

DYNAMIQUES D'UTILISATION DE L'INFORMATION BREVETS DANS LES PROCESSUS DE CONSTRUCTION DES FAKE NEWS

Mohamadou SECK

EBAD – UCAD (Sénégal)/ Laboratoire de Recherche en Sciences de
l'Information et de la Communication, Université Cheikh Anta Diop de
Dakar/ mohamadou.seck@ucad.edu.sn

Mbemba NDIAYE

EBAD – UCAD (Sénégal)/Laboratoire de Recherche en Sciences de
l'Information et de la Communication, Université Cheikh Anta Diop de Dakar, Laboratoire
Groupe d'Études et de Recherche Interdisciplinaire en Information et Communication,
Université de Lille/ mbemba.ndiaye@ucad.edu.sn

et

Aminata KANE

EBAD – UCAD (Sénégal), Laboratoire de Recherche en Sciences de
l'Information et de la Communication, Université Cheikh Anta Diop de Dakar, Laboratoire
Groupe Interdisciplinaire de Recherche sur les Cultures et les Identités, Laboratoire
Groupe d'Études et de Recherche Interdisciplinaire en Information et Communication,
Université de Lille/ aminata18.kane@ucad.edu.sn

Résumé

La propagation des *fake news* fait l'objet de plusieurs interrogations dans les sociétés et a donné lieu à de nombreux travaux scientifiques. Cependant, des doutes persistent quant à la possibilité d'arrêter ce fléau. Comprendre les logiques qui les sous-tendent, n'est-ce pas l'un des premiers leviers à activer ? Cet article explore les processus de construction des *fake news* par l'utilisation de l'information brevets comme élément de preuve et les stratégies développées par les producteurs de contenus pour tenter de persuader les publics sur les réseaux sociaux. Ainsi, la méthode privilégiée pour collecter les données qualitatives (articles de blogs et pages YouTube) est la netnographie. Combinant des techniques d'ethnographie traditionnelle et d'analyse des interactions en ligne, cette approche a permis de mettre en relief les significations qui émergent des discours, les déconstructions qui s'opèrent, ainsi que les stratégies discursives utilisées pour construire de fausses informations. Les résultats révèlent un mélange de vrai et de faux dans l'argumentaire

proposé, des confusions non négligeables dans les concepts utilisés et des tentatives diverses d'amener le public à accepter le message d'une part, par la tromperie et ce que P. Wilson (1983) appelle l'autorité cognitive et d'autre part, à travers le renvoi vers des sites internet d'offices de propriété intellectuelle, d'organismes nationaux et internationaux.

Mots clés : *Fake news*, Information Brevets, manipulation, persuasion, réseaux sociaux, tromperie, autorité cognitive.

Abstract

The spread of fake news is the subject of much debate in society, and has given rise to numerous scientific studies. However, doubts remain about the feasibility of halting this phenomenon. Understanding the underlying logic is undoubtedly one of the first levers to activate. This article explores the processes involved in constructing fake news through the use of patent information as evidence, as well as the strategies employed by content producers to persuade audiences on social media. Thus, the preferred method for collecting qualitative data (blog articles and YouTube pages) is netnography. Combining techniques from traditional ethnography and online interaction analysis, this approach has highlighted the meanings that emerge from discourse, the deconstructions that take place, as well as the discursive strategies employed to construct misinformation. The results reveal a mixture of truth and falsehood in the arguments presented, significant confusion regarding the concepts employed, and various attempts to lead the audience to accept the message—both through deception and through what P. Wilson (1983) termed cognitive authority, as well as through references to websites of intellectual property offices and national and international organizations.

Key words : Fake news, Patent information, manipulation, persuasion, social networks.

Introduction

Le développement de la désinformation dans le monde s'est accru ces dernières années, notamment avec les facilités offertes par le numérique et l'usage des réseaux socio-numériques. Elle « repose sur la

fabrication d'un faux message puis sa diffusion de façon qui semble neutre et dans un but stratégique. Il s'agit toujours d'agir négativement sur l'opinion publique pour affaiblir un camp. Ce camp peut être un pays, les tenants d'une idéologie, un groupe ou une entreprise » (F-B. Huyghe, 2016, p. 63). La période Covid 19 fut propice à la diffusion massive d'informations dites « fausses », en témoigne de nombreuses rumeurs en 2022 sur : l'invention d'un vaccin contre le coronavirus en 2003 par l'Institut Pasteur, le fait que les vaccinations ARN sont à l'origine des variants, et la chimère autour de la campagne de vaccination à destination des bébés relayée sur les réseaux sociaux et reprenant des logos officiels, dont celui de l'agence régionale de santé (ARS)²⁶.

Ainsi, les pratiques de manipulation intentionnelle, voire non-intentionnelle dans certains cas, s'inscrivent jusque dans le détournement de brevets d'invention qui est un titre qui « protège une innovation technique, c'est-à-dire un produit ou un procédé qui apporte une nouvelle solution technique à un problème technique donné » (INPI, 2024²⁷). À ce titre, le cas d'un « gilet jaune » Cat Antonio condamné par le tribunal correctionnel de Senlis (France), suite à la diffusion d'une vidéo « complotiste » attribuant la création du coronavirus à l'Institut Pasteur illustre cette pratique. Les enquêtes judiciaires ont montré qu'il s'agissait d'une tentative de manipulation du contenu d'un brevet alors que ce dernier ne portait aucunement sur le nouveau virus, mais sur la séquence de virus du SRAS de 2003.

