Martin Luther affiche sur la porte de l'église du château de Wittenberg, en Allemagne, une liste d'arguments, « 95 thèses », remettant en cause le dogme catholique. Chaque thèse se présente en moins de 300 signes, alternant jugement moral et critique véhémente. Elles sont réimprimées dans toute l'Europe sous forme de « feuilles volantes » (*Flugschriften*), à une époque où l'expansion de la presse à imprimer permet de produire jusqu'à 3 600 pages en une seule journée de travail, soit une augmentation considérable par rapport à la production manuscrite[7]. En sept ans, des millions d'exemplaires des œuvres de Luther sont imprimés et diffusés. Sans l'imprimerie, la réforme protestante n'aurait pas connu un essor aussi rapide. En 1622, le pape Grégoire répond à ce défi en créant la *Congregatio de Propaganda Fide* (Congrégation pour la propagation de la foi), le mot « propagande », dérivé du latin *propagare*, « propager », mettant l'accent sur la nécessité de diffuser des informations au plus grand nombre. Au

siècle suivant, la diffusion des pamphlets et des périodiques accélère le rythme de propagation des infodémies. En adoptant une perspective épidémiologique pour cartographier la progression de la Grande Peur de 1789 en France – cette vague de panique et de troubles associée à la propagation de rumeurs dans le contexte révolutionnaire –, des chercheurs ont montré que sa diffusion a suivi de très près les schémas d'une maladie infectieuse[8]. Selon leur analyse, le taux de reproduction de base (R0), qui indique le nombre moyen d'individus qu'une personne contagieuse peut infecter au sein d'une population non immunisée, était de 1,5, avec un pic d'infection le 30 juillet et une diminution rapide par la suite. Ils ont également associé la survenue de la Grande Peur à une série de facteurs démographiques et socio-économiques, comme on le ferait pour établir les facteurs de risque d'une maladie infectieuse. Ils se sont en effet appuyés sur le modèle SIR, qui modélise la dynamique entre les individus sensibles (S), infectés (I) et guéris ou résistants (R). Au début d'une épidémie, le nombre de personnes saines est important de sorte que le nombre d'individus infectés est supérieur chaque jour au nombre de guéris. Lorsque le nombre de guérisons est supérieur au nombre de nouvelles infections, l'épidémie commence à diminuer, et lorsque suffisamment de personnes sont immunisées pour éviter la transmission, l'épidémie s'éteint progressivement.

Ainsi, certains individus sont plus sensibles que d'autres aux fausses informations, les uns étant infectés, les autres immunisés. Parmi les personnes touchées, certaines sont asymptomatiques, diffusant inconsciemment des informations erronées, les autres développent des symptômes et s'engagent activement dans leur diffusion. Le modèle SIR permet ainsi de prédire et simuler la dynamique de la

propagation d'une infodémie, car la désinformation se diffuse et se reproduit comme un virus. « Il existe des virus de l'esprit, et pas seulement des virus biologiques[9] », écrit le psychologue social Sander van der Linden. Tout comme le virus biologique est un parasite qui infecte une cellule hôte dans le but de se reproduire, le virus psychologique est une idée qui infiltre nos pensées et peut se reproduire dans l'esprit des gens avec qui l'on communique.

Au début des années 1960, le mathématicien américain William Goffman a, le premier, suggéré l'existence de similitudes entre les transferts d'informations et les épidémies, en comparant les actualités en concurrence pour capter notre attention avec les multiples souches d'un agent pathogène en concurrence pour infecter les humains[10]. En 1976, le biologiste évolutionniste Richard Dawkins a inventé le mot « mème » pour désigner ces « fragments d'information » qui se multiplient eux-mêmes et évoluent au fil du temps, en considérant comme « tout à fait prévisible que les ordinateurs électroniques que nous fabriquons puissent aussi être le lieu où se répliqueraient automatiquement des modèles d'information – les mèmes[11] ». Les « psychovirus », affirme le stratège russe de la guerre de l'information Sergei Rastorguev, peuvent même être « insérés dans les esprits pour altérer le raisonnement[12] ». Ces virus s'accrochent au cerveau, comme un virus biologique infecte une cellule hôte, et n'ont pas nécessairement besoin d'un contact physique pour se propager d'une personne à l'autre.

