

Activité 1 : La liberté de la presse, antidote à la tyrannie

Objectif : Comprendre le lien consubstantiel entre liberté de la presse et d'information et démocratie et expliquer ce lien dans une **production argumentée**.

Connaissances : Information et médias.

Valeurs : État de droit, liberté.

Aptitude : Réflexion et discernement et/ou Implication dans un projet collectif et coopération.

Attitude : Engagement et sens des responsabilités / Prise d'initiative dans le respect des règles, des autres et de l'environnement.

Supports utilisés :

- Émission du Dessous des cartes, « La liberté de la presse, antidote à la tyrannie ». (4'14 - 9'55)

- Article « L'accès à la liberté d'information », site de l'UNESCO.

Étape 1 : Travail préparatoire à partir des supports proposés



L'accès à l'information, un pouvoir

Lorsque les citoyens sont informés, ils sont en mesure de prendre des décisions en connaissance de cause, par exemple, lorsqu'ils vont voter. Quand les citoyens savent comment ils sont gouvernés, ils peuvent demander des comptes à leurs gouvernements. L'information, c'est un pouvoir. Par conséquent, l'accès universel à l'information est la pierre angulaire de sociétés du savoir à la fois saines et inclusives. L'accès universel à l'information signifie que chaque personne a le droit de rechercher, de recevoir et de communiquer des informations. Ce droit fait partie intégrante du droit à la liberté d'expression. Les médias jouent un rôle crucial à cet égard, en informant le public sur les questions d'intérêt général, mais ils dépendent eux-mêmes de leurs propres capacités à pouvoir rechercher et recueillir des informations. Par conséquent, le droit d'accès universel à l'information est intimement lié au droit de la liberté de la presse.

D'après le site des Nations Unies,
<https://www.un.org/fr/observances/information-access-day>

Questions :

- 1) Quelles sont les différentes menaces qui pèsent aujourd'hui sur les journalistes ?
- 2) Dans quels types de régimes politiques ces menaces s'expriment-elles le plus fortement ?
- 3) En quoi ces atteintes aux journalistes et à la liberté de la presse nuisent-elles aux libertés en général de chaque citoyen. Précisez quelles libertés sont ainsi restreintes/menacées ?
- 4) Comment, d'après l'émission du *Dessous des cartes*, caractériser l'état de la liberté de la presse dans le monde aujourd'hui ? Justifiez votre réponse.

Étape 2 : Travail de l'argumentation (deux propositions au choix de l'enseignant : travail individuel ou en groupes)

Proposition 1 :

Travail individuel

Rédaction d'une réponse à une question problématisée.

Expliquez le titre de l'émission du *Dessous des cartes* : « **Pourquoi la liberté de la presse peut-elle être considérée comme un antidote à la tyrannie ?** »

Proposition 2 :

Travail en groupes

Participation à une campagne sur la défense de la liberté de la presse.

Sur le modèle des campagnes de *Reporters sans Frontières*, les élèves, par groupes, doivent proposer un support répondant à la thématique suivante :

« La liberté de la presse, antidote à la tyrannie. »

Le support est libre : affiche, courte vidéo etc.

Les élèves peuvent s'appuyer sur les ressources déjà travaillées et effectuer des **recherches complémentaires** (sur le site de RSF par exemple). La présentation doit s'appuyer sur des **exemples précis**.

La qualité et la force de l'argumentation sont l'objet de l'évaluation.

Activité 2 :

La « pollution de l'information » et ses effets sur la campagne présidentielle américaine.

Comprendre le mécanisme de désinformation et ses effets.

Ce travail peut être réalisé en classe ou comme travail préparatoire à réaliser à la maison.

Connaissances : Information et médias

Valeurs : Etat de droit, liberté

Aptitude : Apprentissage autonome

A partir de différentes sources relatant les formes de désinformation à l'œuvre lors de la dernière campagne présidentielle américaine, les élèves doivent identifier leurs mécanismes et les effets qu'elles ont pu avoir sur l'élection.

1) Selon la terminologie proposée par le rapport du Conseil de l'Europe, face à quel type de fausse information les électeurs américains ont-ils été exposés ?

2) Quels acteurs ont produit ces messages et quelle était la teneur de ces messages ?

3) Quel(s) effet(s) ces messages ont produit sur les électeurs américains (= ont-ils eu des conséquences sur l'élection américaine) ?

Supports utilisés :

- Extraits du *Bref aperçu du rapport du Conseil de l'Europe sur les défis liés à la fausse information, la désinformation et l'information malveillante*, préparé par Claire Wardle, PhD et Hossein Derakhshan, accessible depuis le site du Conseil de l'Europe, article « Désordre de l'information » : <https://www.coe.int/fr/web/freedom-expression/information-disorder>.