Les méthodes conspirationnistes ont donné naissance à la classification des *fake news* au sujet de la Covid-19 (A. Monnier, 2020) et à la « modélisation des prédictors du partage de fausses nouvelles » axée par exemple sur l'altruisme et la socialisation (O-D. Apuke & B. Omar, 2021). Elles incitent davantage les chercheurs à identifier ces pratiques en

²⁶France info 2021 : "Info ou Intox" : Covid-19 : Une fausse campagne de vaccination à destination des bébés. Accès : https://www.francetvinfo.fr/sante/maladie/coronavirus/vaccin/video-info-ou-intox-covid-19-une-fausse-campagne-de-vaccination-a-destination-des-bebes_5479179.html, consulté le 8juillet 2024.

²⁷INPI. (2024). Ce qui est brevetable ou pas. Accès : <https://www.inpi.fr/comprendre-la-propriete-intellectuelle/le-brevet/ce-qui-est-brevetable-ou-pas>, consulté le 03/07/2024.

usant d'une part des techniques de *fact checking*, visant à vérifier l'exactitude des données circulant sur les réseaux socio-numériques et dans l'espace public de manière générale, et d'autre part, en proposant des moyens de lutte contre la désinformation. On retrouve d'ailleurs des sites ayant pour dessein de dénoncer les théories conspirationnistes à l'instar de *Conspiracy Watch*. C'est dans ce sillage que s'inscrit notre étude dont l'objectif général est d'analyser les procédés de désinformation mis en œuvre par les internautes qui publient des articles en détournant sciemment l'information brevets qui désigne l'ensemble des renseignements techniques, juridiques et économiques contenus dans les documents brevets.

1. Éléments théoriques

Nous faisons recours aux théories de la diffusion (J-P. Accart, 2015; F. Faugeras, 1997) et de la manipulation de l'information (S-A. McCornack, 1992 ; S-A. McCornack et al., 1996, 2008) ainsi qu'aux théories psychologiques de la manipulation (C. Avram, 2009; R. Cialdini, 2021; N. Guéguen, 2021; V. Joule et al., 1987) et de la tromperie interpersonnelle - *Interpersonal deception theory* (A-P. Hubbell et al., 2005; D-B. Buller & J-K. Burgoon, 2006) qui ont montré que ces pratiques s'inscrivent dans un processus de transgression de la qualité et de la quantité de l'information. Ce qui rend particulièrement intéressante cette dernière théorie, réside dans le fait qu'elle prend en compte la tromperie en contexte interactif et qu'elle est susceptible d'éclairer les théories relatives à la crédibilité, à la communication véridique et à la communication interpersonnelle (D-B. Buller & J-K. Burgoon, 2006). Cette théorie permet ainsi d'observer les formes de communication verbale et non-verbale qui viennent amplifier la teneur du message dans les différentes interactions, notamment en contexte virtuel. En outre, la théorie du complot et le développement des médias complotistes donnent une dimension nouvelle à la pratique de la tromperie, que nous considérons comme une déformation intentionnelle du message, puisqu'elle est exacerbée par un souci de reconnaissance, de visibilité et amplifiée par le partage massif de l'information.

En effet, en transformant le paysage de la communication et les interactions sur les réseaux socio-numériques, la désinformation interroge la crédibilité et la valeur des informations partagées. Si pendant longtemps les techniques de manipulation s'orientaient sur « des images rumorales » (P. Froissart, 2002), des « bruits alarmants » (F. Ploux, 2002), des recherches portant sur « les fausses nouvelles » en situation de guerre (M. Bloch, 1999) ou sur la « propagande à visée idéologique » (L. Henric, 2018), elles prennent aujourd'hui une ampleur qui tend à interpellier la notion d'autorité cognitive développée par P. Wilson (1983), S-Y. Rieh (2002) et de construction de l'autorité informationnelle²⁸ sur le web (E. Broudoux, 2007) qui jouent un rôle important dans les pratiques de persuasion et d'influence choisie, puisque tout le processus s'opère en situation d'acquisition de connaissance. Ainsi, P. Wilson (1983) considère que,

l'acquisition de connaissances n'est pas seulement résultante de l'expérience individuelle, mais que les individus sont en quelque sorte dépendants d'une connaissance de « seconde main », provenant de sources auxquelles ils attribuent une certaine valeur d'autorité. Cité par M. Baiocchi & D. Forest, (2014, p.143).

Les usagers créent dès lors des marqueurs qui leur permettent d'évaluer la fiabilité des sources. Il en est de même dans les pratiques de recommandation, puisque les sources d'information sont généralement partagées entre amis sur les réseaux sociaux numériques ou trouvées par hasard lorsque l'information est rendue virale.

