

**CONCOURS SUR ÉPREUVES D'ADMISSION
À L'ÉCOLE DES OFFICIERS DE LA GENDARMERIE NATIONALE
EN QUALITÉ D'OFFICIERS DU CORPS TECHNIQUE ET ADMINISTRATIF DE LA GENDARMERIE NATIONALE**

ouvert aux militaires non officiers et aux fonctionnaires de catégorie B, réunissant en cette qualité au moins trois ans de service, militaire ou civil, titulaires d'un diplôme de fin de second cycle de l'enseignement secondaire général, technologique ou professionnel ou titre reconnu équivalent, d'un autre titre ou diplôme classé au moins au niveau 4 dans le répertoire national des certifications professionnelles ou d'un titre professionnel dont la liste est établie par arrêté du ministre de l'intérieur.

- OCTA SD/CAT. B -

SESSION 2023

ÉPREUVE DE SYNTHÈSE DE DOSSIER

(Durée : 03 heures – Coefficient : 5 – Note éliminatoire < 5/20)

*La note de synthèse est construite selon un plan classique : introduction, développement, conclusion.
Elle est entièrement rédigée. Seules les grandes parties peuvent éventuellement être précédées d'un titre.*

Elle doit être objective, dénuée d'appréciation personnelle.

*Le candidat doit rédiger en 600 mots (tolérance + 10%) une note de synthèse claire, précise et concise.
Le dépassement du nombre de mots imposé pour la rédaction génère une pénalité fixée dans le tableau ci-dessous :*

NOMBRE DE MOTS ÉCRITS PAR LE CANDIDAT	PÉNALITÉ CORRESPONDANTE
Rédaction de 661 à 670 mots	Moins 1 point
Rédaction de 671 à 680 mots	Moins 2 points
Rédaction de 681 à 690 mots	Moins 3 points
Rédaction de 691 à 700 mots	Moins 4 points
Rédaction de plus de 700 mots	Moins 10 points

« La désinformation »
« évolution et régulation »

SOMMAIRE			
Pièce	Titre	Nombre de pages	Index
1	<p>« Fake news, infox, de quoi parle-t-on ? » - Par Isabelle Martin, publié sur le site CLEMI (centre pour l'éducation aux médias et à l'information) copie de l'article en date du 22 novembre 2022 https://www.cleml.fr/fr/evenements/operations-speciales/exposition-fake-news-art-fiction-mensonge/la-fabrication-des-fake-news/fake-news-infox-de-quoi-parle-t-on.html</p>	2	3
2	<p>« Les cas de « bullshit à propos du bullshit » : le rationalisme perd-il son sang-froid ? » - Auteur Erwan Lamy Associate professor, ESCP Business School Publié le 19 janvier 2021, 19 : 29 CET – mis à jour le 20 janvier 2021, 12 : 25 CET https://theconversation.com/les-cas-de-bullshit-a-propos-du-bullshit-le-rationalisme-perd-il-son-sang-froid-153340</p>	3	5
3	<p>« Les enjeux de la loi contre la manipulation de l'information » - Ministère de la culture - Publié le 21.11.2018 https://www.culture.gouv.fr/Actualites/Les-enjeux-de-la-loi-contre-la-manipulation-de-l-information</p>	2	8
4	<p>« De la vérification à la discussion : les nombreuses méthodes de fact-checking » - The conversation – l'expertise universitaire, l'exigence journalistique - Auteur : Manon Berriche - Publié le 19 janvier 2020, 21 : 18 https://theconversation.com/de-la-verification-a-la-discussion-les-nombreuses-methodes-de-fact-checking-129516</p>	3	10
5	<p>« Les Fake News au prisme des théories sur les rumeurs et la propagande » - Florian Dauphin - Université de Picardie Jules Verne Laboratoire Habiter le Monde (EA 4287) - Date de publication : 15 décembre 2019 http://journals.openedition.org/edc/9132 ; DOI : https://doi.org/10.4000/edc.9132</p>	2	13
6	<p>« Histoire et impact de la désinformation » - par Régulation 24/10/2022 10:58 - Avec Julien Giry, Conseiller en charge des questions de désinformation au CSA https://regulation.be/2022/10/24/histoire-et-impact-de-la-desinformation/</p>	3	15

7	<p>« MÉDIAS – (DÉS)INFORMATION – SÉCURITÉ »</p> <p>- Les usines à trolls ONU - 2005-deepportal2-troll-factories-fr.pdf deepportal.hq.nato.int</p>	2	18
8	<p>« Extrait de « Les lumières à l'ère numérique » : rapport de la commission présidée par GÉRALD BRONNER janvier 2022 »</p> <p>- publié le 11 janvier 2022 https://www.vie-publique.fr/rapport/283201-lumieres-l-ere-numerique-commission-bronner-desinformation</p>	3	20
9	<p>« DE L'UTILITÉ DE LA NOTION DE POST-VÉRITÉ »</p> <p>- Gil Delannoi - Gallimard « Le Débat » Article disponible en ligne à l'adresse : https://www.cairn.info/revue-le-debat-2017-5-page-4.htm</p>	2	23
10	<p>« AVIS DIVERS COMMISSION D'ENRICHISSEMENT DE LA LANGUE FRANÇAISE »</p> <p>- Recommandation sur les équivalents français à donner à l'expression fake news NOR : CTNR1826048K</p>	1	25
11	<p>« DÉSINFORMATION, NON-INFORMATION OU SUR-INFORMATION ? »</p> <p>- Les logiques d'exposition à l'actualité en milieu étudiants DOI: 10.3917/res.222.0023 - via Julien BOYADJIAN https://www.cairn.info/revue-reseaux-2020-4-page-21.htm</p>	2	26

« Fake news, infox, de quoi parle-t-on ? »**Par Isabelle Martin**

Avant d'évoquer les « fake news » ou « infox » qui recouvrent un ensemble de procédés contribuant à la désinformation du public, il semble important de rappeler en préambule ce qu'est l'information. Elle peut constituer le « mètre étalon » ou la référence par rapport à ce qui constitue une déviance plus ou moins importante, relevant alors de la mésinformation ou de la désinformation.

Information, mésinformation, désinformation

Qui dit information dit « mise en forme ». Le terme vient du latin *informare* qui signifie « donner une structure, transmettre des connaissances, des renseignements » (dictionnaire *Le Robert*, juin 1995, p. 605).

L'information désigne à la fois le message ou contenu à communiquer, les symboles utilisés pour l'écrire et les cibles que l'on cherche à atteindre ; toute information étant liée à une intention de communication. En termes journalistiques, l'information se caractérise par trois aspects : elle rompt en général l'ordre habituel des choses (on parle plutôt dans les médias d'événements qui constituent une nouveauté), elle repose sur des faits établis (elle est factuelle) et elle est surtout vérifiée avant d'être diffusée. On verra sur ce dernier point que la course à la concurrence et au scoop conduit parfois les entreprises médiatiques à la précipitation et génère des erreurs fort dommageables (exemple de la « deuxième » affaire Dupont de Ligonès qui constitue un incroyable ratage médiatique).