- « Victoire de Trump, défaite du wokisme ? », « L'édito politique », *France inter*, 12 novembre 2024.

- Un article de Damien Leloup « Présidentielle américaine 2024 : en matière de désinformation, Elon Musk surpasse les services russes. », *Le Monde*, 3 novembre 2024.

Document 1 : La « pollution de l'information » selon un rapport du Conseil de l'Europe.

Réflexion sur la terminologie

Les auteurs du rapport se sont délibérément abstenus d'utiliser l'expression « fausses informations », car elle échoue à rendre compte efficacement de la complexité du phénomène de pollution de l'information qui revêt en outre un caractère de plus en plus politique.

Le rapport introduit donc un nouveau cadre conceptuel pour examiner le chaos informationnel et en identifie trois formes différentes : la fausse information, la désinformation et l'information malveillante qui se différencient par les torts causés et le caractère mensonger :

■ La fausse information correspond à la diffusion d'une information fautive, sans intention de nuire.

■ La désinformation correspond à la diffusion délibérée d'une information fautive dans l'intention de nuire.

■ L'information malveillante correspond à la diffusion d'une information vraie dans l'intention de nuire, généralement en divulguant une information censée rester confidentielle.

Compréhension du mécanisme

Pour mieux comprendre les désordres de l'information, les auteurs du rapport examinent trois éléments :

1. Les agents : quels acteurs ont créé, produit et diffusé le message, quelles étaient leurs motivations ?
2. Le message : de quel type de message s'agit-il ? Quelle est sa forme ? Quelles sont ses caractéristiques ?
3. L'interprète : comment la personne qui a reçu le message l'a-t-elle interprété ? Le cas échéant, quelles mesures a-t-elle prises ?

De même, le phénomène se déroule en trois phases :

1. La création : le message est créé.
2. La production : le message est transformé en produit médiatique.
3. La diffusion : le message est diffusé ou rendu public.

Ce découpage du processus aide à en comprendre les nuances. Une vision claire de ses mécanismes et de toutes ses composantes permet de comprendre qui sont les acteurs impliqués et quelles sont leurs motivations. Il permet aussi d'évaluer l'ampleur du problème et les moyens de le traiter.

Extraits du *Bref aperçu du rapport du Conseil de l'Europe sur les défis liés à la fausse information, la désinformation et l'information malveillante*.

Document 2 : « Victoire de Trump, défaite du wokisme ? », « L'édito politique », *France inter*, 12 novembre 2024.

<https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/l-edito-politique/l-edito-politique-du-mardi-12-novembre-2024-3802214>

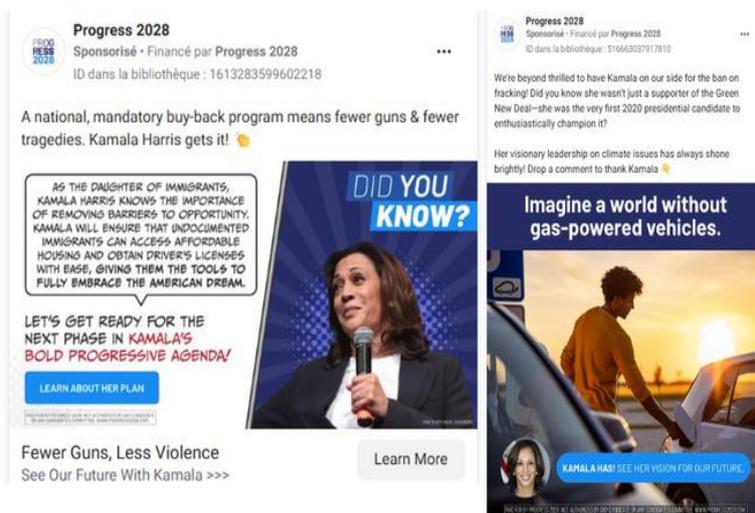
Document 3 :

LELOUP Damien, « Présidentielle américaine 2024 : en matière de désinformation, Elon Musk surpasse les services russes », *Le Monde*, 03/11/2024.

Collecte de données, publicités mensongères, théories du complot... L'homme le plus riche du monde mène une campagne sur Internet en faveur de Donald Trump en utilisant des méthodes particulièrement discutables.

Des publicités Facebook trompeuses se présentant comme émanant de l'équipe de campagne de la démocrate Kamala Harris et faisant la promotion de mesures clivantes qui ne sont pas dans le programme de la candidate, et affichées aux électeurs républicains pour les inciter à aller voter contre elle : le mode opératoire rappelle largement celui mis en place, lors de la campagne américaine de 2016, par l'*Internet Research Agency* (IRA), le groupe de désinformation russe qui avait tenté de perturber le scrutin présidentiel.

