

Quand la presse est impliquée dans la désinformation électorale

Arnaud Mercier, Université Paris Panthéon-Assas

Le *Code électoral* français utilise encore le terme de « propagande électorale » pour désigner la façon d'informer les électeurs de ses idées et de son programme. Ce qui ne signifie pas que tous les coups sont permis, comme l'acception manipulatrice du terme propagande, la plus courante, peut le laisser entendre. Bien au contraire, des « interdictions et restrictions » sont explicitement prévues (article L48-1). Et l'article L48-2 stipule que : « Il est interdit à tout candidat de porter à la connaissance du public un élément nouveau de polémique électorale à un moment tel que ses adversaires n'aient pas la possibilité d'y répondre utilement avant la fin de la campagne électorale ». Ou encore : « l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse ou par tout moyen de communication audiovisuelle est interdite » (L52-1).

Cela signifie qu'une campagne électorale, dans l'idéal démocratique, se doit de rester éthique et responsable. Les obligations de la fameuse loi de 1881 sur la presse et donc sur la liberté d'expression, s'appliquent aux compétiteurs, qui ne peuvent diffamer, ni commettre le délit de diffusion de fausses nouvelles sans conséquences judiciaires. Bien sûr, les juges électoraux sont plus tolérants sur l'intensité polémique des débats électoraux à cause de l'enjeu démocratique, qui met en branle la souveraineté populaire. L'argument de la « bonne foi » est d'ailleurs souvent invoqué avec succès pour se défendre devant le juge. Néanmoins, la virulence de certaines attaques, leur caractère injurieux, la mauvaise foi attestable du propos, sont sanctionnables et sanctionnés. Ainsi la Cour de cassation a statué que le propos d'un candidat affirmant à propos de son adversaire : « moi je ne vote ni pour un stalinien ni pour un nazi » était une injure publique¹, donc condamnable. Il faut reconnaître que l'adversaire n'avait pas fait dans la subtilité et avait plutôt sorti la sulfateuse qu'entamer un débat d'idées. En 2000, le juge a donné raison au plaignant, un maire sortant, qui accusait de diffamation un adversaire qui imputait sans preuve la disparition de 60 000 bulletins de vote stockés à la mairie, au maire. Un tract faisait du maire le responsable d'un « hold-up des bulletins », et une banderole

¹ Cour de cassation, Chambre criminelle, 21 juin 2005, n° 04-85778.

renommait la mairie « bureau des fraudes et des vols ». On aurait là-aussi peine à saluer l'esprit de nuance et de probité de cet adversaire en colère.

Chacun imagine sans peine que si ces outrances verbales peuvent être condamnées, la diffusion de *fake news*, générales ou ciblées sur un ou une candidate, est encore moins tolérable moralement et encore moins acceptable juridiquement. Pourtant, cela se pratique peu ou prou à chaque élection. Une des raisons est que cela peut s'avérer plus subtil, au sens de plus sournois, qu'une attaque aussi frontale que véhémente qui vous conduit devant le tribunal. La force du recours à la désinformation tient à ce qu'elle peut : créer un halo négatif autour d'une candidature, détourner l'attention de vrais problèmes au profit de fausses polémiques, instiller le poison du doute chez certains électeurs, corrompre le sain débat d'idées, et contribuer à déstabiliser le processus électoral dans son ensemble. La récente déstabilisation du scrutin présidentiel en Roumanie² en est une illustration éclatante.

Dans l'espace limité qui nous est imparti, nous ne pouvons entrer dans trop de détails. Aussi nous nous contenterons de revenir sur quelques cas exemplaires où la désinformation est véhiculée par la presse en périodes électorales. Nous suivrons un crescendo allant d'une manipulation trompeuse du format presse, à l'implication de la presse traditionnelle dans un traitement ponctuellement trompeur de certains aspects de la campagne, jusqu'à une presse totalement engagée dans une guerre culturelle et qui pour se faire ne recule pas devant le recours régulier à la désinformation.