2. Méthodes et outils de collecte des données

Notre démarche méthodologique s'inspire de ce que R-V. Kozinets (2010) appelle la netnographie, par adaptation de méthodes qualitatives

²⁸ « L'autorité informationnelle [consiste] à porter un événement à la connaissance d'une sphère sociale ou d'un individu. [...]. Elle est le résultat d'un jeu de forces entre ses composantes. Contrairement à l'autorité cognitive, l'autorité informationnelle, susceptible d'être portée par un individu ou un groupe, un objet ou un outil cognitif ou encore un média, n'a pas pour fonction principale l'influence, mais celle d'informer (donner une forme) » (E. Broudoux, 2007).

classiques. Elle « utilise Internet comme source de données en s'appuyant sur les communautés virtuelles » (Y. Bernard, 2004, p. 52) et tient compte des données textuelles, graphiques et multimédias, mais aussi des actes de langage et de la temporalité des échanges. La constitution du corpus est faite en deux phases : la première consistait à collecter les articles de désinformation sur internet citant des brevets ainsi que les documents brevets s'y afférents, dans la seconde il s'agissait de recueillir les informations dans la base de l'office européen de brevets *Espacenet* pour en vérifier la conformité.

Ainsi, à l'aide de critères de recherche spécifiques (titre, date, numéro de publication, etc.), nous avons examiné chaque référence de brevet mentionnée dans les articles des sites conspirationnistes, confirmant ainsi leur validité et leur pertinence pour notre étude. Par ailleurs, le corpus regroupe des contenus textuels et audiovisuels collectés sur des blogs et le réseau social YouTube : cinq (5) documents textuels, dont quatre (4) qui proviennent de sites internet conspirationnistes [deux (2) articles de www.qactus.fr , un (1) du www.lesalonbeige.fr, et un du www.lemediaen442.fr) et un (1) article de blog (michelduchaine²⁹)].

Il était impératif de commencer par définir les critères de recherche afin d'identifier les articles de désinformation. Par la suite, une évaluation de la pertinence des informations obtenues s'avérait nécessaire pour différencier les articles émanant directement de conspirationnistes de ceux rédigés par des auteurs cherchant à démontrer la fausseté des informations propagées par ces derniers. Concernant le contenu textuel, nous avons utilisé le moteur de recherche Google, en formulant des requêtes variées comprenant des mots clés ou expressions suivant : « Article fake news Covid-19 », « L'état nous ment sur la Covid-19 », « Des brevets fake news sur la Covid », « listes des sites conspirationnistes ».

La procédure de recherche des vidéos est légèrement différente. Néanmoins, il était nécessaire de formuler des requêtes pertinentes. À défaut de trouver la vidéo d'origine censurée dans laquelle l'auteur cite

²⁹ Site du blog : <https://perma.cc/NY3G-X64Z>

explicitement le brevet EP 1694829 B1, nous avons retenu d'exploiter une vidéo qui en cite les séquences importantes, notamment celles relatives au numéro du brevet, au lien d'accès, aux inventeurs, etc. Cette vidéo³⁰ d'une durée de 19 min 40 secondes est postée par un profil du nom de Marcus Dia qui analyse les propos « d'un gilet jaune [prétendant] que le coronavirus est *made in France* ». La vidéo comporte deux types de séquences : dans la première, le *youtubeur* projette des passages de la vidéo de Cat Antonio et dans la seconde il fait une analyse, en essayant de mettre en relief les ambiguïtés dans les propos de l'auteur. En outre, il nous semblait intéressant d'exploiter une deuxième³¹ vidéo qui conforte les propos tenus dans la première, *a priori*, pour marquer la solidarité, en témoigne le titre dans lequel le *youtubeur* cherche à rassurer les internautes : « suppression de la vidéo de Cat Antonio récupérer toutes les infos ici ». En incitant les internautes à croire en la véracité des propos de Cat Antonio qu'il qualifie de "brave homme", car ce dernier appelle à la résistance, un principe auquel il semble croire profondément en insistant sur le fait qu'il faudra le « tuer pour voir disparaître la vidéo » d'origine.

In fine, l'objet est d'étudier les stratégies de manipulation utilisées par les acteurs de fabrication des fake news, en analysant les contenus du corpus, y compris l'habillage des messages à travers les éléments institutionnels de référence (cachet administratif, rapport à une autorité). Il s'agit d'examiner les actes performatifs de persuasion, notamment les formes d'expression de nature rassurante, injonctive, apeurante (C-C. Celik, 2014), mais aussi compatissante à travers les bribes de mots, les différents éléments de langage, les images projetées et commentées (S. Bres et *al.*, 2003).

³⁰ Marcus Dia tv : vidéo censurée : un gilet jaune prétend que le coronavirus est made in France [analyse]. Accès : <https://youtu.be/u7HFqi1-CAU?si=yln8qgVZyqrs8ORx>, consulté le 18 juin 2024.

³¹ Profil YouTube «*zkg glitcherz*» : [Covid-19] suppression de la vidéo de Cat Antonio récupérer toute les infos ici. Accès : https://youtu.be/SaJD_yP5zxE?si=YyWP7AuCpgn-g05K, consulté le 18 juin 2024. La vidéo en question n'est plus accessible intégralement.