Pourtant, ces publicités n'émanent pas d'une officine à Saint-Petersbourg rémunérée par les services secrets russes. Elles ont été achetées par un *Political Action Committee* (PAC) républicain, *Building America's Future*, financé à hauteur de plusieurs millions de dollars par Elon Musk. Avec plus de 300 000 dollars dépensés en une semaine, cette campagne a d'ores et déjà investi trois fois plus d'argent que l'ensemble des publicités Facebook de l'IRA en 2016. Et c'est sans compter les SMS au contenu similaire envoyés à des électeurs républicains dans les Etats-clés du scrutin, dont le nombre de destinataires et le coût ne sont pas connus.



Deux exemples de publicités usurpant l'identité de la campagne de Kamala Harris au sujet de mesures ne figurant pas dans son programme : le rachat obligatoire des armes à feu et une interdiction de la fracturation hydraulique.

Ces publicités mensongères ne représentent que la partie émergée de l'iceberg. Un autre PAC financé par Elon Musk, *Future Coalition PAC*, a également acheté pour plusieurs centaines de milliers de dollars d'encarts particulièrement cyniques sur *Snapchat*, *Google*, *Instagram* et *Facebook*. En Pennsylvanie et dans le Michigan, des Etats-clés, le groupe a affiché deux vidéos différentes aux électeurs : la première, qui vise les quartiers et villes où réside une importante population musulmane, présentait Kamala Harris comme un soutien indéfectible d'Israël. Ailleurs dans ces Etats, les publicités assuraient à l'inverse que la démocrate était « dans la poche des Palestiniens. »

L'écho de Cambridge Analytica

Les publicités électorales trompeuses et les campagnes agressives sont loin d'avoir été inventées par Elon Musk. Elles font même, depuis des décennies, partie des classiques de la politique américaine. [...]

Collecte douteuse de données personnelles et publicités ciblées trompeuses sur les réseaux sociaux : qu'il semble loin le temps où Elon Musk se disait choqué par le scandale *Cambridge Analytica*, une entreprise qui a indûment utilisé les données de dizaines de millions d'individus pour la campagne de Donald Trump en 2016. En 2018, le patron de Tesla expliquait qu'il fallait « une régulation des réseaux sociaux » et que la société ne pouvait pas tolérer « la prolifération de fausses informations ».

Méthodes de désinformation russe

Au-delà des publicités trompeuses, les messages qu'Elon Musk publie lui-même sur son compte X (202 millions d'abonnés) rappellent aussi les méthodes des opérations de désinformation russes. Depuis le début de l'année, sur le réseau social qu'il a racheté en 2022, il rabâche en permanence l'idée que les démocrates ont ourdi un vaste complot consistant à « importer » des immigrés illégaux pour les transformer en électeurs de gauche, et martèle sans preuves que les élections sont truquées. Un discours qui se calque parfaitement sur la méthode des services de désinformation russes, dont le but principal est, depuis toujours, de saper la confiance dans les institutions en Occident, davantage que de parvenir à peser sur un vote précis. [...]

En tout cas, il est probable que l'impact d'Elon Musk sur la campagne en cours soit bien plus important que tout ce que des agents étrangers ont pu accomplir jusqu'à présent. En matière de désinformation et de polarisation, la recherche suggère que la majorité des opérations étatiques ont un impact négligeable sur les populations, même si elles peuvent avoir une forte influence sur de petits groupes d'individus déjà prêts à croire des théories du complot ou des idéologies radicales. Armé du porte-voix puissant qu'est X, Elon Musk a, lui, l'oreille du grand public et de la presse généraliste.

Activité 3 :
DEBAT

Connaissances : Information et médias ;
Défense, sécurité et résilience nationale.

Valeurs : État de droit, liberté.

Aptitude : Écoute et observation ;
participation à un débat.

Attitude : Respect d'autrui ; Engagement et
sens des responsabilités.

Deux thèmes :

- **Thème 1 : Le monde de demain, un monde nécessairement désinformé ?**
- **Thème 2 : En France, la désinformation menace-t-elle notre démocratie ?**

La classe est divisée en deux. Une moitié traite le thème 1, l'autre le thème 2. La constitution des dossiers permet une différenciation pédagogique (nombre de documents et contenu).