En contrepoint de la thématique du dossier "Recherches" de cette livraison des *Cahiers*, notre propos est donc de rappeler que malgré toutes les innovations qui peuvent surgir dans la couverture des campagnes, notamment grâce aux datas, à l'infographie, la cartographie, le *fact-checking*, pour améliorer la qualité de l'information et lutter contre les dérives mensongères des candidats, on ne peut ignorer que des journalistes et des médias peuvent peu ou prou s'engager volontairement dans la désinformation, car le média engagé dans lequel ils travaillent considère de son devoir d'intervenir dans les campagnes, même au mépris de la déontologie.

Quand la presse est entraînée malgré elle dans la désinformation : le typosquattage

² The Bulgarian-Romanian EDMO Hub, « Undermining democracy: The weaponization of social media in Romania's 2024 elections », Electoral Overview Report, décembre 2024. <https://edmo.eu/publications/undermining-democracy-the-weaponization-of-social-media-in-romania%CA%BCs-2024-elections/>

Le typosquattage est un procédé courant de manipulation informationnelle qui consiste pour des pirates informatiques à enregistrer des noms de domaine dont le nom est délibérément mal orthographié par rapport à des sites connus afin de semer la confusion et faire croire qu'on atterrit bien sur le site original. On peut aussi garder le bon nom de domaine mais acheter une autre extension (les fameux : .fr, .info, .edu, etc.). L'internaute peu vigilant peut se laisser duper en ne percevant pas la différence entre un classique .fr qu'utilise le site original et .wp qu'on ne distingue pas dans l'url. La présidentielle de 2017 en France a offert un cas simple et efficace. Le site du quotidien très crédible, lesoir.be (puisque belge) a été copié pour être reproduit avec un article manipulateur inséré au milieu de vrais articles issus du site. Le tout est hébergé avec un nom de domaine qui l'imité afin de crédibiliser le plus possible la supercherie ; lesoir.be devient donc dans ce cas lesoir.info, ce qui reste une extension crédible (et que ce journal a eu l'imprudence de ne pas réserver).



L'atout d'une telle manipulation est qu'elle devient très exploitable par les personnes qui ont intérêt à la diffuser. Les dirigeants du Front National ont ainsi pu relayer la *fake news* sur leurs comptes, comme ici Marion Maréchal Le Pen, en faisant semblant de croire qu'il s'agissait d'un vrai article du vrai journal belge. Aucun doute émis sur les accusations grossières que l'article

contient, et une excuse toute trouvée lorsque la supercherie est rendue publique : « j'ai supprimé mon message que j'avais posté en toute bonne foi, la preuve je le retire dès qu'il est reconnu faux ».

De façon générale, la Russie à travers son opération *Doppelgänger*³ a systématisé le recours au typosquattage à des fins de manipulation de l'opinion publique. Le mot *doppelgänger* signifie « double maléfique » en allemand. Il est utilisé pour qualifier cette opération d'intoxication qui repose sur la création de pages web imitant le design de grands sites de presse des pays occidentaux ciblés. Sur ces sites clonés, tout à l'air identique au modèle médiatique, si ce n'est que l'extension du nom de domaine de l'url est différente et qu'on y glisse un article totalement inventé, dont le contenu mensonger vise à contester ou ridiculiser l'OTAN, les gouvernements occidentaux, et bien sûr l'Ukraine et ses chefs militaires, et à valoriser la Russie ou le Rassemblement national pour ce qui est de la France. Ainsi en pleine campagne pour les élections européennes de 2024, de faux articles anti-Macron et pro Bardella ont été diffusés sous format typosquatté. Un grand journal populaire comme *Le Parisien* a pu en faire les frais, mais *Le Point*, *L'Express* ou *Le Monde* ont aussi été victimes de cette duperie visant à influencer sur le cours de l'élection.