La mésinformation : l'ajout du préfixe *mes-* au mot « information » lui donne une valeur péjorative et en fait donc une mauvaise information, qualitativement imparfaite en raison d'erreurs de différentes natures (précipitation et absence de vérification, superficialité de traitement et incomplétude, non-actualisation de contenus et obsolescence, faux pour faire rire). La mésinformation n'est pas liée à une intention de tromper. Elle relève plus de l'erreur ou de la plaisanterie (les articles du Gorafi, par exemple).

La désinformation (préfixe latin *dis-* marquant la séparation, la négation) est définie par le dictionnaire *Le Robert* comme l'« utilisation des techniques de l'information de masse pour induire en erreur, cacher ou travestir les faits ». C'est un processus de communication qui consiste à utiliser les médias de masse, dont les réseaux sociaux, pour transmettre des informations partiellement ou totalement erronées dans le but de tromper ou d'influencer l'opinion publique et de l'amener à agir dans une certaine direction (motivations idéologiques, financières ou ludiques).

Clarifier les procédés de la désinformation et les illustrer

Il y a une impérieuse nécessité à expliciter ce que recouvrent les différentes réalités de la mésinformation et de la désinformation. Des apports scientifiques de spécialistes du sujet sont nécessaires et ils sont à illustrer par des exemples précis pris dans l'actualité. C'est ainsi que l'on apprendra aux élèves à retrouver dans les flux massifs d'information, ce qui relève de la mauvaise ou de la fausse information. Pour paraphraser William Audureau du journal *Le Monde* dans son article « [Pourquoi il faut arrêter de parler de "fake news"](#) » (31 janvier 2017) « le faux a son vaste nuancier, et pour quiconque s'intéresse aux faits, ces nuances sont précieuses ». C'est donc dans cette subtilité, dans cette finesse d'approche qu'il faut les accompagner.

Dès 2017, Claire Wardle, chercheuse à l'université de Harvard et directrice exécutive de First Draft (collectif d'experts œuvrant dans la lutte contre la désinformation), explicite dans l'article « [Fake news, la complexité de la désinformation](#) » (First Draft, 17 mars 2017) une classification qui permet de mettre de l'ordre dans le désordre de la désinformation.

D'après elle, pour comprendre le système actuel de l'information, trois éléments doivent être pris en compte :

- les **différents types de contenus** créés et partagés ;
- les **motivations** des personnes à l'origine de ces contenus ;
- les **modes de diffusion** de ces contenus.

Claire Wardle identifie sept types de mésinformation ou de désinformation qui vont de l'erreur (lien ou contexte erroné) à la satire ou parodie pour ce qui est de la mésinformation, aux contenus trompeurs, fallacieux, complètement fabriqués ou manipulés pour la désinformation. Elle liste ensuite, pour chaque type, la motivation qui se cache derrière chaque procédé (intérêt économique, enjeu politique, etc.) et établit ce qu'on peut appeler la règle des huit P (piètre qualité de journalisme, parodie, provocation, passion, partisanerie, profit, pouvoir ou influence politique, propagande).

Les cas de « bullshit à propos du bullshit » : le rationalisme perd-il son sang-froid ?

Publié le 19 janvier 2021, 19 : 29 CET – mis à jour le 20 janvier 2021, 12 : 25 CET auteur [Erwan Lamy](#) Associate professor, ESCP Business School

Déclaration d'intérêts

Erwan Lamy ne travaille pas, ne conseille pas, ne possède pas de parts, ne reçoit pas de fonds d'une organisation qui pourrait tirer profit de cet article, et n'a déclaré aucune autre affiliation que son organisme de recherche.

Alors qu'aux États-Unis les mensonges de Donald Trump conduisaient à une extraordinaire situation insurrectionnelle, en France paraissait le dernier livre de [Gerald Bronner](#), intitulé [Apocalypse cognitive](#) (qui s'inquiète de l'usage que nous faisons de notre « temps de cerveau disponible »).

Surprenante rencontre des actualités éditoriale et politique : le sacrilège du Capitole ne pouvait mieux illustrer les [sombres prophéties](#) du sociologue rationaliste.

Bien sûr, Gerald Bronner prend soin de rappeler l'étymologie grecque du mot *apocalypse* (« révélation », et non « fin du monde »), mais le contenu prophétique de son livre est manifeste.

L'apocalypse cognitive, au sens le plus commun, est pour bientôt, elle [s'annonce](#) avec le visage hurlant du conspirationnisme profanant le temple de la raison démocratique.

Aidez-nous à mettre l'intelligence au cœur du débat.

Ces événements semblent bien conforter ce catastrophisme, et justifier les oracles pessimistes que suscitent les diverses pollutions « épistémiques » (qui concernent la production de connaissances) : fake news ou « infox », théories du complot, « bullshits », que [Pascal Engel](#) propose de traduire par « foutaises », « infodémie »... Mais une telle attitude ne contribue pas à une approche sereine et objective de ces problèmes.

Il s'agit avant tout de comprendre ces dérèglements pour mieux pouvoir les traiter. Et la compréhension de ces phénomènes complexes demande de la patience, du sang-froid, de la prudence et de la pondération. Ce n'est pas toujours le cas. Et cela conduit la littérature rationaliste sur les turpitudes épistémiques de notre temps à parfois, trop souvent, céder aux travers qu'elle dénonce.

Du bullshit à propos du bullshit

Il existe déjà beaucoup de travaux sérieux sur le sujet, tant [théoriques](#) qu'[empiriques](#). Hélas, ces travaux sont souvent noyés par une masse bruyante d'affirmations douteuses, qui pourraient bien elles-mêmes être qualifiées de « bullshit ».

Le philosophe américain Harry Frankfurt définit le bullshit comme une forme d'[indifférence à la vérité](#). On bullshit pour vendre des produits cosmétiques ou faire élire une candidate à la présidentielle, sans se soucier de savoir si cette crème va vraiment vous rendre plus jeune (non)

ou si cette candidate va rendre sa grandeur passée au pays (non plus). En général, ceux qui s'inquiètent des pollutions épistémiques ne sont pas indifférents au vrai.

Mais le bullshit, comme le rappelle le chercheur en neurosciences [Sébastien Dieguez](#), ce peut être aussi une certaine indifférence à ce qui soutient une affirmation.

On peut croire mordicus aux vertus de la crème rajeunissante que l'on vend, sans trop se préoccuper des preuves empiriques de ces vertus. Ironiquement, une telle indifférence peut apparaître lorsqu'il est justement question de bullshits. On se retrouve alors avec du bullshit *sur* le bullshit. On croit mordicus, par exemple, que les fausses nouvelles se diffusent plus vite que les vraies, sans trop prendre la peine de se poser quelques questions élémentaires sur ce qui soutient cette affirmation extraordinaire.

Le faux va-t-il plus vite que le vrai ?

C'est en 2018 qu'est paru dans la revue *Science* l'[article](#) avançant que les informations fausses se diffuseraient plus rapidement sur Twitter que les informations vraies.