Étape 1 : Travail préparatoire (les dossiers sont présentés dans les pages suivantes)

Consigne élève :

Préparez vos arguments à partir des ressources proposées (tout le travail préalable effectué durant la séquence peut aussi nourrir votre réflexion) ; vous devez préparer des arguments pour chacune des positions ; ce travail peut s'effectuer en équipes.

Étape 2 : Débat

Situation de débat

Pendant le débat, les élèves qui ont préparé l'autre thème évaluent l'un de leurs camarades, selon des critères définis au préalable :

- Pertinence des arguments proposés
- Capacité à interagir avec les autres débatteurs dans le respect et l'écoute réciproque
- Participation active au débat
- Niveau de langue employé

Étape 3 : À l'issue du débat

Plusieurs modalités peuvent être saisies pour clore le débat

Proposition 1 :

Travail individuel

Les élèves rédigent une **synthèse** à partir d'au moins trois arguments qu'ils ont entendus lors des échanges et **expliquent pourquoi ces arguments sont valides et pertinents.**

Proposition 2 :

Travail individuel

Les élèves rédigent une **réponse argumentée** à une nouvelle question en lien avec la problématique de la séquence et qui remet en jeu les principaux arguments échangés lors des débats.

Proposition 3 :

Travail collectif

Les élèves rédigent collectivement une **charte d'utilisation « avertie » des médias sociaux.**

Ressources en ligne : Présentation d'outils de régulation du numérique

- En France, le rôle de l'ARCOM : <https://www.arcom.fr/internet-et-reseaux-sociaux>
- Des outils de régulation européens : le Règlement sur les services numériques, ou Digital Services Act (DSA) : <https://www.arcom.fr/nous-connaître/notre-institution/regulation-europeenne-internationale> : avec une courte vidéo de présentation <https://www.vie-publique.fr/eclairage/285115-dsa-le-reglement-sur-les-services-numeriques-ou-digital-services-act>
- Un exemple de procédure en cours : la procédure lancée contre le réseau social X lancé par La Commission européenne fin 2023. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/ip_24_3761

Document 1 : Enquête : « Les Français particulièrement vulnérables à la désinformation »

Quelques résultats provenant de l'enquête Ipsos réalisée en 2024 dédiée à l'impact de la désinformation sur les élections européennes, et à sa perception au sein de la population française.

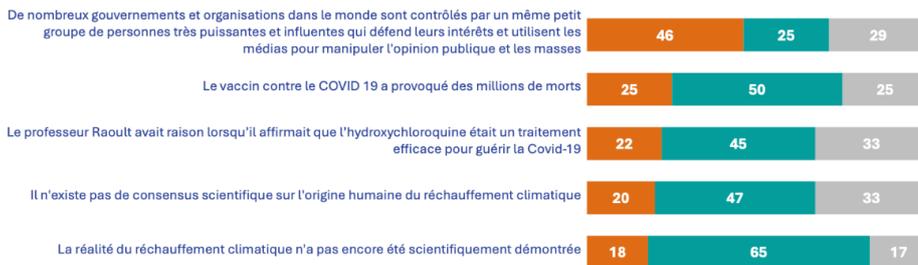
En ligne : <https://www.ipsos.com/fr-fr/europeennes-2024/europeennes-2024-les-francais-particulierement-vulnerables-la-desinformation>

Chiffres clés

- 74% des personnes interrogées estiment être capables de faire le tri entre les vraies et les fausses informations sur les réseaux sociaux... mais 68% estiment que ce n'est pas le cas du reste de la population française ;
- 66% des personnes interrogées adhèrent à au moins l'une des fake news qui leur ont été présentées ;
- Si 61% d'entre elles ont encore confiance dans les journaux papier, les médias en ligne ne suscitent la confiance que de 35% des personnes interrogées.

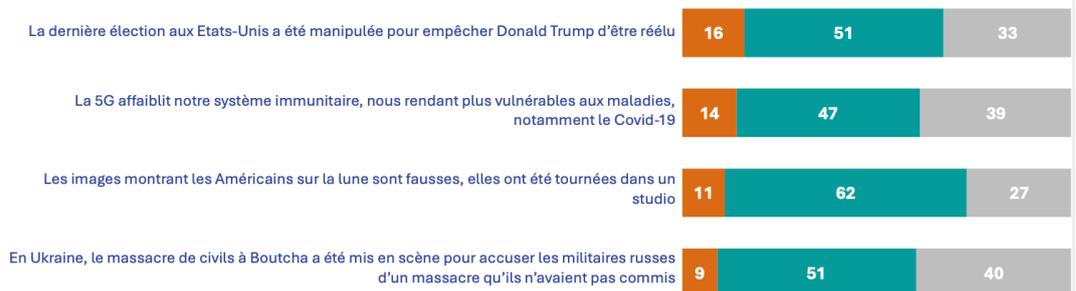
UNE ADHÉSION IMPORTANTE À CERTAINES FAUSSES NOUVELLES (1/2)