³ Maria Giovanna Sessa, Raquel Miguel, « The Doppelganger Case: Assessment of Platform Regulation on the EU Disinformation Environment », NATO Strategic Communications Center for Excellence, mai 2024. <https://stratcomcoe.org/publications/the-doppelganger-case-assessment-of-platform-regulation-on-the-eu-disinformation-environment/304>



Cette pratique manipulatrice nous semble intéressante à relever car elle représente à nos yeux un magnifique hommage du vice à la vertu. En effet, beaucoup de ceux qui se livrent à ce type de désinformation tiennent des propos extrêmement durs et critiques contre les médias et les journalistes, qu'ils préfèrent d'ailleurs affubler du titre peu enviable de *merdias* et *journalopes*⁴. Ce discours ordurier de défiance, qui lorgne clairement du côté de l'appel à la soi-disant « réinformation⁵ », accompagne donc quand même des opérations de désinformation qui imitent le style journalistique et implique des noms de médias connus et reconnus. Ce qui tend à prouver que pour aussi peu crédibles qu'ils trouvent les médias, ces mêmes individus sont obligés d'admettre que dupliquer un titre de presse est une façon de donner de la crédibilité à leurs contenus mensongers et manipulateurs. L'hommage du vice à la vertu disions-nous.

⁴ Arnaud Mercier et Laura Amigo « Tweets injurieux et haineux contre les journalistes et les *merdias* », *Mots*, 125, 2021, p. 73-90.

⁵ Gaël Stephan, *La réinformation : un monde aux frontières du journalisme*, Thèse de doctorat en Information-Communication, université Paris Panthéon-Assas, 2022. Ou aussi : Gaël Stephan, Ysé Vauchez, « Dévoiler les « bobards » des médias dominants », *RESET*, 10, 2021. [En ligne].

Quand la presse conservatrice britannique se met au service de la campagne pro-Brexit à coup de désinformations

Que ce soit en Grande Bretagne durant la campagne du Brexit ou pour l'élection de Donald Trump aux États-Unis, la presse et les commentateurs ont pris conscience que les élections avaient été polluées par des récits inauthentiques de grande ampleur. Les *brexiteurs* ont exposé les électeurs britanniques à des outils de propagande électorale asincères⁶. La désinformation a par exemple consisté à créer des amalgames entre la supposée contribution du Royaume-Uni envers l'Union européenne de 350 millions de livres par semaine, qui aurait soi-disant pu être utilisée au profit du système de sécurité sociale et de santé britannique (the National Health Service). Cette information a été répétée à de multiples reprises et a été utilisée comme slogan, écrit par exemple sur un bus de la campagne Leave faisant le tour du pays. En réalité, la somme versée correspondait à la moitié de celle qui avait été annoncée. De plus, insister sur ces présumés coûts masquait les avantages financiers que recevait le Royaume-Uni en retour de l'adhésion à l'Union, puisqu'une partie de la contribution des États finance des programmes dont bénéficient les acteurs économiques de chaque pays.

Mais il faut pointer ici que la presse écrite a aussi été à l'origine de la création de nombreuses fausses affirmations. L'exemple le plus rocambolesque restera la Une de *The Sun* « *Queen backs Brexit* » (« La Reine est en faveur du Brexit »), publiée le 9 mars 2016 qui se basait sur une source anonyme, ce qui était totalement faux puisque celle-ci se doit d'avoir une position « neutre ». Réprimandé par l'organisme de surveillance des médias IPSO (Independent Press Standards Organisation), suite à une plainte de la part de Buckingham Palace, le quotidien a corrigé cette fausse information *a posteriori*.

Le site web Infacts, spécialisé dans l'analyse des médias, a répertorié dix informations erronées publiées en Une ou dans les premières pages des journaux eurosceptiques lors de la campagne. Par exemple, *The Mail Online* a publié le 19 mai « *Brits just not fair: 4 in 5 British jobs went to foreign nationals* » (« Ce n'est pas juste : 4 emplois sur 5 ont été obtenus par des étrangers ») alors que selon la London School of Economics⁷, seulement 17,5% des nouveaux emplois britanniques concernaient les étrangers.

⁶ Tamsin Parnell, « Brexit and disinformation », *The Routledge handbook of discourse and disinformation*. Londres, Routledge, 2023, p. 187-200.

