



HAL
open science

LA CAPTATION DE L'ATTENTION DES UTILISATEURS, PIERRE ANGULAIRE DES MANIPULATIONS DE L'INFORMATION

Pascal Martin

► **To cite this version:**

Pascal Martin. LA CAPTATION DE L'ATTENTION DES UTILISATEURS, PIERRE ANGULAIRE DES MANIPULATIONS DE L'INFORMATION. Les Notes du CREOGN, 2023, 95. hal-04337991

HAL Id: hal-04337991

<https://hal.science/hal-04337991>

Submitted on 12 Dec 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

LES NOTES DU CREOGN

Centre de Recherche de l'École des Officiers de la Gendarmerie Nationale

Numéro 95 – Décembre 2023

Capitaine Pascal MARTIN (Dr)



©macrovector via Freepik

Priorité stratégique de la prospective



L'avenir des territoires numériques

Le CREOGN certifie que ce document a été rédigé par un humain

LA CAPTATION DE L'ATTENTION DES UTILISATEURS, PIERRE ANGULAIRE DES MANIPULATIONS DE L'INFORMATION

Le 13 septembre 2019, Florence Parly, ministre des Armées, exposait les enjeux liés à l'emploi de l'information comme vecteur de déstabilisation en captant l'attention et atteignant la perception des populations visées : « *La guerre de demain, c'est aussi une guerre d'influence et de désinformation auprès des populations, qui joue avec nos perceptions : la bataille de l'opinion fait aujourd'hui rage. On assiste de plus en plus à des conflits d'images, des campagnes de propagande, des manipulations de faits et d'idées, savamment orchestrées sur les réseaux sociaux*¹ ».

Internet a modifié la temporalité du rapport à l'information qui s'inscrit désormais dans l'immédiateté et dans le libre accès à des sources souvent contradictoires, laissant les populations confrontées à la coexistence de « vérités multiples » et à des relectures de l'Histoire distinctes². L'immédiateté permet par exemple de suivre quasiment en temps réel certains conflits du point de vue des différents belligérants en présence. Elle se fait souvent au détriment de la réflexion et de la vérification³, tandis que le nombre de personnes ayant accès à ces informations ne cesse de croître. On appréhende donc aisément l'enjeu pour les États de capter l'attention des utilisateurs pour faire véhiculer des messages qui leurs sont favorables ou qui décrédibilisent leurs adversaires à des fins géopolitiques.

I) Les caractéristiques pathogènes des manipulations de l'information

L'analyse et la diffusion d'informations faites à travers le prisme des intérêts étatiques ou idéologiques ne sont pas propices à la production de messages ou de narratifs fiables, car l'intention est de diriger l'intention du public ou de modifier sa perception. En outre, la diffusion d'informations manipulées ou erronées se fait de manière extrêmement rapide et virale, conduisant l'Organisation mondiale de la santé (OMS) à désigner le phénomène avec un néologisme : l'« infodémie⁴ ». En effet, l'OMS a constaté que les informations manipulées se comportent comme des agents pathogènes pendant une épidémie : elles se propagent plus rapidement et à

1 Discours de Florence Parly, Ministère des armées, clôture de l'université d'été de la défense, « Les mutations de la guerre », 13 septembre 2019.

2 EGLOFF, Florian J. « Contested public attributions of cyber incidents and the role of academia ». *Contemporary Security Policy*, Volume 4, Issue 1, 2020, p. 73.

3 BENOIST, Hugo. La guerre à l'heure des réseaux sociaux. *Revue de Défense Nationale*. Comité d'Études de Défense Nationale, n° 784, 2015, p. 53.

plus grande échelle, complexifiant la conduite des interventions d'urgence⁵. La captation de l'attention des utilisateurs des réseaux sociaux est particulièrement importante puisque des chercheurs du *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) ont relevé le fait que sur Twitter, ce sont principalement les humains, et non les *bots*⁶, qui sont responsables de la diffusion des informations trompeuses⁷.

Dans ce cadre, les stratégies de manipulation de l'information s'appuient sur la surinformation, sur l'instantanéité et sur la diffusion extrêmement rapide des informations erronées, afin de capter l'attention des utilisateurs en inhibant leurs capacités réflexives et en exploitant « *l'émotion et la fatigue [qui] détruisent le sens critique*⁸ ». L'objectif est donc de « *se tourner vers la cible ultime de la désinformation : le cerveau humain*⁹ ». Déjà en 2004, Patrick Le Lay, alors PDG de TF1, déclarait « *ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible*¹⁰ ». Or, la numérisation a décuplé les perspectives d'utilisation, car Michal Kosinski, psychologue praticien et professeur assistant en science du comportement organisationnel à la *Stanford Graduate School of Business*, évoque un « *ciblage psychologique efficace en tant qu'outil de persuasion de masse numérique*¹¹ ».