3. Analyse et interprétation des données

Les principes de l'analyse des données qualitatives n'étant pas toujours homogènes et ayant un caractère évolutif (L. Bardin, 2001 ; C. Voynnet Fourboul, 2012), il nous a paru plus pertinent de cerner certains aspects à étudier. Ainsi, l'analyse du contenu choisi est orientée sur les processus de construction des *fake news* et les stratégies mises en œuvre par les conspirationnistes pour persuader les internautes (P. Sabourin, 2009).

3.1. Processus de construction des fake news et stratégies de persuasion

Les données exploitées révèlent que dans leurs processus de construction des informations diffusées, les conspirationnistes font recours à différents leviers pour asseoir leurs stratégies de persuasion.

3.1.1. Les actes performatifs de persuasion

Les résultats révèlent des tendances significatives dans les stratégies de persuasion adoptées par les pages internet conspirationnistes. L'observation récurrente de titres accrocheurs semble suggérer une utilisation intentionnelle de cette pratique pour attirer l'attention des visiteurs et les inciter à explorer davantage le contenu proposé.

L'analyse des citations de brevets, qu'elles soient authentiques ou fictives, révèle une pratique consistant à intégrer des termes clés liés au « coronavirus » dans les titres. En effet, l'inclusion de liens vers des sites ou des brevets renforce cette illusion de crédibilité, en offrant une apparente corroboration externe des affirmations avancées. Cette stratégie semble exploiter la crédulité des lecteurs en leur offrant une fausse impression de véracité et d'autorité scientifique, ce qui correspond à une forme de manipulation cognitive (P. Breton, 2020 ; D-S. Kennedy et *al.*, 2021 ; R-A. Rothschild, 2021). Cependant, il est important de souligner que la véracité et la pertinence de ces liens peuvent être sujettes à caution, en ce sens qu'elles nécessitent une analyse critique de la part des lecteurs.

En ce qui concerne la surcharge visuelle des pages conspirationnistes, caractérisée par une multitude d'éléments tels que des images, des vidéos, des liens, des couleurs et des textes longs, il est intéressant de noter que

cette stratégie peut avoir des effets contradictoires. D'une part, elle peut être perçue comme une tentative de persuasion par la preuve, en fournissant une abondance d'éléments visuels et textuels censés soutenir les affirmations avancées. D'autre part, elle peut également être interprétée comme une tentative délibérée de perturber et de submerger le lecteur, ce qui pourrait induire une réaction de rejet, de lassitude ou de confusion. Cela fait écho « aux trois concepts issus de la rhétorique aristotélicienne, qui entretiennent tous [les] trois des liens explicites avec la preuve, d'une part, avec la persuasion, de l'autre » (E. Danblon, 2010, p. 216). Le premier (*tekmerion*) renvoie au signe nécessaire pour rendre un argument irréfutable. Le second (*paradeigma*) repose sur la persuasion par l'exemple, notamment le fait d'évoquer une histoire propre à emporter l'adhésion ou un fait singulier qui favorise l'induction. Quant au troisième (*topos*), il est davantage thématique en ce sens que c'est le sujet abordé qui fait office d'argument fort de persuasion. En effet, « les topoï sont des propositions exprimant une vérité générale. Ce sont des vérités premières admises par tout le monde, confirmées par la conscience et le sens commun. » [(Aristote, 1938), cité par (R. Daoud, 2018, p. 2)]. Ainsi, les conspirationnistes surfent sur ces leviers langagiers pour persuader et manipuler les masses.

3.1.2. L'appréhension du pouvoir persuasif des images

Dans le cas de la vidéo du « gilet jaune » Cat Antonio, les manipulations affectives et cognitives sont principalement utilisées. En effet, l'appel aux sentiments a l'avantage de mobiliser et de conditionner les interlocuteurs afin que ces derniers épousent sa position. Dans le cas étudié, pour convaincre en contexte virtuel, le *youtubeur* est passé par l'usage du verbal et du non verbal. En effet, le recours aux expressions faciales est un atout majeur de manipulation, puisqu'ils jouent un rôle important dans les interactions sociales, en donnant des signaux sur l'état mental et les intentions du locuteur. L'auteur de la vidéo joue énormément avec ses expressions afin de donner un poids à son propos (visage triste, traits tirés, pincement des lèvres, fortes respirations, yeux écarquillés...). En jouant sur l'effet de surprise et de choc, il est vraisemblablement question

pour lui d'amplifier son sentiment de peur, traduit de manière verbale par « l'heure est grave...l'heure est très grave... On nous dit la vérité ? Quand j'allume la télé... je ne suis pas sûr ». Non seulement, le propos tente de montrer que les médias télévisés ne sont pas fiables, mais il insiste sur le fait que son intention est noble en réfutant toutes formes de « buzz » et de complots : « on n'est pas des complotistes » ; « on n'est pas des francs-maçons », « on n'est pas là pour incriminer qui que ce soit ».