⁷ Luke Lythgoe, « Brexit press has repeatedly run distorted migrant stories », Infacts, 20 juin 2016. [En ligne] <https://infacts.org/brexit-press-repeatedly-run-distorted-migrant-stories>

Le 16 juin 2016 le *Daily Mail* a modifié la nationalité d'origine d'immigrés tentant d'entrer au Royaume-Uni, disant qu'ils venaient de l'Union européenne alors qu'ils étaient Irakiens et Koweïtiens. Ce dernier a publié en Une « *We're from Europe- Let us in* » (« Nous venons d'Europe. Laissez-nous entrer »). « Information » reprise par *The Sun*.



Cet article met l'accent sur le fait que ces immigrés proviennent directement de l'Europe, accusant la libre circulation européenne d'être à l'origine d'une submersion migratoire. Cependant, une vidéo d'un vidéaste amateur Tom Andrews, mise en ligne, prouve que ces immigrés venaient d'Irak et du Koweït. Cela a obligé le journal a publié une mise au point pour démentir ses allégations et les amalgames xénophobes qu'ils contenaient.



De même, une correction a été effectuée à l'intérieur du tabloïd *The Sun* ainsi que sur son site Internet le 18 juin 2016.

Correction: East London migrant lorry

By SUN REPORTER

18th June 2016, 1:36 pm | Updated: 20th June 2016, 1:40 pm

In Thursday's edition we published a story supplied by a news agency which said that stowaways intercepted in East London had told police that they were "from Europe." We are happy to make clear that while the migrants had travelled from mainland Europe in an Italian lorry, they had told police they were from Kuwait and Iraq.

Cet épisode est instructif à deux titres. D'abord, classiquement, on constate que le démenti est toujours ou presque d'une ampleur et d'une visibilité bien moindre que l'information initiale erronée. L'impact émotionnel et cognitif du récit trompeur est donc forcément plus fort que l'effet d'éveil des consciences que pourrait avoir le démenti. On ne peut écarter l'hypothèse que dans certains titres de presse très engagés, le cynisme et l'hypocrisie les conduisent à assumer de publier de la désinformation au risque de devoir démentir ensuite, car le démenti est rendu peu visible afin qu'il soit peu coûteux aux yeux de leurs lecteurs. Ajoutons que dans un monde qu'on a coutume d'appeler, pour faire rapide, de post-vérité, les lecteurs reçoivent de toute façon la satisfaction de lire ce qu'ils avaient envie d'entendre et se montrent peu réceptifs aux démentis qui suivront. L'autre enseignement notable est que la désinformation électorale n'est pas l'apanage des puissances étrangères, mais que la presse d'information traditionnelle peut participer à des opérations de manipulation de l'opinion.

Quand des médias réactionnaires sont pensés comme officines de désinformation

Dans le cadre d'une bataille politique très polarisée, très idéologisée, comme c'est le cas de la société américaine contemporaine, et d'une véritable guerre culturelle associée au populisme et à un « *cultural backlash*⁸ », des médias sont créés ou totalement instrumentalisés pour être au service d'un camp. C'est évidemment le cas de *Fox News* aux États-Unis, qui a été créé sur des

⁸ Ronald F. Inglehart et Pippa Norris, « Trump, Brexit, and the rise of populism: Economic have-nots and cultural backlash », John F. Kennedy School of Government or of Harvard University. Faculty Research Working Paper Series, 2016. [En ligne].