Cet article, en passe de devenir un classique, a été cité de très nombreuses fois dans la [littérature académique](#) ainsi que [dans la presse ici ou là](#). C'est qu'il conforte bien des frayeurs.

Il y a pourtant tout lieu d'être dubitatif. Imaginons que quelqu'un poste sur Twitter deux messages, l'un vrai et l'autre faux, mais tous deux également plausibles, concernant par exemple le lieu de résidence estivale d'une star quelconque. L'un dit par exemple que la star va séjourner aux Bahamas, l'autre dit qu'elle va aux Maldives, et absolument rien n'indique lequel de ces messages est vrai. Que va-t-il se passer ?

Si les auteurs de l'article disent vrai, le message faux sera diffusé plus rapidement que le vrai. Mais cela suppose nécessairement que les lecteurs de ces messages distinguent le faux du vrai, ce qui n'est pas possible dans ce cas (sauf à imaginer une sorte de mystérieux sixième sens). Cela suppose ensuite qu'ils aient l'étrange disposition de diffuser avec plus d'ardeur le message faux (et on ajoute là du bizarre au surnaturel). On voit bien que quelque chose ne va pas dans la « découverte » des auteurs de cet article.

Ce qui peut déterminer la plus ou moins grande rapidité de la diffusion d'un message, c'est notamment son caractère spectaculaire ou surprenant. Plus un message est surprenant, plus il est partagé. Et l'on peut bien sûr s'attendre à ce que les messages les plus surprenants soient également les plus souvent faux. D'où le lien entre fausseté et rapidité de diffusion. Cela ne signifie pas que les messages faux sont plus partagés que les vrais. Cela signifie que les messages surprenants (souvent faux) sont plus partagés que les messages ordinaires (moins souvent faux).

Et de fait, ce n'est que cela que disent les auteurs de l'article de *Science*. Mais plutôt que de s'arrêter à ce constat trivial et sans grand intérêt (les messages les plus surprenants sont les plus partagés), ils ont préféré affirmer que les messages faux circulent plus vite que les vrais, suggérant de manière trompeuse que c'est la fausseté elle-même qui cause cette diffusion plus rapide.

C'est évidemment plus accrocheur, mais c'est absurde (et, si besoin était, infirmé par une [étude plus récente](#)). Cette affirmation a pourtant été reprise une multitude de fois, dans la presse et dans la littérature scientifique, sans le moindre doute ni recul. Un cas d'école de bullshit à propos du bullshit.

Post-vérité ?

On a encore plus parlé, ces dernières années, de la notion aussi vague que [douteuse](#) de [post-vérité](#). Elle est souvent entendue comme l'idée que notre époque se caractériserait par une production jamais vue de foutaises. C'est un autre clair exemple de bullshit sur le bullshit.

Le problème avec cette idée n'est pas qu'elle est absurde, mais que personne ne sait si elle est vraie ou fausse, et que cela ne semble pas inquiéter grand monde.

Pour trancher, il faudrait des travaux empiriques qui quantifieraient la pollution épistémique (bullshit, fake news et compagnie) et montreraient que notre époque se caractérise par une augmentation de ces pollutions en comparaison des époques passées. Mais ces travaux empiriques n'existent pas, et il n'est même pas évident qu'ils puissent exister, ni même que l'on puisse quantifier rigoureusement ce genre de chose.

La réalité du déferlement de foutaises semble pourtant évidente. A-t-on besoin de preuves empiriques ? Oui, car une saine démarche scientifique consiste précisément à se méfier des évidences. Après tout, n'est-il pas « évident » que le Soleil tourne autour de la Terre ?

Des « foutaises » contemporaines plus nombreuses ou plus visibles ?

À défaut de preuve empirique directe il y a tout de même, bien sûr, de bonnes raisons scientifiques de croire en la décadence cognitive de notre temps. Gerald Bronner en énumère plusieurs, généralement en rapport avec l'essor d'internet (qui exciterait quelques méchants archaïsmes cognitifs des cerveaux humains). Mais il y a également de [bonnes raisons](#) de penser que ce n'est pas le cas, et que notre époque n'est pas plus dépravée qu'une autre sur plan épistémique mais que, simplement, les foutaises contemporaines sont plus visibles.

En 1967, [Jean Rostand](#) écrivait [à propos de la radio](#) que « l'usage des transistors (n'a) pas rendus (les hommes) plus sots, mais (que) la sottise s'est faite plus sonore ». On pourrait le paraphraser aujourd'hui en écrivant qu'internet, à son tour, n'a peut-être pas tant rendu les internautes plus bêtes qu'il a rendu leur bêtise plus accessible. Ce n'est bien sûr qu'une conjecture. À nouveau, on ne sait pas.

Ce qui n'empêche pas que soit répété sans cesse et sans prudence que les foutaises n'auraient jamais été aussi envahissantes.

Se dispenser ainsi de cette prudence, sur cette question ou sur d'autres, ne rend pas service au rationalisme. Plus grave, un tel relâchement risque de décrédibiliser la lutte qui doit être menée contre la production contemporaine de foutaises. Sur ces sujets, il est urgent de retrouver un peu de sang-froid et de distance critique, et d'éviter les eschatologies douteuses.

Les enjeux de la loi contre la manipulation de l'information

Publié le 21.11.2018

Le 20 novembre 2018, les deux propositions de loi contre la manipulation de l'information ont été définitivement adoptées à l'Assemblée nationale. "La manipulation n'est pas seulement une menace mais une réalité bien installée", a affirmé le ministre de la Culture, Franck Riester, saluant des textes qui vont "dans le bon sens".

Alors que les fausses informations ont récemment pollué plusieurs scrutins électoraux, notamment aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Catalogne, une nécessité s'impose à toutes les grandes démocraties : celle de lutter contre la manipulation de l'information.

D'ores et déjà, plusieurs d'entre elles ont décidé d'agir : le Parlement britannique a mis en place une commission d'enquête ; le Parlement allemand a légiféré ; les autorités italiennes ont mis en place une plateforme de signalement des fausses nouvelles.

Après l'adoption à l'Assemblée nationale, le 20 novembre, de la loi contre la manipulation de l'information, la France rejoint ces pays en se dotant d'un appareil juridique adéquat. Le ministre de la Culture, Franck Riester, a salué l'adoption de ces textes qui vont "*dans le bon sens*".

Pourquoi une loi sur les infox ?

En France, il existe déjà un important arsenal juridique destiné à combattre la propagation des fausses nouvelles, qui sont reconnues comme telles dans le droit national. Plusieurs infractions pénales ont été créées pour lutter contre les fausses informations qui créent un préjudice : l'article 37 de la loi de 1881 vise celles qui troublent la paix publique ; l'article L 97 du code électoral réprime celles qui altèrent la sincérité du scrutin (amende de 45 000 €).

Alors, pourquoi une loi sur les infox est-elle aujourd'hui nécessaire ? Si les fausses nouvelles ont toujours existé, c'est le changement d'échelle de leur diffusion, permis par les outils numériques, qui en fait une menace pour nos démocraties. "*La manipulation n'est pas seulement une menace mais une réalité bien installée*", a affirmé le ministre de la Culture.