II) La militarisation de l'esprit humain : la guerre cognitive

Il y a donc une militarisation de l'esprit humain qui a notamment fait l'objet d'une étude en 2020 financée par l'OTAN : la « guerre cognitive » (« *cognitive warfare*¹² »). L'étude consacre en effet le passage d'une guerre de l'information à une guerre cognitive (« *From Information Warfare to Cognitive Warfare*¹³ »). À ce titre, l'OTAN a organisé un exercice au Canada le 30 novembre 2021 sur la guerre cognitive¹⁴. Cette dernière est ainsi décrite : « *La guerre cognitive cherche à modifier non seulement ce que les gens pensent, mais aussi leur façon d'agir. Les attaques contre le domaine cognitif impliquent l'intégration de capacités de cybernétique, de désinformation, de psychologie et d'ingénierie sociale. [...] La guerre cognitive positionne l'esprit comme un espace de combat et un domaine contesté. Son objectif est de semer la dissonance, de susciter des récits contradictoires, de polariser l'opinion et de radicaliser les groupes. La guerre cognitive peut inciter les gens à agir d'une manière qui peut perturber ou fragmenter une société autrement cohésive. Le désordre qui en résulte peut influencer la prise de décision, modifier les idéologies et susciter la méfiance des alliés*¹⁵ ».

Il convient de rappeler que le contrôle de l'esprit n'est pas un objectif nouveau : entre 1953 et le début des années 1970, la CIA a mené, sans succès, un vaste projet illégal, dénommé « MK-ULTRA », en expérimentant sur des citoyens américains des méthodes visant à contrôler ou programmer l'esprit et le comportement des individus¹⁶. Des études similaires se poursuivent encore aujourd'hui : en 2019, la revue *Scientific Reports*

4 ORGANISATION MONDIALE DE LA SANTÉ (OMS). *Lutter ensemble contre l'« infodémie »* [en ligne]. 29 juin 2020. Disponible sur : <https://www.euro.who.int/fr/health-topics/Health-systems/pages/news/news/2020/6/working-together-to-tackle-the-infodemic>

5 *Ibidem*.

6 Un « bot » est un programme qui exécute des tâches de manière automatisée, pour des actions répétitives et prédéfinies. Un « botnet » est un réseau de *bots* dont l'action peut être coordonnée pour l'exécution de certaines tâches (exemple : attaque par déni de service distribué - DDoS).

7 DIZIKES, Peter. « Study : On Twitter, false news travels faster than true stories » [en ligne]. *Massachusetts Institute of Technology News*, 8 mars 2018. Disponible sur : <https://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308>

8 BLOCH, Marc. Réflexions d'un historien sur les fausses nouvelles de la guerre. *Revue de synthèse historique*, n° 33, 1921, p. 32.

9 HUYGHE, François-Bernard. Préface du rapport, *Observatoire (dés)information & géopolitique au temps du COVID-19*, Institut de relations internationales et stratégiques (IRIS), Dossier final, 2021, p. 5.

10 ANIZON, Emmanuelle, MILOT, Olivier, ZARACHOWICZ, Weronika. « On me transforme en marchand de cerveaux » : quand Patrick Le Lay tentait de se défendre [en ligne]. *Télérama*, 19 mars 2020. Disponible sur : <https://www.telerama.fr/television/nous-vendons-du-temps-de-cerveau-humain-disponible-quand-patrick-le-lay-tentait-de-se-defendre.n6618251.php>

11 DECLOQUEMENT, Franck. La science derrière Cambridge Analytica : pourquoi le profilage psychologique est réellement efficace sur les réseaux sociaux ? [en ligne]. *Atlantico*, 24 octobre 2018. Disponible sur : https://www.academia.edu/37639944/ATLANTICO_La_sciences_derriere_Cambridge_Analytica_pourquoi_le_profilage_psychologique_est_reellement_efficace_sur_les_reseaux_sociaux_email_work_card=view-paper

12 DÜ CLUZEL, François. « Cognitive Warfare », *Innovation Hub*, 2020, 45 p.

13 *Idem*, p. 6

14 Gouvernement du Canada. Défi d'innovation de l'OTAN – Automne 2021. La menace invisible : Outils pour lutter contre la guerre cognitive » [en ligne]. *Gouvernement du Canada*, 6 décembre 2021. Disponible sur : <https://www.canada.ca/fr/ministere-defense-nationale/campagnes/defi-d-innovation-de-l-otan-automne-2021.html>

15 *Ibidem*.