bases de radicalisme conservateur, afin de déployer une rhétorique et un traitement de l'information où le cadrage médiatique ne repose pas d'abord sur la factualité mais plutôt sur l'utilité idéologique pour défendre un agenda médiatique réactionnaire. C'est ainsi que la chaîne *Fox News* s'est trouvée directement impliquée dans la reprise de la rhétorique conspirationniste trumpienne sur la supposée fraude aux élections de 2020 qui ont vu une large victoire de Joe Biden. *Fox News* a intentionnellement déployé des efforts considérables pour défendre la thèse de la fraude démocrate, en (dés)informant son public sur le caractère vicié des machines électroniques de vote et de recomptage. Elle a repris à son compte des vidéos douteuses issues des réseaux socionumériques qui se voulaient des « preuves » formelles de comportements frauduleux, d'électeurs, d'agents administratifs participant au dépouillement, etc. Comme toujours aux États-Unis, la justice a été saisie et a permis d'attester fermement qu'il y a bien eu des mensonges grossiers qui ont ainsi été diffusés. Le procès intenté par la société Dominion contient des preuves accablantes de l'embrigadement de *Fox News* dans cette opération de désinformation. La chaîne réactionnaire s'est défendue en criant au respect nécessaire de la liberté de la presse, affirmant n'avoir fait que reprendre les accusations publiques du camp trumpiste pour leur donner un traitement journalistique, accusant le dossier d'accusation de Dominion de faire un montage fallacieux de déclarations de journalistes de *Fox News* en les décontextualisant et en ne montrant pas les autres points de vue qui auraient aussi été exposés. Le drame pour cette ligne de défense, c'est que l'investigation judiciaire, saisissant des échanges internes par courriels et textos, a pu prouver que des journalistes et responsables éditoriaux de la chaîne ont agi avec cynisme, relayant ce qu'ils savaient être des *fake news*, car ils s'en désolaient entre eux. « Sidney Powell (une des avocates de Trump) ment, au fait. Je l'ai attrapée. C'est fou », a écrit le polémiste Tucker Carlson à Laura Ingraham, animatrice aux heures de grande écoute, le 18 novembre 2020. « Sidney est complètement folle. Personne ne travaillera avec elle. Idem avec Rudy », a répondu L. Ingraham. D'ailleurs l'avocate poursuivie en justice pour ces faits, en 2023, a plaidé coupable, reconnaissant qu'elle alléguait sans preuve des fraudes électorales.

Le 5 janvier 2021, l'actionnaire Rupert Murdoch a écrit à Suzanne Scott, la PDG de *Fox News Media*, au sujet de la certification au Congrès de la victoire de Biden, pour donner ses consignes : « Il a été suggéré que nos trois heures de grande écoute devraient dire indépendamment ou ensemble quelque chose comme 'l'élection est terminée et Joe Biden a gagné', car une telle déclaration « contribuerait grandement à mettre fin au mythe de Trump selon lequel l'élection

a été volée » ». Et dès le 19 novembre 2020, Murdoch avait écrit à la PDG son malaise après une longue émission où deux avocats phares de Trump déroulaient sans contestation leur thèse conspirationniste : « Des trucs terribles qui nuisent à tout le monde, je le crains ». L'engagement de *Fox News* dans cette désinformation massive (et meurtrière au Capitol le 6 janvier 2021), s'explique par l'alignement idéologique avec la base MAGA, mais aussi par un effet de concurrence (malsaine) avec de nouveaux médias encore plus réactionnaires et extrémistes que *Fox News*, comme *Newsmax*. Jay Wallace, le président de *Fox News Channel*, avait écrit, en interne, durant cette campagne : « La montée subite de *Newsmax* est un peu troublante - c'est vraiment un univers alternatif quand vous regardez, mais il ne peut pas être ignoré ». Une phrase qui sonne comme un aveu qu'une course à l'audience et à l'influence est lancée sur la base électorale MAGA et qu'elle ne peut être gagnée qu'en renonçant encore un peu plus à la déontologie journalistique, voire à la vérité factuelle. Face à ces preuves accablantes, la chaîne a proposé un arrangement financier à Dominion qui a accepté de mettre fin aux poursuites pour atteinte à son image et à sa réputation, moyennant la coquette somme de 787 millions de dollars.