Pour chacune des informations suivantes, selon vous et d'après les informations dont vous disposez, est-elle vraie ou fausse ? Si vous n'en avez vraiment aucune idée, vous pouvez répondre « Je n'ai pas assez d'informations pour me prononcer ?
Base : Ensemble des répondants



SUR DES FAUSSES NOUVELLES POURTANT AVÉRÉES, UNE PROPORTION PRÉOCCUPANTE DE FRANÇAIS DÉCLARE NE PAS POUVOIR SE PRONONCER : DES CHIFFRES PRÉOCCUPANTS

Pour chacune des informations suivantes, selon vous et d'après les informations dont vous disposez, est-elle vraie ou fausse ? Si vous n'en avez vraiment aucune idée, vous pouvez répondre « Je n'ai pas assez d'informations pour me prononcer ?
Base : Ensemble des répondants



■ Vraie ■ Fausse ■ Je n'ai pas assez d'informations pour me prononcer

Document 2 : Pourra-t-on encore distinguer le vrai du faux ?

« Jungle informationnelle » et défiance : un cocktail délétère

La multiplicité des sources d'information sur la toile conjuguée à une faible confiance dans les médias constitue un cocktail dangereux.

En effet, non seulement les internautes sont mal équipés pour repérer les informations suspectes en ligne, ils ont aussi tendance à se détourner des sources historiquement connues comme dignes de confiance, risquant ainsi de tomber dans le piège des infox. Plus de la moitié des personnes interrogées dans le monde dans le cadre du Digital News Report 2022 du Reuters Institute et de l'université d'Oxford (54%) sont d'ailleurs conscientes de ce risque, et disent s'inquiéter de leur capacité à distinguer le vrai du faux en ligne quand il s'agit d'actualités.

Comment en effet échapper aux infox quand 59% des personnes qui partagent des articles sur les réseaux sociaux n'en ont lu que le titre, selon une étude de 2016 citée dans le rapport Bronner¹ ?

Dans cette « jungle informationnelle », où les informations sont surabondantes et souvent outrancières (sur les réseaux sociaux, l'engagement est malheureusement corrélé au caractère sensationnel de l'information diffusée, et la mésinformation n'échappe pas à cette règle), les utilisateurs ne savent plus à qui se fier.

L'exemple TikTok

C'est un endroit où les utilisateurs vont chercher des informations, et comme tous les réseaux sociaux où se partagent des informations, c'est un lieu où circulent de nombreuses infox, y compris sur des sujets politiques, sociaux, et géopolitiques.

Quelle que soit l'utilisation qui est faite de l'app, que ce soit via le "scroll", lorsque les utilisateurs se contentent de faire défiler des vidéos sur leur fil "Pour toi", ou via le moteur de recherche, les utilisateurs de TikTok sont confrontés à de fausses informations sur tous les grands sujets d'actualité. Il faut ainsi « scroller » moins de 40 minutes sur TikTok pour « tomber » sur de fausses informations. Nous l'avons révélé dans deux rapports, en septembre 2021 avec le sujet du COVID-19 et en mars 2022 avec la guerre en Ukraine.

Ensuite vient le problème de la recherche sur TikTok, qui n'est pas anodin ou secondaire, puisque selon une étude du Pew Research Center, environ un quart (26%) des utilisateurs américains de moins de 30 ans cherchent régulièrement des informations sur TikTok. Comme nous l'avons montré dans une étude de septembre 2022, près de 20% des vidéos qui apparaissent dans les 20 premiers résultats des recherches sur TikTok sur des sujets d'actualité variés (l'Ukraine, le COVID-19, les vaccins anti-COVID, les fusillades aux États-Unis, etc.) contiennent de fausses informations.

Dans les deux cas, ce sont des algorithmes qui sont les « gardiens de l'information en ligne », pour reprendre le mot de Marc Faddoul, chercheur en intelligence artificielle. Ce sont eux, en effet, qui déterminent quelles vidéos vont apparaître dans votre fil d'actualité, et lesquelles vont remonter dans votre barre de recherche. Ce sont donc eux qui déterminent la proportion d'infox à laquelle vous serez confronté.

Quel impact pour les démocraties ?

En matière de santé publique, la pandémie de COVID-19 a définitivement prouvé à quel point les infox (faux remèdes, fausses informations liées aux mesures de protection – masques, confinement – et infox sur les vaccins) pouvaient avoir des conséquences graves.