La diffusion de la peur devient ici, le premier levier de persuasion avec l'usage d'arguments tels que « je vous conseille de télécharger avant qu'ils ne l'enlèvent » ; « voilà le brevet, voilà ce qui est en train de nous tuer ». En effet, comme le souligne F. Girandola (2000, 2003), les messages persuasifs utilisant la peur traitent, le plus souvent, de protection face à une menace réelle. « [La finalité étant] d'informer et d'amener les individus à adhérer aux recommandations contenues dans le message afin de faire face à cette menace » (F. Girandola, 2000, p. 334) au point de limiter la réflexion du récepteur.

Le deuxième élément de persuasion réside dans l'usage de la manipulation cognitive avec la recherche d'un effet fusionnel et la répétition du message. Il s'agit à cet effet « d'annihiler toute différence dans le processus de communication entre l'émetteur, le message et l'auditoire : répétition, hypnose et synchronisation » (P. Breton, 2020, p. 204). Là où la répétition du message renvoie à des affirmations appuyées avec un ton catégorique, l'effet fusionnel passe par un accompagnement dans le processus d'accès à l'information, notamment les mots clés à saisir, les pages à consulter et l'usage de pronoms personnels (je, nous, vous). Le « vous » est particulièrement intéressant dans la mesure où il n'appelle pas à une dichotomie « nous et vous » ou une fragmentation de la société en groupes antagonistes, il met plutôt l'accent sur une problématique et un vécu commun. Par exemple, quand l'auteur dit « voilà ce qui est en train de nous tuer ». En effet, ici, le « nous » est à usage variable dans la mesure où il désigne les abonnés et non-abonnés à sa page YouTube et les habitants de la planète, puisqu'il s'agit d'un phénomène mondial et que les informations circulent à une vitesse fulgurante. Ainsi, lorsqu'elles sont

associées à des discours, les images constituent un grand levier de persuasion dans la mesure où elles permettent aux internautes d'avoir quelques informations concernant les brevets évoqués.

3.1.3. Le brevet comme élément de preuve

Dans l'analyse des schémas de raisonnement des conspirationnistes, une tendance fréquemment observée est leur propension à invoquer des brevets d'invention comme une forme de légitimation de leurs théories. Il s'agit d'une technique de persuasion qui peut être efficace (C. Voynnet Fourboul, 2012, p.1). Tout d'abord, il nous semble important de noter que les brevets cités par les auteurs des articles conspirationnistes traités sont bien réels et ont été identifiés dans des bases de données officielles telles qu'*Espacenet*. En effet, l'article du site www.qactus.fr, intitulé « France : Alerte dans moins de 4 mois, les gens seront des esclaves... », exploite cette dualité en citant le brevet US 2021/0082583 A1 comme un élément de preuve alors qu'il concerne plutôt des procédés et systèmes visant à hiérarchiser des traitements, des vaccinations, des tests et/ou des activités. L'auteur l'associe à tort à *Big Pharma*, en suggérant que cette entité en serait l'instigatrice. Il est toutefois relevé une tentative de manipulation dans l'attribution du brevet à *Big Pharma*, puisque les inventeurs, Gal Ehrlich et Maier Fenster, sont également les demandeurs.

Ce type de démarche est également observé dans d'autres cas, notamment avec le brevet « *US2020279585A1 System and Method for Testing for COVID-19* » (R-A. Rothschild, 2021), attribué à tort à la famille Rothschild par certains blogs et pages de réseaux sociaux³². Une vérification dans la base de données *Espacenet* révèle que ce brevet, initialement publié en 2015 pour décrire des techniques d'analyse de données biométriques, a été mis à jour en 2020 pour inclure une section sur le coronavirus. De plus, l'inventeur Richard Rothschild (2021), malgré les assertions des théoriciens du complot, n'a apparemment aucun lien familial avec la célèbre famille Rothschild.

³² Il s'agit notamment du blog Michelduchaine (<https://perma.cc/NY3G-X64Z>) et la page Facebook « *Ute Mall* » (<https://perma.cc/J4FS-5WEE?type=image>).

À côté de l'existence des brevets mentionnés et de la correspondance de certaines descriptions techniques, il est relevé des approximations dans les commentaires des auteurs, notamment dans l'attribution de ces brevets à des entités différentes des inventeurs réels. En outre, l'extrapolation des implications des brevets au-delà de leurs contenus techniques réels constitue une autre source de fausseté dans les arguments avancés par les théoriciens du complot. Les brevets eux-mêmes décrivent des inventions ou des procédés spécifiques, mais les interprétations qui en sont faites quant à leur utilisation supposée pour manipuler ou contrôler la population ne sont pas conformes à la réalité. Il convient également de noter que la nature complexe des systèmes de brevets, impliquant des procédures de dépôt, d'examen et de délivrance, ainsi que des droits de propriété intellectuelle, rend improbable une utilisation malveillante généralisée de ces instruments à des fins de manipulation de masse.

3.1.4. Le potentiel exploité des références

L'indication des sources d'information est une stratégie de persuasion mise en œuvre par les producteurs de contenus, en lançant des défis de vérification aux utilisateurs. Ces éléments sont généralement indiqués en fin de vidéo ou à l'intérieur du texte produit. Les références sont faites aux brevets et aux événements marquants qui permettent de conforter l'idée. Par exemple, les renvois aux liens, aux images, aux numéros du brevet, de même que le processus d'accompagnement à travers les explications de la démarche « je vous le mettrai en dessous », « vous avez juste à taper ça », « vous allez arriver sur le brevet »³³ sont des arguments forts de persuasion et montrent qu'ils procèdent de façon méthodique comme cela apparaît dans le tableau ci-dessous, en indiquant les sources et les moyens de vérification.