Un changement d'échelle dans la diffusion des fausses nouvelles

L'enjeu est donc d'adapter nos outils juridiques à ces nouveaux modes de diffusion. Parmi ces vecteurs de fausses nouvelles, on relève plusieurs catégories : les médias contrôlés par des États étrangers ; les plateformes numériques, qui se retranchent derrière leur statut de simples "hébergeurs de contenus" pour ne prendre aucune responsabilité sur les contenus qu'elles diffusent, alors qu'elles sont l'outil de viralité des fausses nouvelles.

La responsabilisation des plateformes dans la lutte contre les fausses informations s'inscrit dans ce mouvement. Les propositions de loi visent à compléter notre arsenal juridique dans trois directions : créer un devoir de coopération pour les plateformes vis-à-vis de tous ceux qui s'engagent en France contre les fausses informations à savoir les pouvoirs publics, la presse et la société civile (les parlementaires ont proposé que le contrôle de ce devoir de coopération soit confié au CSA) ; renforcer les obligations de transparence des plateformes vis-à-vis de leurs utilisateurs ; donner aux autorités compétentes des moyens d'action adaptés à la rapidité de propagation des fausses informations.

Le cas des campagnes électorales

Dans une démocratie, les campagnes électorales sont des périodes privilégiées pour la propagation des fausses nouvelles. A cette fin, il faut concentrer rapidement les outils juridiques sur le vrai danger, c'est-à-dire les tentatives d'influencer les résultats des élections.

Pour cela, il faut se doter d'outils juridiques de réaction rapide adaptés aux vecteurs de diffusion. Pour la TV, il faut permettre au CSA de suspendre les télévisions contrôlées par des États étrangers. Pour les plateformes, l'enjeu est double. Ce qui définit ces moyens de diffusion, c'est la rapidité. Le recours au juge des référés permet de répondre à cette rapidité. De plus, ce qui définit également ces moyens de diffusion, c'est leur opacité. La création d'une obligation de transparence pour les contenus sponsorisés des plateformes permettra d'apporter une réponse à ces campagnes de désinformation.

Quatre garde-fous de la loi contre la manipulation de l'information

- > La loi ne touche pas à la loi de 1881 ni à ses principes ;
- > Elle n'enfreint aucune garantie des libertés fondamentales : liberté d'expression, protection des sources des journalistes ;
- > Elle est plus protectrice qu'une situation non encadrée par la loi, où les plateformes censurent d'elles-mêmes les contenus (cf. le modèle allemand), sans être tenues d'expliquer les critères de cette censure ;
- > Les actions rapides ne sont permises qu'en période électorale et de manière très encadrée (la fausse nouvelle doit être manifeste, être diffusée massivement et de manière artificielle, et doit conduire à troubler paix publique ou sincérité du scrutin). La loi ne vise donc que les tentatives volontaires de manipulation, et n'aura aucun impact sur le travail journalistique qui peut consister à révéler, à tout moment, des informations sur des questions d'intérêt public.

De la vérification à la discussion : les nombreuses méthodes de fact-checking

Publié le 19 janvier 2020, 21 : 18

Le fact-checking ne date pas d'hier. Dès son lancement, en 1923, le magazine [Time](#) avait déjà recruté une équipe de fact-checkers. Leur rôle à l'époque : vérifier scrupuleusement toutes les informations avant qu'elles ne soient publiées.

Mais à l'ère du numérique, l'essor des réseaux sociaux a entraîné un bouleversement du fonctionnement de l'espace public traditionnel. Comme l'explique Dominique Cardon dans son livre [La Démocratie Internet](#), la pertinence attribuée à une information ne résulte plus d'une évaluation normative de son contenu par des experts mais émane plutôt d'une « agrégation numérique ». C'est-à-dire que, désormais, les informations exposées sur la toile ne sont plus filtrées en étant au préalable passées au crible par des experts et journalistes. Elles sont à la place hiérarchisées a posteriori par des algorithmes de classement et de référencement qui dépendent en partie des clics et « likes » des internautes.

Essor du journalisme de vérification

Cette reconfiguration de l'espace public ouvre ainsi la porte à de nouveaux contenus, pas toujours vérifiés, ni toujours pertinents, pour le débat public, parmi lesquels certaines fake news.

Dans ce nouveau contexte, les rubriques de fact-checking ont largement augmenté depuis une dizaine d'années afin de valider cette fois-ci a posteriori l'exactitude des chiffres et des informations énoncées publiquement. En [Europe](#), par exemple, plus de 90 % des sites de fact-checking ont été établis depuis 2010, avec une intensification accrue ces dernières années.

Ainsi, en France, *Libération*, via sa rubrique « Désintox » (2008), fait figure de pionnier. D'autres médias ont suivi avec notamment « Les Décodeurs » (2014) pour le journal *Le Monde*, l'émission radio dédiée de [France Info](#) « Le Vrai du Faux » (2012) ou encore « AFP Factuel » (2017) pour l'Agence France Presse.

Info fact-checkée, info approuvée ?

Face à l'émergence de ce nouveau mode de traitement journalistique de l'information, le public peut ainsi se tourner de plus en plus vers des vérifications réalisées par des experts pour s'assurer de la validité de différents contenus.

Un [sondage](#) réalisé par les étudiants de Sciences Po auprès d'une centaine de personnes révèle d'ailleurs que 90 % d'entre elles se disent familières des méthodes de fact-checking et très favorables à leur développement.

Mais au-delà de cette appréciation positive du fact-checking par le grand public se pose la question de son efficacité : dans quelle mesure celui-ci permet-il réellement de discréditer certaines fake news et d'endiguer la formation de croyances infondées ?

À cette question, plusieurs études, et notamment une [méta-analyse](#) – qui combine les résultats de plusieurs études scientifiques indépendantes –, indiquent un effet général significatif du fact-checking sur les opinions individuelles pour contrer certaines fausses informations.

(...)

La politique privilégiée au détriment des infos scientifiques

Si les [études scientifiques](#) montrent que le fact-checking peut être efficace pour lutter contre la prolifération d'informations fallacieuses, il faut néanmoins noter que certains thèmes sont parfois moins traités par les rubriques de fact-checking.

Pour étudier cette question, les étudiants de Sciences Po ont récolté les 50 derniers articles de trois rubriques de fact-checking : (1) L'AFP Factuel ; (2) Les Décodeurs ; (3) Checknews. Résultats ? Ils ont trouvé que les corrections étaient souvent centrées sur les sujets d'actualité politique et économique. A contrario, la place réservée aux questions écologiques ou de santé publique était beaucoup plus faible (variant respectivement entre 2 % et 10 % et 2 % et 8 %).

Des initiatives associatives, telles que [Science Feedback](#), commencent cependant à émerger pour aider le grand public à mieux discerner la solidité d'énoncés scientifiques sur la santé ou le réchauffement climatique.