En France, les médias de la galaxie Bolloré n'hésitent pas, si besoin, à utiliser les mêmes procédés pour la défense d'orientations idéologiques tout aussi réactionnaires. Voilà pourquoi, on y trouve trace de désinformation, y compris durant une campagne électorale. C'est ainsi que le 5 juillet 2024, juste avant la clôture de la campagne législative officielle (ce qui va empêcher les candidats et les médias d'évoquer et contester des propos lancés dans l'espace public), le *Journal du dimanche* lance une infox sous le titre « [Info JDD] Législatives : le gouvernement s'apprête à suspendre la loi immigration ». Comme lors de la campagne du Brexit, on constate que l'enjeu migratoire est instrumentalisé, à cause de toutes les peurs et les fantasmes que cette question charrie.

INFO JDD. Législatives : le gouvernement s'apprête à suspendre la loi immigration

Après l'annonce cette semaine par Gabriel Attal de la suspension de l'assurance chômage, le gouvernement prévoit de suspendre les éléments les plus répressifs de la loi sur l'immigration. Un énième signe envoyé à la gauche.

Alexis Bergeron

05/07/2024 à 21:40, Mis à jour le 05/07/2024 à 21:44



La *fake news* est ensuite orchestrée sur les autres médias de la « bollorésphère ». *Europe1* et *CNews* évoquent la même « information », en se référant au scoop initial du *Journal du dimanche*, sans apporter la moindre preuve non plus et en faisant peu de cas des démentis immédiats du gouvernement.

« Il est évident que le fait de maintenir de façon publique sur les réseaux sociaux Instagram et X du JDD un faux article de presse et une fausse information, massivement relayés, constitue une intention manifeste de semer un trouble de nature à tromper l'opinion publique et influencer la sincérité du scrutin à la veille de la tenue du second tour des élections législatives », affirme le parti Renaissance dans son dépôt de plainte, après deux mises en demeure envoyées aux médias restées sans effet. La plainte est déposée sur le fondement de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse, dont l'article 27 prévoit une amende de 45 000 euros pour toute publication « de nouvelles fausses, de pièces fabriquées, falsifiées ou mensongèrement attribuées à des tiers lorsque, faite de mauvaise foi, [qui] aura troublé la paix publique, ou aura été susceptible de la troubler ».

Le parti soutien du Président Macron dénonce alors un acte de « mauvaise foi », dont on a vu qu'il sert d'argument décisif pour obtenir ou non une condamnation. Elle est, dit la plainte, « d'autant plus caractérisée que cette publication est intervenue à moins de deux heures avant le début du silence républicain, lequel devait débiter dans la nuit du vendredi 5 juillet 2024 au

samedi 6 juillet 2024 à minuit ». On notera que la même gestion du *timing* a prévalu durant la présidentielle de 2017 lors de l'opération de déstabilisation dite « macronleaks⁹ ».

Dans la nuit de vendredi à samedi (1h14), le *Journal du dimanche* a néanmoins modifié le titre de son article pour écrire le contraire : « Loi immigration : le gouvernement s'engage à publier les décrets 'dans les délais' ».

ABONNÉ POLITIQUE

INFO JDD. Loi immigration : le gouvernement s'engage à publier les décrets «dans les délais»

DOCUMENT. Le gouvernement a envisagé de repousser la publication des décrets d'application des éléments les plus répressifs de la loi immigration, comme en témoigne un document que le JDD a pu consulter. Face au tollé provoqué par nos informations, la porte-parole du gouvernement affirme que « les décrets seront publiés dans les délais ».

Alexis Bergeron avec Louis de Raguenel

05/07/2024 à 21:40, Mis à jour le 06/07/2024 à 01:14

Le changement de pied ne se présente pas comme la correction d'une erreur, mais au contraire vient sanctionner une victoire journalistique et politique du journal qui affirme que c'est grâce à son scoop que le gouvernement aurait reculé. Le procédé est spécieux. Vous publiez une infox, les personnes ciblées se braquent, démentent et même portent plainte ; *ergo* vous changez de version, en affirmant que vous aviez raison mais que c'est cette publication qui justement a fait reculer les personnes gênées par le scoop (« face au tollé provoqué par nos informations... »). En somme, rien de ce que vous aviez dit qui allait arriver ne s'est produit... ce qui serait la preuve que vous aviez raison d'annoncer que cela allait se produire. Et aucune preuve n'est à apporter puisque le gouvernement a changé ses intentions. Une démonstration paradoxale qui n'a d'autre finalité que d'essayer de sortir la tête haute et les mains propres d'une opération de désinformation qui pouvait tourner vinaigre, en vous drapant dans votre dignité et votre bonne foi. La plainte n'a d'ailleurs pas abouti à notre connaissance.