Pour un virus de l'esprit comme pour un virus biologique, le taux de reproduction de base (R0) dépend de quatre facteurs : la durée pendant laquelle une personne est contagieuse, le nombre d'opportunités de contacts sociaux pendant cette période, la transmissibilité, c'est-à-dire la

probabilité qu'une occasion aboutisse à une contagion, et la sensibilité moyenne de la population[13]. Si le R0 est supérieur à 1, le niveau moyen de contamination augmente, s'il est inférieur à 1, cela signifie que le nombre de cas décline. En 2020, le R0 du Covid-19 était situé entre 2 et 3, tandis que celui de la rougeole peut atteindre 20[14]. Si l'on applique l'analogie biologique aux agents pathogènes de la désinformation, le R0 désigne le nombre de personnes qui publient de fausses informations après un contact avec une source d'information. La diffusion de fausses nouvelles peut être délibérée, dans l'intention de nuire ou d'obtenir un avantage, et l'on parlera alors de désinformation. Mais une part importante de la propagation provient de personnes « asymptomatiques », c'est-à-dire qui partagent des contenus faux ou trompeurs sans s'en rendre compte ou sans intention de nuire, on parlera alors de mésinformation. La mésinformation devient de la désinformation lorsque des acteurs malveillants, personnes, groupes, États, l'instrumentalisent à des fins d'ingérence ou de manipulation.

Si le R0 des plateformes de médias sociaux est moins élevé que celui des maladies infectieuses, il est en moyenne supérieur à 1[15]. Or le rythme d'adoption des réseaux sociaux est sans précédent : en 2024, 4,3 des 7,7 milliards d'habitants de la planète étaient connectés à Internet, et 3,5 milliards étaient des utilisateurs actifs des médias sociaux alors qu'il a fallu des décennies pour que la radio puis la télévision soient adoptées par la majorité de la population, sans que jamais une chaîne à elle seule n'atteigne l'audience de Facebook, par exemple, qui couvre aujourd'hui plus du tiers de la population mondiale[16]. À la différence des médias traditionnels, les médias sociaux favorisent les interactions et par conséquent la propagation des virus informationnels. Tandis

que le bouton « Partager » a fait de nous des participants actifs dans la distribution des contenus, les nouvelles technologies confèrent un impact potentiellement considérable aux fausses informations.

C'est en 2013 que la propagation virale de fausses nouvelles a été pour la première fois identifiée comme un risque mondial. Les experts du Forum économique mondial ont alors constaté que nos systèmes de communication hyperconnectés « pourraient potentiellement permettre la propagation virale d'informations, intentionnellement ou non, trompeuses ou provocatrices », ce qu'ils assimilaient à un « risque d'incendies de forêt numériques » susceptibles de « faire des ravages dans le monde réel »[17]. Parmi les principaux risques identifiés figure l'astroturfing, cette pratique qui consiste à créer la fausse impression d'un mouvement populaire parvenant à un consensus de groupe sur une question. Les experts citaient aussi ces fausses informations diffusées par SMS qui avaient fait fuir en panique quelque 30 000 personnes du centre technologique de Bangalore en 2012[18].

Depuis lors, les plateformes en ligne se sont imposées comme une source majeure d'information. En 2023, 30 % des utilisateurs des médias sociaux dans le monde les utilisent comme principale source d'information[19]. Au sein de l'Union européenne, en 2025, 96 % des jeunes âgés de 15 à 24 ans utilisent les médias sociaux quotidiennement, et 65 % en font désormais leur principale source sur les questions politiques et sociales[20]. Par conséquent, le nombre d'individus avec lesquels une personne « infectée » peut entrer en contact et la vitesse à laquelle la désinformation se diffuse sont sans précédent.