Quand les internautes deviennent eux-mêmes fact-checkers

Au-delà des méthodes de fact-checking déployées par des médias traditionnels ou des chaînes de vulgarisation scientifique, il faut aussi noter que des processus d'autorégulation peuvent se mettre en place entre les internautes sur les réseaux sociaux.

En effet, les commentaires qui accompagnent certaines fake news ne sont pas nécessairement le signe d'une crédulité passive de la part des internautes. Bien au contraire, ces derniers peuvent faire preuve de vigilance et prévenir les autres du caractère fallacieux d'une information en mettant en doute sa véracité par un commentaire du type « attention, vérifiez la source » ou encore en renvoyant vers un article la débunkant.

Parfois, il arrive même qu'ils mènent des enquêtes minutieuses pour contredire eux-mêmes certaines fausses informations, à l'instar de [cet internaute](#) qui a effectué une recherche par image inversée pour retrouver la source originelle d'une photo (prise en Nouvelle Zélande en 2016) et ainsi prouver qu'il ne s'agissait pas du tout d'une route endommagée par un séisme en vallée du Rhône.

L'AFP Factuel [recommande](#) d'ailleurs aux gens de regarder les commentaires des autres afin d'évaluer plus facilement la fiabilité des informations.

[Des études](#) ont d'ailleurs montré que les commentaires accolés aux contenus médiatiques pouvaient être des sources de corrections effectives face à certaines fausses informations ou encore que la perception d'un [consensus](#) au sein des commentaires d'autres internautes pouvait moduler l'attitude des individus (...). Ainsi, une piste intéressante pour contrer le phénomène de la désinformation pourrait être de mobiliser l'intelligence collective du grand public.

Les *Fake News* au prisme des théories sur les rumeurs et la propagande

Considering Fake News in Light of Previous Research on Rumor and Propaganda

Florian Dauphin

Université de Picardie Jules Verne Laboratoire Habiter le Monde (EA 4287)

Date de publication : 15 décembre 2019

Florian Dauphin, « Les Fake News au prisme des théories sur les rumeurs et la propagande », *Études de communication* [En ligne], 53 | 2019, mis en ligne le 01 janvier 2022, consulté le 06 janvier 2022. URL :

<http://journals.openedition.org/edc/9132> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/edc.9132>

L'objectif de cet article est de montrer que si la notion de « fake news » apparaît révélatrice d'enjeux sociaux démocratiques, journalistiques et juridiques, particulièrement à l'ère des réseaux sociaux numériques, elle n'en demeure pas moins une notion limitée pour les Sciences Humaines et Sociales si elle ne prend pas en compte les recherches antérieures sur les rumeurs et la propagande. Il s'agit donc de pointer l'intérêt et les critiques de ces notions, en sociologie, en histoire, en philosophie et en psychologie sociale pour comprendre la complexité du phénomène et les limites de la notion de « fake news ».

(...)

2.1. Fake news : la propagande 2.0 en démocratie ?

Les discours sur les *fake news*, en plus de faire abstraction des nombreux apports théoriques sur les rumeurs, font table rase des travaux historiques, psychosociologiques et sociologiques sur la propagande qui là encore présentent des éclairages pertinents. Les notions de « rumeur », de « propagande » et de « fake news » s'entrecroisent. À la différence de la propagande, la rumeur peut être spontanée, mais elle peut être aussi déclenchée et devenir propagande. Ainsi, comme le remarque Fargette (2007) « répandre ou exploiter des rumeurs à des fins propagandistes est facilité par le fait qu'une rumeur reste une information anonyme transmise oralement, dont on ne peut dire ni où, ni quand elle est apparue ». La rumeur peut être employée contre l'opposant afin de le diaboliser par la calomnie. La notion de *fake news* s'avère complexe à définir et peu opératoire si elle ne prend pas en compte les nombreuses questions similaires que se sont posées les théoriciens de la propagande. L'étymologie du terme propagande nous enseigne qu'il renvoie d'abord à la botanique (la bouture qui va devenir une nouvelle plante) avant de s'employer dans le domaine religieux au sens de transmission – littéralement pour propager la doctrine catholique. Enfin, le terme prend un nouveau sens politique durant la Révolution française, en qualifiant les moyens d'influencer l'opinion publique. La connotation du terme devient négative et cela particulièrement lors de la Seconde Guerre mondiale. Les deux Guerres mondiales vont contribuer à l'usage scientifique du terme de propagande et à une littérature abondante. Aux États-Unis dans les années 1920, on a défini la propagande en insistant sur ses aspects psychologiques : « la propagande est une manipulation de symboles psychologiques ayant des objectifs dont *l'auditeur est inconscient* » (Ellul [1962] 1990, 7). Cette conception de la propagande est présente chez Edward Bernays (1928), publicitaire et neveu de Freud, qui se sert des acquis de la psychanalyse et de la psychologie des foules (Le Bon, 1895) pour développer la propagande politique institutionnelle et celle des « relations publiques » à visée commerciale. Dans la même lignée, Lippmann (1922) considère la propagande comme « la fabrique du consentement » en démocratie. C'est

également le sens que lui donne plus récemment Chomsky et Herman (1988). Par ailleurs, deux auteurs ont rencontré un vif succès : Lasswell et Tchakhotine. Harold Lasswell (1929) démontre qu'il existe aussi des moyens de propagande avec des objectifs avoués. Serge Tchakhotine (1939), biologiste, qui a eu un rôle actif dans la propagande, tente de formaliser les techniques dans une conception behavioriste. Dans la perspective de Lasswell, la propagande est une arme qui vise à être efficace et à « maximiser le pouvoir ». Poursuivant cette idée, Ellul affirme qu'« une propagande inefficace n'est pas une propagande [...]. Et comme toute technique, la propagande est soumise à la loi de l'efficacité ». Cette caractéristique nous paraît généralement similaire à la conception des *fake news* qui vise l'efficacité via des techniques afin de renforcer un pouvoir politique et/ou économique. Ainsi, Ellul pointe le rôle que joue la technique sur l'influence sociale et sur la construction de l'opinion publique.

Histoire et impact de la désinformation

par [Régulation](#) 24/10/2022 10:58

Avec Julien Giry, Conseiller en charge des questions de désinformation au CSA

Désinformation, fake news, propagande... Connaissez-vous vraiment la définition de ces termes, leurs usages, leur histoire et leur impact aujourd'hui dans l'environnement numérique ? À l'heure où l'Europe cherche à restaurer sa souveraineté numérique en adoptant des règlements uniques au monde pour réguler les réseaux sociaux et assainir l'environnement du web, comment appréhender ces phénomènes de désinformation ? Pour nous aider à les comprendre avec les lunettes de la recherche, nous avons interrogé Julien Giry, Conseiller en charge des questions de désinformation au CSA.

La désinformation est aujourd'hui une préoccupation majeure des instances de régulation. Est-ce un phénomène nouveau ?