Cette orientation idéologique forte des médias du groupe Bolloré est illustrée statistiquement par les données de temps de parole des candidats sur la radio *Europe 1*. La disproportion entre des temps de parole dédiés aux diverses listes est manifeste et ne doit rien au hasard, tant elle

⁹ Arnaud Mercier, « Contestation et manipulations électorales en 140 signes », in Perrineau P. (dir.), *Le vote disruptif, les élections présidentielle et législatives de 2017*, Paris, Presses de Sciences-Po, 2017, p. 115-128.

répond à une volonté de distorsion. L'extrême-droite est très bien représentée ainsi que la droite, et lorsqu'il s'agit de la gauche, ce sont les listes les plus à gauche qui bénéficient d'une surreprésentation (pour mieux en faire un repoussoir), alors que la liste de gauche modérée PS et la liste écologiste (vouée aux gémonies par la droite réactionnaire) sont notoirement sous-représentées. Dans son bilan de la campagne européenne de 2024, l'Arcom pointe le refus d'*Europe 1* d'appliquer correctement les règles de pluralisme fixée par le législateur.

« L'Arcom a adressé une lettre de mise en garde à *Europe 1* pour la même période. Elle a relevé le trop faible nombre de listes exposées au cours de la période malgré un volume conséquent. La sous-exposition persistante des listes présentées par PS – Place Publique et les Écologistes a également été constatée. À l'inverse, le Parti communiste français et Reconquête ont été surreprésentés ». « Lors de sa séance du 25 juin 2024, l'Arcom (...) a observé une nouvelle fois la surreprésentation du parti Les Républicains à l'échelon national. À l'inverse, les Écologistes et le Parti Socialiste apparaissaient sous-exposés ». Nous avons construit un tableau synthétique pour montrer ces disproportions entre les listes, y compris en proportion des suffrages obtenus.

Comparaison des temps de parole et des suffrages obtenus aux élections européennes de 2024

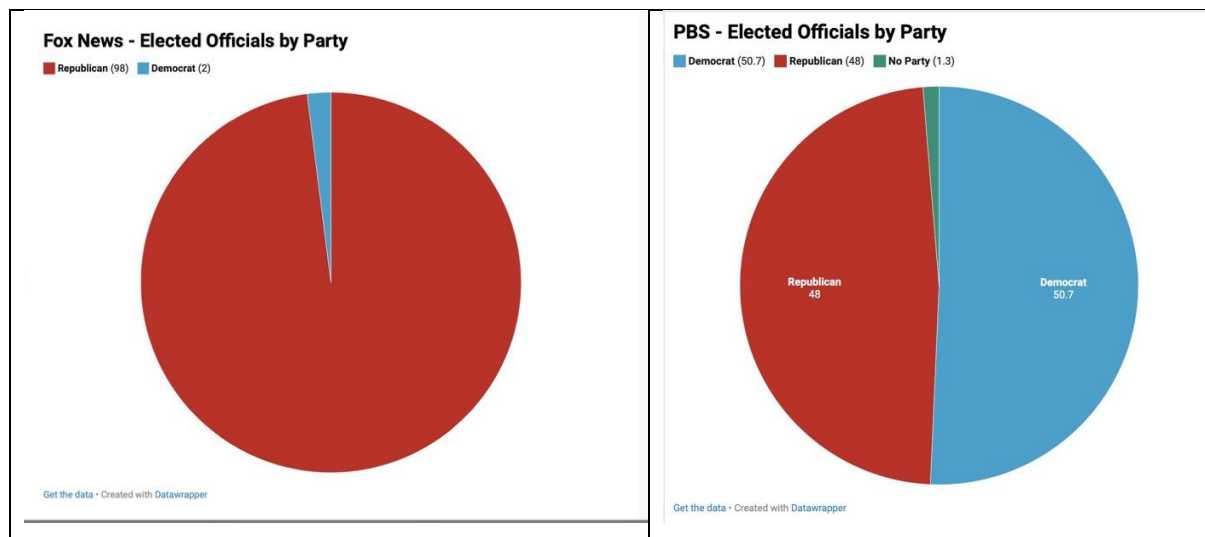
	Durée totale 15 avril - 7 juin	Voix obtenues
LA FRANCE FIERE (MARECHAL ET ZEMMOUR)	1h45	1353000
LA FRANCE REVIENT! AVEC JORDAN BARDELLA ET MARINE LE PEN	4h38	7766000
LA DROITE POUR FAIRE ENTENDRE LA VOIX DE LA FRANCE EN EUROPE (LR)	2h17	1794000
BESOIN D'EUROPE (socle commun Macron)	4h29	3614000
LA FRANCE INSOUmise	2h31	2448000
REVEILLER L'EUROPE (R. Glucksmann)	1h14	3424000
GAUCHE UNIE POUR LE MONDE DU TRAVAIL (PCF)	1h13	584000
EUROPE ECOLOGIE	1h03	1362000