Dans le même temps, les médias sociaux ont à la fois concurrencé et fragilisé la fonction essentielle des médias professionnels, qui était de trier et hiérarchiser l'information de sorte de porter à la connaissance de leur public des faits vérifiés et une information fiable. L'ère numérique a considérablement fragilisé le système de vérification des faits, donnant plus que jamais raison au célèbre satiriste anglo-irlandais Jonathan Swift, qui écrivait en 1710 : « Le mensonge vole, et la vérité ne le suit qu'en boitant[21]. »

Depuis que les médias sociaux ont opéré leur transition vers le smartphone, dont l'usage s'est généralisé, la majorité des informations que nous consommons est contrôlée par des algorithmes conçus pour capter notre engagement émotionnel à partir du traitement des données comportementales. Or, comme l'écrivait l'économiste et sociologue américain Herbert Simon en 1971 : « Une richesse d'informations crée une pauvreté d'attention et la nécessité de répartir efficacement cette attention entre la surabondance de sources d'information susceptibles de la consommer[22]. » Les algorithmes de recommandation apportent une réponse technologique au déficit de l'attention humaine, au service d'une économie publicitaire qui nous expose en priorité aux contenus les plus rentables. À l'ère de l'infodémie, l'attention humaine est plus que jamais une denrée rare et convoitée.

En 2020, l'infodémie est aggravée par le fait que la pandémie est un choc planétaire, qui soumet au même moment des milliards d'individus à une combinaison de stress, d'isolement social et de perte de confiance dans les institutions censées les protéger, tout en les conduisant à passer un temps considérable devant leurs écrans connectés, à la recherche d'explications d'un phénomène qui les dépasse. Exposés à la désinformation ou la mésinformation, beaucoup

ont été profondément affectés, et rares sommes-nous à ne pas avoir dans notre famille une personne au moins dont la croyance ou le comportement a changé brutalement. À bien des égards, la pandémie de Covid-19 a été dans le champ informationnel l'équivalent d'un événement super-contaminateur.

À mesure que l'on progresse dans la compréhension du phénomène, il devient de plus en plus clair que la désinformation a un impact causal important sur les croyances et les comportements, et au-delà, sur la société[23]. À bien des égards, en effet, la désinformation est un virus mortel. Mais elle ne tue pas que les gens mal informés qui renoncent aux vaccins ou qui boivent du méthanol. Elle tue également la démocratie, à petit feu, en menaçant son « intégrité systémique[24] ». Les campagnes de désinformation à grande échelle sapent en effet l'ensemble des connaissances partagées par les citoyens nécessaires au bon fonctionnement d'un régime démocratique, à commencer par la confiance dans les sources d'information fiables et la légitimité des élus. La démocratie fonctionne en partie parce que les gens ordinaires peuvent prendre de bonnes décisions, ce qu'Aristote appelait la « doctrine de la sagesse de la multitude[25] ». En fragilisant le socle des savoirs partagés – ce « minimum de renseignements nets et sûrs sans lesquels aucune conduite rationnelle n'est possible », dont parlait Marc Bloch dans *L'Étrange Défaite* –, l'infodémie nuit à la capacité des citoyens à prendre des décisions éclairées[26]. C'est tout particulièrement le cas des politiques publiques qui requièrent de s'appuyer sur des preuves scientifiques et font face désormais aux défis majeurs du climatoscepticisme et du climatodénialisme[27], du vaccinoscepticisme[28],

des théories du complot, de l'acceptation de la violence politique[29] ou de la défiance envers les institutions[30].