Non pas du tout, c'est un phénomène qui existe en réalité depuis l'Antiquité et qui était déjà de réflexions. Il y a deux éléments qui sont pourtant différents aujourd'hui qui sont l'étiquetage et l'origine de la désinformation. À l'époque Antique, on ne pouvait pas vérifier la véracité d'une information, il était donc impossible d'étiqueter un récit d'une quelconque manière, souvent énoncé par les autorités en place. Et c'est justement ici que l'on retrouve une seconde particularité avec les périodes que nous traversons aujourd'hui, c'est la question de l'origine de la désinformation. Si historiquement, la désinformation est produite par les dominants, par ceux qui sont au pouvoir, et qu'elle emprunte les mêmes canaux que l'information (la presse mainstream), aujourd'hui, la désinformation est plutôt le fait d'individus ou de groupes d'individus qui sont à l'extérieur ou marginaux dans les sphères du pouvoir. Ces individus utilisent principalement des canaux alternatifs qu'offre internet, et singulièrement les réseaux socionumériques. Aujourd'hui, la désinformation, qui se présente souvent comme de la « ré-information », est un contre-discours et n'a plus la vocation de servir le pouvoir en place, mais bien de la dénoncer.

(...)

On a vu l'impact de la désinformation sur les réseaux sociaux lors d'événements démocratiques majeurs, comme lors du Brexit et le scandale de Cambridge Analytica. Les exemples sont nombreux et touchent un peu près tous les pays du monde. Comment en est-on arrivé là ?

L'utilisation du mot fake news s'est popularisée dans les discours lors des élections de Trump en 2016. Jusque-là on en parlait très peu et le syntagme renvoyait davantage aux émissions d'info divertissement ou supports parodiques. On pense notamment au *Daily show with Jon Stewart* ou au périodique *The Onion*. C'était surtout Trump lui-même qui a commencé à utiliser cette expression pour dénoncer toutes les informations publiées dans les médias traditionnels et qui le dérangent. En miroir, ce terme de fake news, ou de fausses informations, a été avancé pour expliquer, parfois de manière trop simpliste, des phénomènes plus profonds et complexe sur les réseaux sociaux. Avec du recul, on se rend compte qu'il est très difficile de mesurer exactement l'impact de la désinformation sur les réseaux sociaux lors d'élections démocratiques par exemple. Des études, notamment du MIT et de Sandford relativisent le nombre d'américains exposés massivement aux fake news et à la désinformation. Les minorités enfermées dans des bulles d'information ultra-républicaines sont en général déjà

convaincues par ces idées et s'y confortent davantage. C'est une certitude que l'on peut affirmer : les réseaux sociaux ont clairement un effet polarisant sur certaines minorités fortement engagées pour la défense d'une cause déterminée, mais il ne faut pas croire que l'ensemble des internautes actifs sur les réseaux sociaux sont réellement concernée par ces phénomènes.

En d'autres termes, la désinformation ne peut jamais être considérée que comme un facteur explicatif parmi d'autres dans les phénomènes sociaux et politiques, en particulier ceux qui traduisent une défiance vis-à-vis des pouvoirs publics. Il serait donc hasardeux d'en exagérer le poids, plus encore au regard des phénomènes de loupes et de chambre d'écho inhérents aux réseaux socionumériques et à la publicité faite de ce qui s'y passe par les médias traditionnels qui parfois donnent de l'importance à des épiphénomènes. En effet, il faut tordre le coup à l'idée selon laquelle ce qui se passe sur twitter par exemple serait un reflet de l'état de la société dans son ensemble.

Jusqu'à quel point les réseaux sociaux polarisent les opinions ? Comment comprendre ce mécanisme dans un monde numérique qui offrent pourtant une énorme diversité d'information ?

(...)

Aujourd'hui, si internet offre cette variété qui brise les silos traditionnels, c'est le fonctionnement algorithmique des moteurs de recherche, des médias en ligne et des réseaux socionumériques qui pose question. Les dispositifs d'intelligence artificielle et de référencement des contenus vont pousser les utilisateurs vers des contenus qu'ils apprécient, ou au moins similaires à ceux auxquels ils ont déjà été exposés, ce qui a pour effet de produire ce qu'on appelle des « bulles informationnelles ». Toutefois, c'est davantage le fait d'être déjà convaincu qui va nous exposer à des contenus confirmatoires. Pour ces publics les conséquences peuvent s'avérer très sérieuses car, de fait les contenus auxquels ils s'exposent vont avoir pour effet de les radicaliser et de les isoler, même socialement, du reste du monde. La radicalisation informationnelle peut mener à une désaffiliation sociale et à la structuration de nouvelles communautés d'appartenance en et hors ligne. À partir du moment où on se radicalise ou si l'on adopte des visions du monde extrêmes, il est de plus en plus difficile d'échanger avec d'autres points de vue et on va avoir tendance à s'isoler du reste du monde. Ces personnes vont alors se tourner vers des groupes en ligne qui vont les conforter dans leur opinion et donc les isoler davantage encore. Ceci ne veut toutefois pas dire que ces individus ignorent ce qui se dit dans les médias traditionnels. Bien au contraire, il est de bon ton de savoir ce qui s'y passe pour se conforter individuellement et collectivement dans l'idée qu'ils sont véritablement corrompus et à la solde du pouvoir inique.

Si on doit cependant peser le pour et le contre, il faut tout de même rappeler que les citoyens et les citoyennes dans la plupart des pays du monde sont beaucoup mieux informés qu'avant, malgré les effets très négatifs que peuvent produire les effets des algorithmes sur des publics les plus radicaux.

Justement, l'Union Européenne se veut précurseur en ce qui concerne la régulation des plateformes en ligne et des réseaux sociaux. Deux règlements sont sur les rails. Le DSA d'une part (pour Digital Services Act) aura pour effet d'apporter un cadre réglementaire général des plateformes en ligne. Un règlement sur la transparence et le ciblage de la publicité politique viendra d'autre part apporter certaines obligations de transparence aux médias en ligne et hors ligne. Une bonne chose selon vous ?

Ce qui est très positif dans ces règlements, c'est qu'ils imposeront aux plateformes, les plus grandes tout particulièrement (Méta, TikTok, etc.), d'être plus transparentes, sur la manière dont elles fonctionnent pour les utilisateurs et singulièrement sur leurs algorithmes. Il sera désormais plus simple de savoir pourquoi et par qui on est ciblé par un contenu informationnel et surtout publicitaire. Je trouve qu'ici, c'est un grand pas qui va permettre d'assainir le paysage numérique que l'on connaît aujourd'hui.

En revanche, les questions auxquelles touchent ces règlements sont très sensibles et flirtent avec la liberté d'expression, véritable pilier de nos démocraties. Il faudra redoubler de prudence, notamment quand on envisage la question du périmètre de la régulation des contenus d'information. À partir de quand on considère qu'il s'agit d'une désinformation ? Surtout que dans la plupart des cas ces contenus n'ont rien d'illicite et relèvent de l'opinion. Que met-on dans le panier de la désinformation ? Pour le moment, la définition retenue dans le Code des bonnes pratiques de lutte contre la désinformation de 2022 est selon moi trop extensible et problématique dans la mesure où elle rompt avec un consensus fermement établi : celui du caractère volontairement trompeur du contenu mis en circulation. L'erreur et la bonne foi sont mises sur le même plan que la manipulation. Il faudra donc voir dans la pratique comment la Commission Européenne et les plateformes réguleront concrètement les phénomènes de désinformation dans le cadre du DSA.