En 2020 et 2021, à la faveur des confinements successifs et alors que la science se construisait (et donc se contredisait parfois) devant nos yeux, les fausses informations ont fait florès, empêchant un dialogue serein entre citoyens et pouvoirs publics. À ce jour, chez NewsGuard, nous avons relevé 641 sites diffusant de fausses informations sur le COVID-19, dont 409 aux États-Unis et 59 en France. Et la liste continue de s'allonger.

Une série de 19 études menées entre avril 2020 et juillet 2021 dans le cadre du COVID States Project aux États-Unis (un sondage national visant à mesurer les opinions liées à la pandémie de COVID-19 depuis mars 2020) a ainsi montré que les individus risquaient de mettre leur santé en danger à cause des fausses informations, et ce malgré les recommandations des pouvoirs publics. Et des chercheurs de l'Imperial College de Londres ont constaté dans une étude de février 2021 qu'exposer des personnes disant vouloir se faire vacciner à de récentes infox entraînait une baisse de leur intention de vaccination de 6,2% au Royaume-Uni, et de 6,4% aux États-Unis. Cela n'a rien d'étonnant : « l'effet de vérité illusoire » qui fait que plus on est exposé à une fausse information, plus on a tendance à y croire, est en effet un biais cognitif bien documenté.

D'après l'article de Chine Labbé, « Désinformation et démocratie », par Chine Labbé, *La Grande Conversation*, 5 juin 2023. Chine Labbé est rédactrice en chef, Europe, chez NewsGuard, une société américaine qui évalue la fiabilité des sites d'information et d'actualité ; elle a aussi été nommée en 2023 par le Conseil d'administration de Radio France au Comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes de Radio France.

1. Du nom du président de la Commission, le sociologue Gérard Bronner, qui a rédigé ce rapport sur la désinformation en ligne remis en janvier 2022 au président de la République.

Thème 2 : En France, la désinformation menace-t-elle notre démocratie ?

Ressources :

Document 1 : Enquête : « Les Français particulièrement vulnérables à la désinformation »

Quelques résultats provenant de l'enquête Ipsos réalisée en 2024 dédiée à l'impact de la désinformation sur les élections européennes, et à sa perception au sein de la population française.

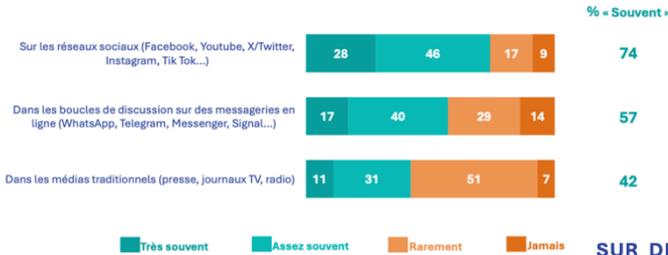
En ligne : <https://www.ipsos.com/fr-fr/europeennes-2024/europeennes-2024-les-francais-particulierement-vulnerables-la-desinformation>

Chiffres clés

- 74% des personnes interrogées estiment être capables de faire le tri entre les vraies et les fausses informations sur les réseaux sociaux... mais 68% estiment que ce n'est pas le cas du reste de la population française ;
- 66% des personnes interrogées adhèrent à au moins l'une des fake news qui leur ont été présentées ;
- Si 61% d'entre elles ont encore confiance dans les journaux papier, les médias en ligne ne suscitent la confiance que de 35% des personnes interrogées.

LES RÉSEAUX SOCIAUX SONT LE LIEU OÙ LES FRANÇAIS SONT LE PLUS CONFRONTÉS À DES INFORMATIONS FAUSSES.

Ditez-vous que vous êtes souvent confronté ou pas à des informations délibérément fausses ou trompeuses sur chacun des supports suivants ?
Base : Ensemble des répondants



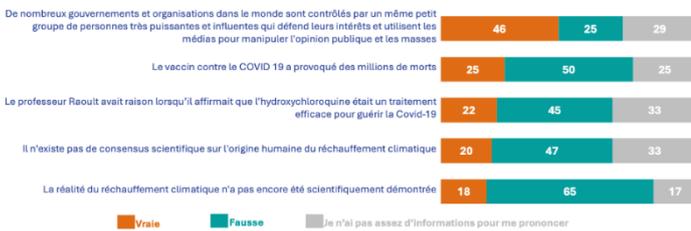
SUR DES FAUSSES NOUVELLES POURTANT AVÉRÉES, UNE PROPORTION PRÉOCCUPANTE DE FRANÇAIS DÉCLARE NE PAS POUVOIR SE PRONONCER : DES CHIFFRES PRÉOCCUPANTS