16 ROCKFELLER, Nelson A., CONNOR, John T., DILLON, Douglas C., GRISWOLD, Erwin N., KIRKLAND, Lane, LEMNITZER, Lyman L., REAGAN, Ronald, SHANNON, Edgar F. « Report to the President by the Commission on the CIA activities within the

exposait une expérience où des chercheurs chinois sont parvenus à connecter l'esprit d'un humain à celui d'un rat pour contrôler les mouvements de ce dernier dans un labyrinthe, avec un taux de 90% de réussite¹⁷.

En conséquence, l'important dans une guerre informationnelle est de pouvoir contrôler et influencer les opinions publiques¹⁸. La France a ainsi développé un projet similaire de guerre cognitive, dénommé « Myriade », inspiré par les travaux de la Red Team, c'est-à-dire du groupe d'auteurs de science-fiction qui développent des scénarii au profit du ministère des Armées pour anticiper les futures menaces. Le projet prévoit notamment la mise en œuvre de « *deep fake* cérébraux » afin de procéder à des manipulations poussées de l'esprit ou le recours quotidien à une réalité virtuelle qui enferme les individus dans des vérités alternatives¹⁹.

III) Quels *modus operandi* ?

La stratégie de captation de l'attention est notamment mise en œuvre au cours des campagnes électorales. Ainsi, Donald Trump estimait que gagner l'attention des électeurs était plus important que remporter la bataille de la conviction²⁰. Cette stratégie a conduit le candidat à l'élection présidentielle américaine à être extrêmement présent sur les réseaux sociaux en 2016. L'intéressé a ainsi dominé de façon écrasante les échanges sur Facebook, et ses déclarations ont, en moyenne, suscité douze fois plus d'intérêt que celles d'Hillary Clinton dans les États républicains et deux fois plus dans les États démocrates. Cette omniprésence informationnelle a permis de rendre les propositions de Donald Trump plus virales et de leur offrir une plus grande visibilité vis-à-vis de l'électorat²¹.

La captation de l'attention s'opère également au travers de l'exploitation des émotions des individus et de leurs biais cognitifs, facilitée par les capacités de diffusion massive des informations et une surexposition à celles-ci. Les biais cognitifs peuvent être définis comme la « *propension du cerveau humain à reproduire des erreurs de jugement (y compris en mésinterprétant le sens des messages) aggravées par sa tendance à adopter des conduites en contradiction visible avec les données de l'expérience ou les connaissances facilement accessibles*²² ». Par exemple, le « biais de confirmation » est celui par lequel nous recherchons des informations qui nous confirment que nos idées et préjugés sont attestés par les faits. Dans ce cadre, la dérégulation du marché de l'information a tendance à renforcer « *la démagogie cognitive*²³ », provoquant la pérennité et la diffusion de fausses informations qui capitalisent sur des processus intellectuels erronés, mais séduisants pour l'esprit²⁴. En effet, les biais cognitifs sont des outils qui permettent notamment d'opérer un tri face à une volumétrie d'informations toujours croissante, résultant de l'emploi combiné des réseaux sociaux et des médias de masse²⁵.

Les biais cognitifs permettent ainsi de créer des processus réflexifs rapides, mais toutefois plausibles (dans la plupart des cas), et s'appuient sur un mélange de préférences personnelles et d'attentes sociales. En conséquence, la plausibilité du raccourci inhibe tout mécanisme de vérification des sources, et dans ce cadre, la manipulation de l'information est d'autant plus efficace si elle s'appuie sur des opinions politiques, religieuses ou sociales préalablement identifiées²⁶.

United States. » Washington D.C, Boston Public Library, juin 1975, 324 p.

17 ZHANG, Shaomin, YUAN, Sheng, HUANG, Lipeng, ZHENG, Xiaoxing, WU, Zhaohui, XU, Kedi, PAN, Gang. « Human Mind Control of Rat Cyborg's Continuous Locomotion with Wireless Brain-to-Brain Interface ». *Scientific Reports*, 4 février 2019. Disponible sur : <https://www.nature.com/articles/s41598-018-36885-0>

18 EUTROPE, Xavier. Entretien avec Maud Quessard. L'important dans une guerre informationnelle est d'avoir la main sur les opinions publiques [en ligne]. *INA, La revue des médias*, 16 mars 2022. Disponible sur : <https://larevuedesmedias.ina.fr/ guerre-information-propagande-influence-russie-ukraine-medias-narratif-opinion-publique?amp>

19 BAROTTE, Nicolas. La « guerre cognitive », nouvel avatar des guerres futures [en ligne]. *Le Figaro*, 26 novembre 2021. Disponible sur : <https://www.lefigaro.fr/international/la-guerre-cognitive-nouvel-avatar-des-batailles-futures-20211126>

20 BRONNER, Gérald. « Information et crédulité au temps du COVID-19 », Observatoire sous la direction de François-Bernard Huyghe, directeur de recherche à l'IRIS, et Anne Sénéquier, médecin, chercheuse à l'IRIS, *Observatoire (dés)information & géopolitique au temps du...*, op. cit., p. 11.