La journaliste Juliet Jeske, dans sa *newsletter Decoding Fox News* du 7 janvier 2026¹⁰, a fait le bilan comptable de l'étiquette partisane des temps de parole politique sur le plateau de *Fox News* et de la télévision publique américaine *PBS* qui elle s'astreint à des règles de respect du pluralisme. L'orientation idéologique de *Fox News* et l'absence de pluralisme est criante. Ce

¹⁰ https://decodingfoxnews.substack.com/p/fox-news-by-the-numbers-guests-and?r=1nd17&utm_medium=ios&shareImageVariant=overlay&triedRedirect=true

qui prouve que sans obligation légale, les chaînes de combat partisan ne se privent pas de devenir des officines de propagande, et donc si besoin de désinformation en période électorale.

Temps de parole comparée Fox News / PBS consacré aux personnalités politiques américaines en 2025



Conclusion

Il est de coutume dans le cadre électoral d'incriminer (à raison) des ingérences étrangères à des fins de déstabilisation de certains candidats et de promotion d'autres. Et le plus souvent, cela se fait à travers les réseaux socionumériques qui ont acquis une place de choix dans la dissémination d'informations dans l'espace public. De même, quand il s'agit de lutter contre la désinformation, il est de bon ton de mettre en avant le travail de *fact-checking* auquel se livrent les journalistes, afin de montrer leur utilité sociale, ce qui peut conduire certains médias à en faire une vitrine marketing par une « vérification ostentatoire¹¹ ». Pour autant, nous souhaitons rappeler ici que les médias considérés comme traditionnels peuvent être impliqués dans des opérations de désinformation – de façon volontaire ou à leur corps défendant – par des procédés de mauvaise foi, d'ampleur plus ou moins grande. Ce qui appelle, lorsqu'il s'agit de dénoncer le fléau de la désinformation, à conserver la même vigilance critique pour des opérations impliquant des acteurs étatiques que pour les engagements douteux de certains médias d'information, mettant leur notoriété et ce qui reste de crédibilité de la profession de journaliste, au service de petites ou grandes opérations de désinformation.

¹¹ Laurent Bigot, « Rétablir la vérité via le fact-checking : l'ambivalence des médias face aux fausses informations », *Le Temps des médias*, 30 (1), 2018, p. 62-76.

Arnaud Mercier est professeur au CARISM, Université Paris Panthéon-Assas

Référence de publication : MERCIER, Arnaud. Quand la presse est impliquée dans la désinformation électorale. *Les Cahiers du journalisme et de l'information – Débats*, 2026, vol. 3, n°2, p. D29 -D43.