Pour chacune des informations suivantes, selon vous et d'après les informations dont vous disposez, est-elle vraie ou fausse ? Si vous n'en avez vraiment aucune idée, vous pouvez répondre « Je n'ai pas assez d'informations pour me prononcer »
Base : Ensemble des répondants



UNE ADHÉSION IMPORTANTE À CERTAINES FAUSSES NOUVELLES (1/2)

Pour chacune des informations suivantes, selon vous et d'après les informations dont vous disposez, est-elle vraie ou fausse ? Si vous n'en avez vraiment aucune idée, vous pouvez répondre « Je n'ai pas assez d'informations pour me prononcer »
Base : Ensemble des répondants



LA DIFFUSION DE FAUSSES INFORMATIONS A DES CONSÉQUENCES GRAVES DANS DE NOMBREUX DOMAINES

En France, avez-vous le sentiment que la diffusion d'informations délibérément fausses ou trompeuses a aujourd'hui des conséquences graves dans les domaines suivants ?
Base : Ensemble des répondants



Document 2 : Le retour du « citoyen-soldat ? »

Il va nous falloir nous habituer à composer avec la permanence d'opérations étrangères et intérieures d'intoxication informationnelle qui risquent de s'inscrire dans les systèmes de valeurs et de croyances d'une partie de la population. [...]

Dans le domaine des nouvelles luttes informationnelles et cognitives, où chaque cerveau devient potentiellement un champ de bataille, charge à chaque nation d'armer cognitivement¹ sa démocratie.

Plus encore que la question de l'information, comment repenser *l'esprit* de la démocratie ? Peut-être en regardant du côté de la démocratie athénienne qui ne concevait la citoyenneté que dans cette hybridation civil-militaire justement ? Pour être citoyen de la cité, il fallait à la fois être actif au sein de l'assemblée du peuple et prêt à partir au combat. Être citoyen d'Athènes signifiait être un citoyen-soldat. S'il ne s'agit pas aujourd'hui d'armement physique, on peut néanmoins filer la métaphore sur le plan cognitif. [...] Vous, nous, moi, allons devoir mobiliser notre responsabilité comme acteur de cette guerre invisible. A condition de savoir contre quoi l'on se bat. Les institutions en charge devront visibiliser cela, assumer la menace, la dire. [...]

Le Canada a ainsi lancé une importante campagne nationale de sensibilisation contre la désinformation au moment du pic de la pandémie de COVID-19, en s'appuyant sur la communauté scientifique et des relais de la société civile. (...) Pour réussir, il faudrait ne plus infantiliser ses citoyens, mais les responsabiliser.

Extraits de : Asma Mhalla (2024). *Technopolitique. Comment la technologie fait de nous des soldats ?*
Paris : Seuil. P. 250-255.

Asma Mhalla est politologue, spécialiste des enjeux politiques et géopolitiques de la Tech et de l'IA, elle conseille gouvernements et institutions dans leur politique publique technologique.

Note :

1. L'auteur fait ici référence aux fonctions cognitives de chaque individu, c'est-à-dire à ses capacités (mémoire, attention, langage, fonctions exécutives et fonctions visio-spatiales), qui sont le support de la pensée, de l'action et de la communication.

OU :

Document 2 : La guerre de l'information, une menace mortelle pour nos démocraties

Dans les années 1990, les démocraties avaient pensé venir à bout des régimes autoritaires en recourant à la diffusion libre de l'information. Désormais, les régimes autoritaires cherchent à faire s'effondrer les démocraties en recourant à l'arme informationnelle.

La guerre de l'information est un conflit politique mondial dont l'enjeu final est notre esprit. Les États cherchent en effet à capter notre attention, à susciter notre engagement ou notre désengagement, à influencer nos conduites en instrumentalisant les failles de notre raisonnement et de notre psychologie. Ils ont déployé des efforts scientifiques, technologiques et militaires considérables dans le cadre d'une course aux armements informationnels qui se poursuit encore aujourd'hui et qui ne semble pas connaître de limites. [...]

Les propagandistes des régimes autoritaires qui nous font la guerre à notre insu profitent des failles créées par nos propres sociétés. [...] Parce que nos sociétés ouvertes reposent sur la liberté d'expression, des débats pluralistes, ainsi que sur les libres production et circulation de l'information, elles sont davantage exposées à l'ingérence informationnelle que celle de nos adversaires. [...]

Les effets sur les démocraties se font aujourd'hui clairement sentir. [...] La désinformation sape nos démocraties, parce qu'elle porte atteinte à la liberté de nos décisions.