Parce que les informations trompeuses se propagent comme des agents pathogènes, elles requièrent des mesures pour prévenir l'épidémie, la contrôler, en limiter les effets et, idéalement, obtenir une immunité du corps social. En septembre 2020, pas moins de huit organisations internationales, dont l'Organisation des Nations unies (ONU), l'Unesco, l'OMS et l'Organisation internationale des télécommunications (UIT), publient une déclaration conjointe dans laquelle elles alertent sur le fait que « les informations fausses et trompeuses peuvent nuire à la santé physique et mentale des individus, accroître la stigmatisation, menacer de précieux acquis en matière de santé et conduire à un non-respect des mesures de santé publique, réduisant par là même leur efficacité et compromettant la capacité des pays à enrayer la pandémie[31] ». L'infodémie a également pour effet, écrivent-elles, « d'amplifier les discours de haine, d'accroître le risque de conflit, de violence et de violation des droits humains, ainsi que de compromettre les perspectives à long terme de faire progresser la démocratie, les droits humains et la cohésion sociale ». En conséquence, elles appellent leurs États membres à « élaborer et à mettre en œuvre des plans d'action pour gérer l'infodémie et à prévenir et combattre la propagation d'informations fausses et trompeuses tout en respectant la liberté d'expression ». Elles invitent également les médias et les plateformes à « concevoir des stratégies et des outils efficaces pour lutter contre l'infodémie ».

À la différence d'une épidémie, l'infodémie ne peut pas être éradiquée, mais peut et doit être gérée. C'est pourquoi l'OMS a appelé à l'été 2020 à « adapter, à élaborer, à valider et à évaluer de nouvelles mesures et pratiques à bases

factuelles visant à prévenir la diffusion d'informations fausses ou trompeuses, à les détecter et à y répondre[32] ». L'OMS encourage alors ses États membres à recourir à l'« infodémiologie », qu'elle définit comme « la science de la gestion des épidémies[33] ». Le terme était apparu pour la première fois en 2002, avec le sens d'« épidémiologie de l'information », à propos de la diffusion sur Internet de fausses informations relatives à la crise du H1N1[34]. L'infodémiologie offre un nouveau cadre d'action au service de la lutte et de l'intervention[35].

Les principes tirés de l'épidémiologie peuvent en effet être appliqués non seulement à la compréhension des pandémies informationnelles, mais aussi à la mise en place de stratégies et de dispositifs efficaces pour enrayer la propagation de fausses informations. Le médecin bactériologiste britannique Ronald Ross, prix Nobel de physiologie en 1902, a eu le premier recours à des modèles mathématiques pour modéliser la propagation du paludisme et a formulé le « théorème du moustique », qui repose sur l'idée qu'il n'est pas nécessaire de se débarrasser de tous les moustiques pour contrôler le paludisme, mais qu'il existe une densité critique de moustiques en deçà de laquelle la maladie disparaîtrait d'elle-même[36]. Plutôt que d'adopter une approche descriptive, consistant à partir de données réelles pour trouver des modèles permettant de décrire les tendances observées, il a privilégié dans ses modélisations mathématiques une approche mécaniste, qui consiste à faire des prédictions sur la base des interactions qui déterminent la propagation pour identifier les principaux processus qui l'influencent. Il a ainsi ouvert la voie à une étude dynamique des épidémies, en les prenant comme un ensemble de processus en interaction plutôt que comme un ensemble de modèles statiques. De tels modèles mécanistes ont vocation à devenir un élément

central de la façon dont nous étudions les infodémies, si nous voulons prévoir leur propagation et prédire les effets des interventions visant à y faire face. Aujourd'hui, à l'ère de l'intelligence artificielle (IA) générative, le risque posé par l'infodémie rend nécessaire de redoubler d'efforts pour identifier les moyens de lutte les plus efficaces[37].

La désinformation et la mésinformation sont classées depuis 2024 parmi les deux premiers risques à horizon de deux ans pour les organisations par les experts du Forum économique mondial. Le nombre de publications consacrées à la désinformation a été multiplié par dix depuis 2015 et par cinquante depuis 2000[38]. En conséquence, la prise de conscience du risque progresse. En 2024, 80 % des cadres supérieurs des secteurs de la communication s'inquiètent de l'impact de la désinformation sur leur entreprise[39]. Selon l'Unesco, 85 % des personnes dans le monde se déclarent préoccupées par l'impact et l'influence de la désinformation sur leurs concitoyens[40]. En 2026, 77 % des Européens jugent que la manipulation de contenus et d'informations venus de pays étrangers pourrait « détruire » nos démocraties[41].