À côté de ces règlements, ce qui m'inquiète aujourd'hui, c'est plus la multiplication de plateformes en ligne ultra radicales vers lesquelles glissent de plus en plus les internautes déçus ou simplement bannis des plateformes traditionnelles. Ces plateformes (citons par exemple Odysee, Minds, Gab ou encore BitChute) se professionnalisent de plus en plus et sont de plus en plus attractives pour les milieux radicaux qui se font une fierté de quitter les réseaux socionumériques traditionnels. Elles ont aussi la particularité de fonctionner sur le principe de la blockchain et sont donc par définition et conception incontrôlables et la radicalité de parole en est d'autant plus renforcée. Enfin, l'usage des crypto monnaies, dont Monero, y devient la norme. Bref, la déplateformisation des acteurs radicaux des réseaux socionumériques ne fait que déplacer le problème de la désinformation ou de la haine en ligne.

Organisation des nations unies MÉDIAS – (DÉS)INFORMATION – SÉCURITÉ

Les usines à trolls

Qu'est-ce qu'une usine à trolls?

Dans le domaine des communications sur internet, un troll désigne une personne cherchant délibérément à engendrer des polémiques, par exemple en abordant un sujet controversé ou en s'en prenant aux autres participants. Une usine à trolls, quant à elle, est une entité se livrant à des activités de désinformation et de propagande sur internet, le plus souvent sous couvert d'un nom passe-partout, comme « agence de relations publiques » ou « centre de recherche internet ». En général, les opérations des usines à trolls s'inscrivent dans la sphère politique ou économique, et ont pour but de discréditer des adversaires politiques, de nuire à une entreprise concurrente ou d'effectuer toute autre action demandée par un commanditaire. Pour parvenir à leurs fins, les usines à trolls utilisent entre autres les infox et les discours haineux.

Origines

Le terme « usine à trolls » a commencé à se répandre dans la presse en 2015, lorsque des journalistes ont révélé l'existence d'une telle entreprise, employant 300 personnes, à Saint-Pétersbourg. Opérant sous le nom de Internet Research Agency, et dirigée par l'oligarque Ievgueni Prigojine, celle-ci publiait sur internet, principalement sur les réseaux sociaux, des messages faisant l'éloge du président russe Vladimir Poutine et critiquant les pays qui ne soutiennent pas la Russie. Les campagnes lancées par cette usine à trolls ont dans un premier temps été associées à l'annexion de la Crimée, puis à l'élection présidentielle américaine. Comment fonctionne une usine à trolls?

Les employés des usines à trolls créent de fausses identités pour lesquels ils génèrent des profils sur les réseaux sociaux. Pour rendre ces profils plus crédibles et ainsi renforcer l'impression d'authenticité, ils publient non seulement des messages servant les objectifs de l'usine, mais également du contenu ayant trait à la « vie privée » de la personne fictive. Ils utilisent des photographies provenant de stocks prêts à l'emploi, modifiées de manière à berner les moteurs de recherche. Sachant que les usines à trolls emploient des centaines de personnes et que chaque employé gère plusieurs profils, il ne leur est pas très difficile de former un « maillage » reliant ces profils entre eux et projetant ainsi une apparence de réalité. Plus un profil se maintient longtemps, plus il fera illusion. Les employés travaillent souvent en équipe afin de produire des messages 24 heures sur 24.

Que fabrique une usine à trolls?

Une usine à trolls produit entre autres :

- de faux profils de réseaux sociaux ;
- des sites web entiers destinés à soutenir les opérations de trollage ;
- des messages publiés sur les réseaux sociaux ainsi que sur des sites web, des blogs, etc.

Les employés des usines à trolls ne font pas que créer des messages : ils répondent aussi aux commentaires, participent à des discussions en ligne et lancent parfois des controverses afin d'accroître le réalisme des profils fictifs via lesquels ils diffusent leur contenu.

Trolls professionnels et trolls amateurs Les usines à trolls travaillent selon un programme, suivant les recommandations d'un commanditaire qui finance la publication de certains types de messages et de commentaires sur internet. Leurs activités sont rémunérées et régies par des instructions venant d'une hiérarchie. Le contenu qu'elles génèrent parvient ensuite à des «

volontaires » qui prennent le relais de leurs opérations de propagande et de désinformation de leur plein gré, sans compensation, parce que les messages qu'ils retransmettent sont conformes à leurs opinions politiques, à l'idéologie qu'ils soutiennent, etc.

Trollage sur internet et bots

Dans leurs activités, les trolls sont également appuyés par des bots, c'est-à-dire des programmes qui

envoient automatiquement des messages, notamment en réponse à l'apparition de certains mots-clés. Ces bots sont toutefois moins fiables, car le subterfuge est en général facilement détectable (erreurs de langage, même message envoyé plusieurs fois, etc.), tandis que les usines à trolls ont tendance à diffuser du contenu plus réaliste, ce qui fait qu'elles sont dès lors plus efficaces dans leurs activités de désinformation.

La lutte contre les trolls sur internet

Les grandes entreprises que sont Facebook, Google et Twitter, entre autres, ont rejoint le combat contre les activités des usines à trolls, notamment en s'attellant à la suppression des comptes factices. Twitter et Facebook ont ainsi fait obstacle à une campagne soutenue par les autorités chinoises qui visait à mener des opérations de propagande concernant les manifestations de 2019 à Hong Kong. Le trollage sur internet a pris des proportions titanesques, comme le démontre par exemple le fait que Twitter ait supprimé, rien qu'en 2018, 2 000 000 de comptes fictifs.

Bibliographie

Aro, J. (2016), *The Cyberspace War: Propaganda and Trolling as Warfare Tools*, *European View*, (15), 121–132.

Bernal, P. (2018), *The Internet, Warts and All: Free Speech, Privacy and Truth*, Cambridge University Press, Cambridge.

Lehto, M., Neittaanmäki, P. (Eds.) (2018), *Cyber Security: Power and Technology*, Springer, Cham.

Duskaeva, L.R., Konyaeva, L.R. (2016), *Trolling in Russian Media*, *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict*, (4), 58–67.

Karpan, A. (2018), *Troll Factories: Russia's Web Brigades*, Greenhaven Publishing, New York.

Extrait de « **Les lumières à l'ère numérique** » rapport de la commission présidée par **GÉRALD BRONNER** janvier 2022
(...)

Synthèse

La révolution numérique bouleverse nos modes de vie, nos économies et nos pratiques sociales. Elle transforme aussi en profondeur notre rapport à l'information. En effet, nous sommes aujourd'hui confrontés à une masse inédite d'informations disponibles et à une concurrence généralisée des points de vue, qui s'expriment sans filtre et selon une logique peu intelligible pour les utilisateurs du web et des réseaux sociaux. Cette saturation et cette dérégulation du marché de l'information en ligne mettent à rude épreuve nos capacités de vigilance épistémique, ce qui nous rend davantage perméables aux fausses informations.

