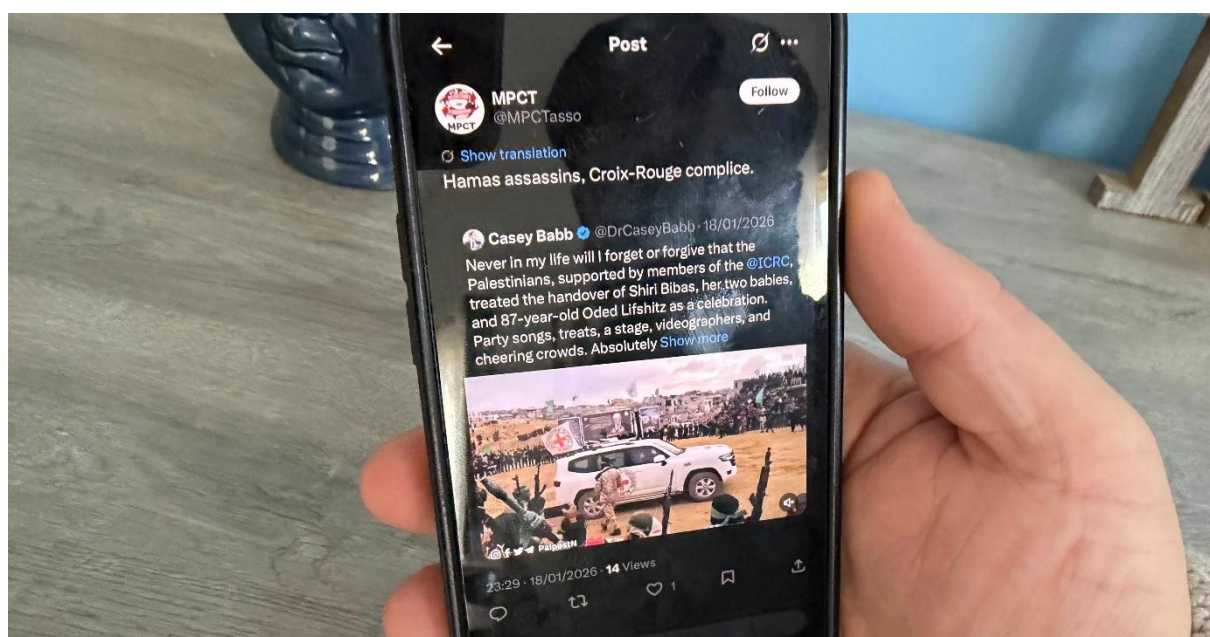

Désinformation et influence numérique : un risque pour l'action humanitaire

Ce 22 janvier, lors d'une conférence organisée par la Conférence des écoles de journalisme, des responsables de la Croix-Rouge française ont abordé plusieurs enjeux liés aux conflits armés, dont l'impact des discours numériques et des influenceurs sur l'action humanitaire.



Exemple de message diffusé sur les réseaux sociaux comme X, accusant la Croix-Rouge. Illustration des campagnes de discrédit évoquées lors de la conférence. – Photo : NOVIANT Tristan

« Les médias, quand ils sont utilisés avec un agenda meurtrier de guerre, peuvent produire des effets bien plus graves qu'une polémique ou qu'un discrédit visant une organisation », alerte David-Pierre Marquet, Responsable Communication [Comité International de la Croix-Rouge \(CICR\)](#) de Paris. Ce dernier prend la parole à l'occasion d'une conférence universitaire organisée le 22 janvier par la [conférence des écoles de journalisme \(CEJ\)](#). Les représentants de l'association humanitaire sont revenus à plusieurs reprises sur le danger que font peser les réseaux sociaux sur leur travail.

Le dénigrement, facteur de perte de confiance

En 2023, sur son site, le CICR alerte sur les effets de la désinformation, susceptible de détourner les civils des services vitaux et d'entraver l'action humanitaire par une perte de confiance. Ce constat est confirmé en 2025 par l'ONG Insecurity Insight. Dans un [rapport sur le Sahel](#), elle montre que certains récits en ligne liant l'aide à une ingérence étrangère, et relayés par des influenceurs, impactent les décisions politiques, les dons et l'acceptation des interventions. « Ces campagnes de discrédit peuvent avoir des

conséquences dommageables », s'attriste David-Pierre Marquet. Pour illustrer, il cite le génocide rwandais : « *La radio diffusait des informations sur la localisation de tel groupe, tel village, pour que les antagonistes puissent aller les massacrer.* » Il estime que les réseaux sociaux poursuivent la même logique. « *Il y a eu une campagne à notre encontre sur le fait que nous étions perçus comme pro-russes en Ukraine. En Russie, l'inverse, où on était perçus pro-ukrainiens. Nous avons perdu pratiquement neuf mois.* »

Ces récits trompeurs apparaissent de différentes manières. D'abord, des comptes parodiques « *prennent le dessus sur les comptes officiels* », explique David-Pierre. Les conférenciers exposent également des vagues de dénigrement. « *L'ONU et le CICR supportent le terrorisme, il faut arrêter de les financer* », peut-on lire sur certains posts.

62% des influenceurs ne vérifient pas leurs sources

« *On a aussi affaire de plus en plus à des influenceurs, les réseaux sociaux, des gens qui s'improvisent journalistes, sans en avoir ni les compétences ni l'éthique* », constate David-Pierre. [L'UNESCO, dans un rapport de 2024](#), montre que deux tiers des influenceurs ne vérifient pas leurs sources. David-Pierre met en garde les journalistes en formation : « *Il faut faire attention à ce qu'on publie, à ce qu'on relaie, à ce qu'on partage.* » Face à la désinformation, les ONG humanitaires s'appuient sur une veille médiatique pour détecter la menace et l'évaluer, et des outils de [debunking](#) pour corriger les narratifs trompeurs en ligne. Une vigilance devenue cruciale à l'heure des nouvelles technologies. « *On a affaire, d'une façon exponentielle, au développement de la guerre cognitive nourrie par l'intelligence artificielle* », souligne enfin David-Pierre Marquet.