21 *Ibid.*

22 *Id.*, p. 101.

23 *Id.*, p. 10.

24 *Ibid.*

25 FRAU-MEIGS, Divina. « Les enjeux de la réception : comment mesurer l'influence de la désinformation ». In : MARANGÉ, Céline, QUSSARD, Maud, *Les guerres de l'information à l'ère numérique*, Paris, Presses universitaires de France, éditions PUF, avec le concours de l'Institut de Recherche stratégique de l'École militaire, 2021, p. 336.

26 *Ibid.*

Face à ces problématiques, certains auteurs estiment que les actions contre les campagnes de manipulation de l'information doivent s'appuyer essentiellement sur l'éducation des citoyens à l'accès à l'information et à la hiérarchisation des sources²⁷. En effet, la croyance aux informations manipulées est en partie corrélée au bas niveau d'éducation et de formation de la population visée, au-delà des biais cognitifs ou de l'attachement partisan²⁸.

En outre, il est possible de provoquer une « contagion émotionnelle », c'est-à-dire « *un transfert d'émotions d'un individu à l'autre, une sorte d'onde qui peut, de proche en proche, toucher l'humanité tout entière. On peut le comparer à la contagion par un virus qui agit en quelques millièmes de seconde*²⁹ ». En effet, il a été constaté que les émotions négatives sont beaucoup plus contagieuses que les positives et qu'elles ont un impact plus durable sur l'état d'esprit d'un individu³⁰. Or, l'hyperconnexion génère un « *excès d'informations émotionnelles*³¹ ». En conséquence, l'emploi des réseaux sociaux comme vecteurs de diffusion de l'information permet une massification de la contagion émotionnelle : entre le 11 et le 18 janvier 2012, Facebook et des universitaires américains ont décidé d'altérer le fil d'actualité de 700 000 utilisateurs du réseau social. Il a été constaté que les utilisateurs ciblés commençaient à utiliser davantage de mots négatifs ou positifs en fonction des contenus auxquels ils avaient été exposés ou en fonction des réactions de leurs contacts sur le réseau social. Il a été employé la notion de « *contagion émotionnelle de masse via les réseaux sociaux*³² » pour analyser ce phénomène, ce qui démontre la capacité de ces plateformes à servir de vecteurs pour les manipulations de l'information, mais également les conséquences potentielles d'un accès algorithmique à celle-ci.

✱

L'ère de l'information s'est caractérisée par l'essor de nouvelles technologies de communication qui ont permis une circulation des images plus large, favorisant des phénomènes de « *contagion médiatique*³³ ». Le contrôle de ces technologies s'est avéré de plus en plus complexe, car les frontières ne protègent qu'imparfaitement des informations venues de l'étranger, tandis que l'évolution des médias occidentaux a rendu les démocraties plus vulnérables en cas de tension internationale³⁴. Confrontés à une diffusion internationale et toujours plus rapide de l'information, les États ont progressivement considéré la nécessité d'adopter des stratégies de communication adaptées aux périodes de crise ou de conflit.

Le capitaine Pascal MARTIN est chef de département au COMCyberGEND et docteur en Histoire moderne et contemporaine.

Le contenu de cette publication doit être considéré comme propre à son auteur et ne saurait engager la responsabilité du CREOGN.

27 DELERUE, François. Les menaces numériques en période électorale. In : MARANGÉ, Céline, QUESSARD, Maud, *op. cit.* note 25, p. 362.

28 FRAU-MEIGS, Divina, *op. cit.* note 25, p. 338.

29 Interview de Christophe HAAG, auteur de *La contagion émotionnelle*. SENDER, Elena. Les émotions sont contagieuses comme des virus [en ligne]. *Sciences et avenir*, 25 avril 2019. Disponible sur : https://www.sciencesetavenir.fr/sante/la-contagion-emotionnelle-decryptee-par-christophe-haag_133145

30 *Ibid.*

31 *Ibid.*

32 AGENCE FRANCE PRESSE. « Contagion émotionnelle » : Facebook, objet d'une enquête pour manipulation [en ligne]. *La Presse*, 2 juillet 2014. Disponible sur : <https://www.lapresse.ca/techno/internet/201407/02/01-4780382-contagion-emotionnelle-facebook-objet-dune-enquete-pour-manipulation.php>

33 MARANGÉ, Céline, QUESSARD, Maud, *op. cit.* note 25, p. 12.

34 GRISET, Pascal. *Les révolutions de la communication XIX^e-XX^e siècle*. Paris, éditions Hachette, 1991, p. 188.