La gravité et le caractère inédit de l'agression dont les démocraties sont les victimes nécessitent une réponse exceptionnelle. L'heure est à l'état d'urgence informationnelle, c'est-à-dire à l'adoption de mesures d'exception pour défendre nos libertés en danger de disparaître, et pour mettre nos esprits à l'abri des ingérences des régimes autoritaires. Nous ne devrions plus, pour commencer, ouvrir en grand les portes de notre espace informationnel à ceux dont le projet est de lui porter atteinte. Il faudrait en effet, d'urgence, changer de paradigme au profit du concept de défense informationnelle, non pas, comme dans les régimes autoritaires, pour censurer les contenus à l'intérieur des frontières, mais pour protéger les citoyens des ingérences de régimes dictatoriaux. La défense informationnelle consiste autant à défendre l'information qu'à se défendre par l'information.

Extraits de : David COLON (2023). *La guerre de l'information. Les Etats à la conquête de nos esprits.*
Paris : Tallandier. P. 404-405.

Document 3 : Guide contre la désinformation, édité par le Ministère des Armées français, 2024

Consultable à l'adresse suivante : <https://www.defense.gouv.fr/aides-demarches/guide-contre-desinformation>

	SOMMAIRE
	<hr/>
	Introduction 03
	La désinformation, c'est quoi? 05
	Pourquoi la désinformation est-elle un problème? 07
	Attention, la désinformation est partout! 09
	Vérifiez qui est à l'origine de l'information! 10
	Repérez les sites internet trompeurs! 11
	Que faire en cas de doute sur une information? 12
	Comment reconnaître une image générée par une IA? 13
	Pour aller plus loin :
	Les sites de fact-checking utiles 15
	Ressources documentaires et pédagogiques 17
	Petit lexique de la désinformation 19

Document 4 : Remise en cause des élections et réalités alternatives en France

En 2022, le risque de voir un déluge de fausses informations remettant en question la légitimité de l'élection présidentielle française, dans une forme de réplique du mouvement « *Stop the Steal* » qui avait entouré l'élection américaine de 2020, semblait bien réel. Pourtant, même si des infox du même acabit ont bien circulé, certaines apparaissant même comme des copier-coller de mythes nés aux États-Unis (comme Donald Trump, Marine Le Pen aurait mystérieusement perdu des voix la nuit de l'élection ; Dominion, cette société accusée à tort d'avoir détruit des votes en faveur de Donald Trump, aurait été sélectionnée en France pour compter les votes et favoriser Emmanuel Macron, etc.), la vague n'a pas pris. En cause notamment, l'absence « d'effet de vérité illusoire », les infox n'ayant commencé à circuler que peu de temps avant le premier tour de scrutin, mais aussi l'absence de porte-voix de premier plan pour relayer ces infox sur la scène politique, quasiment tous les candidats malheureux reconnaissant leur défaite. Le risque de voir la légitimité de nos scrutins, et donc de notre démocratie, ébranlée, n'a toutefois pas disparu.

D'après l'article de Chine Labbé (5 juin 2023). « Désinformation et démocratie ». *La Grande Conversation*.

Document 5 : Lutter contre la désinformation par le jeu sérieux : l'exemple d'Harmony Square

Dans l'objectif de renforcer la résistance à la manipulation de l'information et à l'influence étrangères, des chercheurs de l'université de Cambridge ont développé des jeux d'éducation aux médias et à l'information dont l'efficacité est mesurable. [...] Le premier, nommé *Harmony Square*, lancé en novembre 2020 et disponible à ce jour en 18 langues, est un jeu qui invite à se mettre dans la peau d'un « Chef de la désinformation » afin d'essayer de saboter les élections d'une « petite ville paisible où les citoyens sont obsédés par la démocratie ». Les joueurs apprennent les rouages du trolling¹, de l'amplification artificielle sur les médias sociaux, du langage émotionnel et de l'escalade de la violence, des techniques utilisées pour répandre la désinformation. Selon une étude menée par le *Social-Decision-Making* de l'université de Cambridge [...], les participants sont beaucoup plus aptes à distinguer les informations fiables de celles qui ne le sont pas et bien moins enclin à partager de fausses informations sur les médias sociaux après avoir joué au jeu.

D'après OCDE (2024), *Les faits sans le faux : Lutter contre la désinformation, renforcer l'intégrité de l'information*, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/4078bb32-fr>.

Note :

1. Le trolling définit un comportement en ligne où une personne cherche à créer des tensions, à provoquer ou à détourner une conversation de son objectif initial avec des messages offensants ou complètement hors sujet.

Lien vers le jeu :

<https://harmonysquare.game/fr>