³³ Propos recueillis dans la page Marcus Dia tv : vidéo censurée : un gilet jaune prétend que le coronavirus est made in France [analyse]. Accès : <https://youtu.be/u7HFqi1-CAU?si=yln8qgVZyqrs8ORx>, consulté le 18 juin 2024.

Informations détenues	
Sources qui les confirment	Moyens de vérification
- Brevets - Articles de presse - Bibliographie indiquée (avec des liens hypertextes) - Discours de personnes connues	- Google - YouTube - Bases de données brevets

Tableau 1 : Schéma de vérification proposé par les producteurs de fake news

Source : Tableau réalisé par Seck, Ndiaye & Kane.

Alors que les scientifiques fondent leurs réflexions sur le doute et la remise en question perpétuelle qui permettent de produire d'autres connaissances, les conspirationnistes ont la conviction de détenir la vérité, du fait que les sources sont considérées comme fiables. Cela pourrait expliquer les renvois fréquents aux références indiquées dans les contenus :

Je tiens à vous dire que tous les éléments dont on va parler ce soir, tous, tous, tous, j'insiste, vous pourrez les retrouver à la fin où je vais mettre les photos, les liens. Vous pourrez retrouver tous les éléments que je vais vous dire ³⁴.

Ainsi, aussi bien dans les vidéos que dans l'article exploité, les sources d'information indiquées par les producteurs de *fake news* citant les brevets sont fréquemment remises au centre de leur argumentation.

3.2. Regards critiques

S'il y a souvent une part de vérité dans les propos des conspirationnistes, par exemple concernant l'existence des brevets, ou les rapports et les études indiqués, l'interprétation des contenus de ces documents et les conclusions auxquelles ils aboutissent sont généralement fausses.

³⁴ Idem : propos recueillis dans la page Marcus Dia tv.

Ainsi, malgré la volonté « de dire la vérité » qui les anime vraisemblablement, ils participent à la propagation des *fake news* par le biais des productions partagées sur les réseaux sociaux (Facebook, Youtube, entre autres) qui sont considérés, par essence comme les moyens modernes de communication les plus mobilisés dans la manipulation des esprits (P. Charaudeau, 2020). En outre, l'agrégation d'autres contenus, par d'autres auteurs, autour des productions initiales, soit pour conforter les arguments avancés, soit pour les remettre en cause, n'aide pas forcément le lecteur à discerner le vrai du faux. Par exemple, dans la vidéo exploitée où l'auteur tente de mettre en relief la fausseté des informations fournies par le « gilet jaune » pour montrer que le Coronavirus a été créé dans un laboratoire et que les États sont complices, nous notons beaucoup de confusions dans les efforts de clarification conceptuels et des insuffisances quant à la compréhension du processus de création d'un brevet. L'auteur de la critique s'inscrit dans une déformation non intentionnelle par manque de compétence. Or, pour persuader, deux qualités sont souvent mises en relief dans les théories de la persuasion évoquées précédemment : la compétence de l'individu en situation et l'attractivité de la source, notamment sa fiabilité (R-E. Petty et P. Briñol, 2007). De ce fait, en notant ces insuffisances dans la démarche du profil « Marcus Dia tv » qui repose sur un vœu pieux d'élucidation, cette forme de fact-checking paraît tout aussi dangereuse que la désinformation volontaire.

En effet, ces vidéos généralement produites par des amateurs qui semblent animés de bonne foi induisent également les lecteurs en erreur, en ce sens que la compréhension réelle du fait abordé est minimale. Concernant le brevet EP 1694829 B1, cela est peut-être lié au fait que l'intitulé du brevet ne permet pas de savoir, à première vue, s'il s'agit d'une découverte d'un virus associé au SRAS Coronavirus, d'une invention ou tout simplement d'un procédé d'isolation d'un virus. En effet, si le titre « nouvelle souche de coronavirus associé au SRAS et ses applications » est exploité par les conspirationnistes pour entretenir le doute, en considérant les auteurs de ce brevet comme les inventeurs du virus, une analyse des revendications permet de constater qu'il s'agit plutôt d'une isolation ou

purification du virus. De même, dans une tentative de réfutation des affirmations de Cat Antonio, le *youtubeur* Marcus DIA semble également confondre les termes découvreur et inventeur, ainsi que les concepts d'invention et de rapport, en considérant qu'un brevet ne protège pas une invention, mais serait juste un compte-rendu. Il semble ignorer que la découverte seule ne satisfait pas aux conditions de brevetabilité, à savoir la nouveauté, l'activité inventive et l'application industrielle.

En résumé, bien qu'il existe des éléments de vérité dans les discours conspirationnistes (comme l'existence de brevets), leur interprétation est souvent erronée. Cette dichotomie est importante : elle montre que la présence de faits véridiques peut servir de levier pour des interprétations fallacieuses. Cela rejoint les travaux sur la "confirmation des biais" (S. Larivée & al., 2019) qui suggèrent que les individus sont susceptibles de sélectionner des informations qui confirment leurs croyances préexistantes. Par ailleurs, il nous paraît important que les demandeurs de brevets similaires formulent les titres de façon plus explicite. Cela éviterait de telles exploitations déviantes.