Ce livre a pour objet de proposer une histoire de cette infodémie à travers le parcours et le regard de celles et ceux qui luttent contre elle au sein des plateformes numériques, des centres de recherche et de la société civile. Conçu comme un essai d'infodémiologie, il entend décrire les mécanismes de la propagation virale du faux, tout en analysant ses conséquences et en identifiant les moyens les plus efficaces de l'enrayer à l'échelle individuelle comme à l'échelle collective et systémique. Aux yeux de son auteur, la survie de la démocratie dépend de notre capacité à enrayer l'infodémie.

Table

Introduction. – De l'épidémie à l'infodémie..... 9

Chapitre premier. – Face à la pandémie informationnelle..... 21

Les équipes de chercheurs du MIT en première ligne, p. 24 ; *Renée DiResta face au vaccinoscepticisme*, p. 26 ; *Les entrepreneurs de la désinformation vaccinale*, p. 29 ; *Le tournant infodémique de la pandémie*, p. 33 ; *L'impact de la désinformation sur la vaccination*, p. 35 ; *La guerre mondiale de la désinformation*, p. 38 ; *La grande bataille vaccinosceptique*, p. 39 ; *Le lourd bilan humain de la désinformation vaccinale*, p. 41 ; *Quand les conspirationnistes passent à l'attaque*, p. 44 ; *La conspicratie américaine*, p. 46 ; *Le « fromage suisse » de la lutte contre les manipulations de l'information*, p. 48.

Chapitre ii. – Les algorithmes, ces boosters de virus informationnels..... 51

Le torrent algorithmique du « fil d'actualité », p. 53 ; *Dans le secret des algorithmes de recommandation*, p. 56 ; *Le combat algorithmique pour l'intégrité des contenus*, p. 59 ; *La viralité, un boulevard pour la désinformation*, p. 61 ; *Face aux comportements inauthentiques coordonnés*, p. 63 ;

La course à la viralité, p. 65 ; *Le faux circule six fois plus vite que le vrai*, p. 69 ; *La lutte improvisée contre la désinformation au sein de Facebook*, p. 71 ; *L'extension du domaine de la désinformation*, p. 74 ; *L'infodémie boostée par les « interactions significatives »*, p. 76 ; *Face à la capture d'audience par les désinformateurs*, p. 79 ; *La « tension habituelle entre croissance et intégrité »*, p. 81 ; *Trump et le triomphe du « complexe techno-industriel »*, p. 83.

CHAPITRE III. – L'effet multiplicateur des médias..... 85

L'art du blanchiment narratif, p. 87 ; *Facebook manipulé par les désinformateurs russes*, p. 89 ; *Les publicités, le cheval de Troie de la désinformation*, p. 91 ; *L'art russe de la manipulation des médias occidentaux*, p. 92 ; *L'instrumentalisation des tendances en ligne*, p. 94 ; *La manipulation du* fact-checking, p. 97 ; *L'effet* debunking *et ses limites*, p. 99 ; *Lutter contre les « affirmations zombies »*, p. 100 ; *L'industrialisation du mensonge politique*, p. 103 ; *L'impuissance des politiques face à la désinformation*, p. 106 ; *La tyrannie médiatique des émotions*, p. 107 ; *La crise du système immunitaire journalistique*, p. 110 ; *NewsGuard, la vigie des normes journalistiques*, p. 113 ; *La* Journalism Trust Initiative, *la norme ISO du journalisme*, p. 115 ; *Renforcer l'écosystème médiatique*, p. 117.

CHAPITRE IV. – L'essor du marché économique mondial de la désinformation 119

Le savoir-faire des polit-technologues, p. 120 ; *L'abominable vénalité des médias sociaux*, p. 123 ; *« La publicité en ligne, c'est comme la mafia »*, p. 125 ; *La publicité numérique, principal moteur de l'infodémie*, p. 127 ; *L'incitation publicitaire à produire du faux*, p. 130 ; *L'échec des annonceurs à faire plier les plateformes*, p. 133 ; *L'art*

du marketing viral, p. 135 ; *Le « piège économique » des médias sociaux*, p. 137 ; *Les acteurs économiques en première ligne*, p. 139 ; *L'impact économique et financier de l'infodémie*, p. 140 ; *Un autre modèle économique est nécessaire*, p. 142.

CHAPITRE V. – Tous inégaux face au virus de la désinformation 147

Comment combattre ce qui n'est ni identifié ni quantifié ?, p. 148 ; *Le choc des révélations de Frances Haugen*, p. 150 ; *Le ciblage des fragilités des enfants et des adolescents*, p. 156 ; *L'ère du ciblage personnalisé de masse*, p. 158 ; *La psychologie de la viralité*, p. 159 ; *Le « paradoxe de la viralité »*, p. 162 ; *Le raisonnement motivé*, p. 164 ; *L'« effet de désinformation »*, p. 166 ; *Le rôle des chambres d'écho dans l'infodémie*, p. 167 ; *La « contagion morale »*, p. 169 ; *Mieux se connaître soi-même pour ne pas être désinformé*, p. 170 ; *Le test de susceptibilité à la désinformation*, p. 172.

CHAPITRE VI. – Les influenceurs, ces superpropagateurs du virus de la désinformation 175

Les influenceurs de l'âge audiovisuel, p. 178 ; *L'influence à l'âge algorithmique*, p. 180 ; *Tous inégaux devant l'influence*, p. 181 ; *Les hyperpropagateurs du virus de la désinformation*, p. 184 ; *Le « petit monde » des réseaux sociaux*, p. 185 ; *La force des effets de réseau*, p. 189 ; *La force persuasive des micro-influenceurs*, p. 191 ; *L'exploitation des dynamiques de l'influence en ligne*, p. 193 ; *Influencer les algorithmes d'abord*, p. 194 ; *Manipuler les influenceurs*, p. 196 ; *La révolution de la monétisation des contenus*, p. 199 ; *Les nouveaux*

prescripteurs des normes sociales, p. 202 ; *La prolifération des influenceurs toxiques*, p. 204.

CHAPITRE VII. – Les croyances conspirationnistes, la souche la plus résistante du virus 209

Face au mur de la croyance conspirationniste, p. 210 ; *Bienvenue dans le conspirationnisme 2.0*, p. 213 ; *Le stress planétaire et la pandémie conspirationniste*, p. 214 ; *Une maladie auto-immune hautement contagieuse*, p. 216 ; *L'essor des chambres d'écho conspirationnistes*, p. 218 ; *La psychologie de la croyance conspirationniste*, p. 220 ; *Les superpropagateurs de théories du complot*, p. 222 ; *Les entrepreneurs du complot*, p. 225 ; *Le nouveau conspirationnisme*, p. 227 ; *Faire face aux croyances conspirationnistes*, p. 228.

CHAPITRE VIII. – Les symptômes de l'exposition au virus informationnel 233

Une maladie de masse induite par les médias sociaux, p. 234 ; *« La violence est une maladie contagieuse »*, p. 235 ; *Les logiques de propagation des comportements en ligne*, p. 238 ; *Les « tactiques de combat de rue » de Facebook*, p. 240 ; *L'amplification de la violence contre les musulmans en Inde*, p. 242 ; *L'impunité des discours de haine sur Facebook*, p. 245 ; *Facebook à l'assaut de la Birmanie*, p. 246 ; *Le rôle de Facebook dans le massacre de 2017*, p. 250 ; *L'amplification algorithmique de la haine*, p. 252 ; *L'« effet YouTube »*, p. 255 ; *Les entrepreneurs de la haine*, p. 256 ; *Les chambres d'écho, incubateurs du virus de la haine*, p. 258 ; *Les médias sociaux et les mobilisations dans le monde réel*, p. 260 ; *La prolifération des groupes toxiques*, p. 261 ; *L'art de manipuler la perception*

des normes sociales, p. 265 ; *Southport ou la violence produite par la désinformation*, p. 266.