Conclusion

En écho aux multiples études menées sur la problématique des *fake news* (F. Dauphin, 2019 ; J. Giry, 2020 ; F-B. Huyghe, 2016 ; N. Vanbremeersch, 2018) et aux nombreuses initiatives prises pour lutter contre ce phénomène, qu'elles soient étatiques ou isolées (ODIL, 2024)³⁵, particulièrement dans le domaine de la santé, l'analyse a permis d'explorer les différents aspects considérés dans le processus de construction des *fake news*. En effet, même si dans la littérature il y a des productions conséquentes concernant les méthodes de protection ou de lutte contre ce fléau, la démarche compréhensive que nous avons privilégié a permis de cerner les stratégies de persuasion mobilisées, qui englobent : les actes performatifs, la place accordée aux images dans les logiques

³⁵ ODIL est une plateforme francophone des initiatives de lutte contre la désinformation, qui rassemble les initiatives de lutte contre la désinformation dans l'espace francophone afin de leur apporter davantage de visibilité à l'échelle mondiale et d'en comprendre leurs spécificités. Accès : <https://odil.org/initiatives/>, consulté le 29/03/2024.

d'argumentation, les différentes formes d'utilisation du brevet comme élément de preuve et les liens de vérification associés, ainsi que le potentiel exploité de références pour attester de la scientificité de leur raisonnement.

Or, en partant du postulat selon lequel « le critère de la scientificité d'une théorie réside dans la possibilité de l'invalider, de la réfuter ou encore de la tester » (K-R. Popper et *al.*, 1985), quelques vérifications des réalités décrites dans les brevets EP 1694829 B1 et US 2021/0082583 A1, ont permis de noter beaucoup d'incohérences quant à l'exploitation manifestement fidèle de leurs contenus dans les articles et les vidéos *fake news* diffusés. Par ailleurs, dans une dynamique de limitation de sa propagation voire de l'éradication de ce fléau, il serait nécessaire de comprendre d'abord les processus de construction et les stratégies mises en œuvre pour persuader puis de mobiliser les moyens techniques et humains de lutte contre ce phénomène, en privilégiant par exemple l'éducation aux médias.

Références bibliographiques

- ACCART Jean-Philippe, Avec la collaboration de RÉTHY Marie-Pierre, 2015 : « 13. La diffusion de l'information ». In : *Le Métier de Documentaliste*. Paris, Éditions du Cercle de la Librairie. Métiers, p.245-264. URL : <https://shs.cairn.info/le-metier-de-documentaliste--9782765414612-page-245?lang=fr>.
- APUKE Oberiri Destiny et OMAR, Bahiyah, 2021: Fake news and COVID-19: modelling the predictors of fake news sharing among social media users. *Telematics and Informatics*, vol. 56, p. 101475.
- ARISTOTE, 1967 : *Rhétorique*. Texte établi et traduit par Médéric Dufour, 3^{ème} tirage. Paris : Les Belles Lettres, « Collection des universités de France, vol. 3.
- AVRAM Carmen, 2009 : Perspective psychologique sur la manipulation. *Dialogos*, vol. 10, n° 19, p. 79-84.
- BAIOCCHI Marcela C. et FOREST Dominic, 2014 : L'utilisateur comme autorité cognitive : Perspectives théoriques sur les systèmes de

- recommandation. *Les Cahiers du numérique*, vol. 10, n°1, p. 127-157.
- BARDIN Laurence, 2001 : *L'analyse de contenu* (éd. 10). Paris : Presses Universitaires de France.
- BERNARD Yohan, 2004 : La netnographie : une nouvelle méthode d'enquête qualitative basée sur les communautés virtuelles de consommation. *Décisions marketing*, n°4, p. 49-62.
- BLOCH Marc, 1999 : *Réflexions d'un historien sur les fausses nouvelles de la guerre*. Editions Allia.
- BRES Stéphane, JOLION Jean-Michel et LEBOURGEOIS Frank, 2003 : *Traitement et analyse des images numériques*. Hermes Science Publications.
- BRETON Philippe, 2020 : *La parole manipulée*. Paris : La découverte.
- BROUDOUX Évelyne, 2007 : « Construction de l'autorité informationnelle sur le web », in Skare R. et al., *A Document (Re)turn : Contributions from a Research Field in Transition*, Peter Lang.
- BULLER David B. et BURGOON Judee K., 1996: Interpersonal deception theory. *Communication theory*, vol. 6, n° 3, p. 203-242.
- CELIK Christelle Combe, 2014 : Vlogues sur YouTube : un nouveau genre d'interactions multimodales. In : *IMPEC2014*. p. 265-280.
- CHARAUDEAU, P. 2020 : *La manipulation de la vérité. Du triomphe de la négation aux brouillages de la post-vérité*. Limoges : Lambert-Lucas.
- CIALDINI Robert B., 2021 : *Influence et manipulation : L'art de la persuasion*. First.
- DANBLON Emmanuelle, 2010 : La rhétorique : art de la preuve ou art de la persuasion ? *Revue de métaphysique et de morale*, n°2, p. 213-231.
- DAOUD Refka, 2018 : *Les Topoi : de la logique à la sémantique ou des fondements sémantiques de la logique à la naissance de la sémantique*. Thèse de doctorat. Université Bourgogne Franche-Comté.

- DAUPHIN Florian, 2019 : Les Fake News au prisme des théories sur les rumeurs et la propagande. *Études de communication*, vol. 53, p. 15-32.
- FAUGERAS Françoise, 1997 : « Produire, diffuser, partager de l'information scientifique et technique : sous quelles formes ? Sur quels supports ? Avec quels outils ? », *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, n° 3, p. 41-46.
- FROISSART Pascal, 2002 : Les images rumorales. Une nouvelle imagerie populaire sur Internet. *Médiamorphoses*, vol. 5, n°1, p. 27-35.
- GIRANDOLA Fabien, 2000 : Peur et persuasion : présentations des recherches (1953-1998) et d'une nouvelle lecture. *L'année Psychologique*, vol. 100, n°2, p. 333-376.
- GIRANDOLA Fabien, 2003 : *Psychologie de la persuasion et de l'engagement*. Presses Univ. Franche-Comté.
- GIRY Julien, 2020 : Les fake news comme concept de sciences sociales. *Questions de communication*, vol. 38, n°2, p. 371-394.
- GUÉGUEN Nicolas, 2021 : *Psychologie de la manipulation et de la soumission*. Paris : Dunod.
- HENRIC Lise, 2018 : Les fake news, entre outils de propagande et entraves à la liberté de la presse. *Hermès*, n° 3, p. 120-125.
- HUBBELL, Anne P., CHORY-ASSAD, Rebecca M., et MEDVED, Caryn E., 2005: A new approach to the study of deception in organizations. *North American Journal of Psychology*, vol. 7, n°2.
- HUYGHE François-Bernard, 2016 : Désinformation : armes du faux, lutte et chaos dans la société de l'information. *Sécurité globale*, vol. 6, n°2, p. 63-72.
- JOULE Robert-Vincent, BEAUVOIS Jean-Léon et DESCHAMPS Jean Claude, 1987 : *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- KENNEDY David S., VU V. K., RITCHIE Hannah et al. COVID-19, 2020: Identifying countries with indicators of success in responding to the outbreak. *Gates open research*, vol. 4.

- KOZINETTS Robert V, 2010. Netnography: The marketer's secret weapon. *White paper*, p. 1-13.
- LARIVÉE S., SÉNÉCHAL C., ST-ONGE Z., et SAUVÉ M-R., 2019. Le biais de confirmation en recherche. *Revue de psychoéducation*, 48(1), 245-263.
- MCCORNACK Steven A., BAXTER Leslie A. et BRAITHWAITE Dawn O., 2008 : Information manipulation theory. *Engaging theories in interpersonal communication: Multiple perspectives*, p. 215-226.
- MCCORNACK Steven A., LEVINE Timothy R., MORRISON Kelly, et al., 1996: Speaking of information manipulation: A critical rejoinder, *Communication Monographs*, 63(1), 83-92.
- MCCORNACK, Steven A., 1992: Information manipulation theory. *Communications Monographs*, vol. 59, n°1, p. 1-16
- MONNIER Angeliki, 2020 : Covid-19 : de la pandémie à l'infodémie et la chasse aux fake news. *Recherches & éducations*, no HS.
- PETTY Richard E. et BRIÑOL Pablo, 2007 : Mécanismes psychologiques de la persuasion. *Diogenes*, vol. 217, n°1, p. 58-78.
- PLOUX François, 2002 : Des bruits alarmants. *Les cahiers de médiologie*, n°1, p. 91-99.
- POPPER Karl Raimund, LAUNAY Michel, et LAUNAY Marc B. 1985 de. *Conjectures et réfutations : la croissance du savoir scientifique*.
- POPPER Karl Raimund, 2006 : *Conjectures et réfutations la croissance du savoir scientifique* (traduit par Michelle-Irène B. de Launay & Marc B. de Launay). Paris: Payot.
- RIEH Soo Young, 2002: Judgment of information quality and cognitive authority in the Web. *Journal of the American society for information science and technology*, vol. 53, n°2, p. 145-161.
- ROTHSCHILD Richard. A, 2021: System and method for testing for COVID-19_GooglePatents.<https://patents.google.com/patent/US11024339B2/en>

- SABOURIN Paul, 2009 : L'analyse de contenu. *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données*, 415-444.
- VANBREMEERSCH Nicolas, 2018) : De quoi les fake news sont-elles le nom ?
Le débat, 3, 15-22.
- VOYNNET FOURBOUL Catherine, 2012 : « Ce que "analyse de données qualitatives" veut dire ». *Revue internationale de psychosociologie*, 44 Vol. XVIII, 2012. p.71-88.
- WILSON Patrick, 1983: *Second-hand knowledge: an inquiry into cognitive authority*. Westport, Conn.: Greenwood Press.