CHAPITRE IX. – La crise immunitaire, quand le virus attaque les anticorps 271

Une erreur de fact-checking *lourde de conséquences*, p. 274 ; *L'attaque de Mike Benz contre l'équipe de Stanford*, p. 275 ; *La croisade de la commission de Jim Jordan*, p. 277 ; *Les « Twitter Files » et le mythe du « complexe industriel de la censure »*, p. 280 ; *Les trolls contre-attaquent*, p. 283 ; *Comment faire face aux trolls*, p. 286 ; *NewsGuard dans l'œil de deux cyclones*, p. 287 ; *Une guerre sans merci contre la vérité*, p. 289 ; *De la haine en ligne à la haine hors ligne*, p. 293 ; *La multiplication des procédures-bâillons*, p. 295 ; *L'effet dissuasif des attaques*, p. 298 ; *L'arsenalisation de l'administration américaine*, p. 299 ; *Nina Jankowicz, la figure de proue de la résistance*, p. 301.

CHAPITRE X. – *Prebunking*, vacciner contre la désinformation 303

Bad News, *un jeu contre la désinformation*, p. 306 ; *Les premières campagnes de vaccination par vidéo*, p. 310 ; *Les potentiels effets secondaires du* prebunking, p. 313 ; *Un vaccin contre le vaccinoscepticisme*, p. 315 ; *Vers une campagne mondiale d'inoculation*, p. 317 ; *Comment renforcer efficacement l'esprit critique*, p. 319 ; *Renforcer le discernement par les nudges*, p. 321 ; *Vers un Nutri-Score informationnel*, p. 324 ; *La « défense psychologique » face aux manipulations*, p. 326 ; *Comment recourir à une* kombinatsiya *d'outils*, p. 328 ; *La quête de l'immunité collective*, p. 329.

CHAPITRE XI. – La propagation de la désinformation à l'âge de l'IA 333

Chronique d'une infodémie annoncée, p. 334 ; *Une nouvelle épidémie : les psychoses de l'IA*, p. 337 ; *La « merdification d'Internet »*, p. 339 ; *De la « bouillie de l'IA » (*AI slop*) à la «* slopaganda *»*, p. 340 ; *Le ciblage granulaire des personnes vulnérables*, p. 343 ; *La guerre cognitive algorithmique*, p. 344 ; *L'avènement du « blanchiment narratif » par IA*, p. 345 ; *L'empoisonnement des chatbots*, p. 347 ; *Les chatbots propagandistes : DeepSeek et Grok*, p. 348 ; *L'âge du journalisme «* pink slime *»*, p. 350 ; *La « spamification » de Meta*, p. 354 ; *Le « dividende du menteur »*, p. 356 ; *De l'IA générative à l'IA dégénérative*, p. 358.

CHAPITRE XII. – L'infodémie à l'assaut des élections .. 361

Quand Facebook a découvert son influence politique, p. 362 ; *« Nous sommes dans le business de la démocratie »*, p. 364 ; *Facebook face à l'affaire Cambridge Analytica*, p. 366 ; *Les ingénieurs face au mur partisan*, p. 368 ; *La liberté de mentir accordée aux politiques*, p. 370 ; *Le grand « confinement » préélectoral de Facebook*, p. 371 ; *La mise en place d'outils de* prebunking *électoral*, p. 375 ; *Le Partenariat pour l'intégrité des élections*, p. 377 ; *Le « gros mensonge » de Donald Trump*, p. 379 ; *Le chant du cygne des mesures d'intégrité*, p. 382 ; *L'essor explosif du mouvement Stop the Steal*, p. 384 ; *Face à l'insurrection du 6 janvier 2021*, p. 386 ; *Tirer les enseignements de l'insurrection*, p. 388 ; *La victoire du virus de la désinformation aux États-Unis*, p. 391 ; *L'infodémie à l'assaut des élections en Europe*, p. 393 ; *Protéger nos élections de l'infodémie*, p. 395.

CONCLUSION. – « L'antidote au désastre, c'est l'action » 397

NOTES 415
BIBLIOGRAPHIE 487
INDEX DES NOMS DE PERSONNES 495