Désinformation, mésinformation, infox, fake news, théories du complot... Les vocables se multiplient pour désigner ces fausses nouvelles qui circulent en ligne et sont susceptibles d'influencer nos attitudes, nos comportements, mais aussi notre représentation du monde environnant, au risque de faire émerger des réalités parallèles incommensurables et disparaître l'espace épistémique commun nécessaire à la confrontation des opinions, des idées et des valeurs, autrement dit, à la vie démocratique.

Certaines de ces désinformations, nous le verrons, relèvent d'ailleurs d'authentiques ingérences numériques étrangères, émanent d'acteurs qui cherchent à manipuler nos opinions, encourager la violence et la haine ou déstabiliser notre société à des fins stratégiques.

Notre commission avait pour mandat, premièrement, d'établir de manière synthétique l'état des connaissances sur les désordres informationnels à l'ère numérique et sur les perturbations de la vie démocratique qu'ils engendrent et, deuxièmement, de proposer des recommandations pour y faire face. Chercher à agir contre la désinformation comporte le risque de porter atteinte à des valeurs essentielles de notre démocratie, telles que les libertés d'expression, d'opinion ou d'information. C'est avec le souci de la préservation de ces libertés que notre commission a travaillé. Nos recommandations ne visent dès lors pas à éradiquer les désordres informationnels – ce qui ne serait bien entendu ni possible, ni souhaitable –, mais à limiter la propagation des contenus qui nuisent à la vie démocratique, dissuader les comportements malveillants, sanctionner les pratiques illicites, améliorer la prévention des risques et renforcer la vigilance des utilisateurs.

La compréhension des mécanismes psychosociaux (chapitre I) qui nous rendent perméables aux fausses informations nous éclaire sur les leviers permettant d'en limiter les effets. Les fausses informations sont minoritaires parmi les contenus informationnels en circulation sur Internet et les réseaux sociaux et nous sommes généralement capables de les distinguer des informations fiables. Pourtant, certaines d'entre elles parviennent à se frayer un chemin dans les esprits et sont alors susceptibles d'entraîner des conséquences dommageables tant pour les individus concernés que pour la société. La configuration des réseaux sociaux, où les informations sont noyées dans une masse de contenus de divertissement, ne nous encourage nullement à la vigilance cognitive, rempart pourtant essentiel à la crédulité. D'où notre recommandation de développer la formation à l'esprit critique (R27 et R29). En effet, la recherche académique montre que faire preuve d'un esprit analytique capable de résister à certaines de nos intuitions immédiates est une compétence centrale pour distinguer le vrai du faux, en particulier sur Internet et les réseaux sociaux. Nous recommandons par ailleurs d'investir dans la recherche scientifique (R1) et de pousser les plateformes numériques à ouvrir leurs données aux chercheurs (R20), car les connaissances sur la prévalence de la désinformation en ligne (particulièrement en France), sur ses effets ainsi que sur les mécanismes par lesquels elle affecte les individus demeurent lacunaires. Finalement, nous attirons l'attention sur le fait que la lutte contre la désinformation dans notre pays ne pourra porter ses fruits que si médias et institutions, en tant qu'autorités épistémiques, travaillent à retisser un lien de confiance avec l'ensemble des citoyens.

Certaines logiques algorithmiques (chapitre II), sans être responsables de nos croyances ou nos comportements, contribuent toutefois à les façonner. Nous nous sommes penchés sur trois de ces logiques en particulier : l'éditorialisation algorithmique, qui désigne la manière dont les algorithmes organisent à la fois l'ordre et la fréquence d'apparition des informations selon leur capacité à capter l'attention ; le calibrage social, ou la façon dont les réseaux sociaux altèrent la perception de la représentativité et de la popularité de certains points de vue ; enfin, l'influence asymétrique rendant possible la prévalence de certains discours extrêmes et minoritaires. Nous proposons donc une série de mesures visant à améliorer le design des interfaces utilisateurs (R2) et lutter contre le biais de popularité (R3) pour sortir d'une logique algorithmique fondée sur un modèle strictement commercial ; responsabiliser les influenceurs (R4) dotés d'une grande visibilité numérique ; mettre en avant les compétences (R5) et encourager le dialogue entre plateformes et scientifiques (R6) pour mieux refléter l'état des connaissances ; enfin, se prémunir contre le risque de sur-modération (R7) en analysant plus finement les signalements d'utilisateurs.

L'un des moteurs majeurs de la désinformation est le profit. L'étude de l'économie des infox (chapitre III) démontre que la publicité programmatique constitue une source de revenus substantielle pour les artisans de la désinformation. Et ce, bien souvent à l'insu des entreprises ayant recours à des agences pour diffuser leurs campagnes et dont les publicités se retrouvent sur des sites propageant des contenus haineux, conspirationnistes ou susceptibles de troubler la paix publique. C'est pourquoi nous proposons de responsabiliser les acteurs de la publicité programmatique (R8). Les plateformes participatives ou les chaînes YouTube monétisées permettent également de récolter des financements, d'où la proposition d'encourager les bonnes pratiques mises en œuvre par les plateformes pour éviter de participer indirectement au financement de projets se compromettant avec l'incitation à la haine ou la propagation de la désinformation (R9). Enfin, les sites de presse généraliste ont fréquemment recours à des liens sponsorisés renvoyant vers des sites « pièges à clics », bien souvent pourvoyeurs de fausses informations, notamment en matière de santé.

L'autre moteur majeur de la désinformation est la compétition stratégique. Le durcissement du contexte géopolitique mondial entraîne une logique d'affrontement permanent qui caractérise la conflictualité à l'ère numérique. Cette logique se traduit par des opérations d'ingérences numériques étrangères (chapitre IV). Elle conduit à l'émergence de menaces de plus en plus hybrides qui ont perturbé les campagnes présidentielles aux États-Unis depuis 2016 et ont aussi touché la France. D'où l'importance d'analyser les campagnes de désinformation passées, afin de protéger l'intégrité des prochains processus électoraux (R10). Ces manœuvres informationnelles se sont internationalisées au cours des deux dernières années avec la crise sanitaire, appelant à la création d'un mécanisme de gestion de crise à l'échelle européenne (R14). Ces menaces impliquent une grande diversité d'acteurs et de modes opératoires, ce qui en complique la compréhension, la détection et la prévention. Leur analyse exige un accès aux données des plateformes par les chercheurs (R20) et un partage de données structurées entre les acteurs qui étudient ces phénomènes (R11). Le droit international est un levier peu efficace pour y répondre. C'est pourquoi nous recommandons un régime de coopération exigeante avec les plateformes (R15) et la création d'un groupe de travail à l'OCDE dans un esprit de co-régulation. Enfin, la militarisation de l'espace numérique se traduit par une prolifération des opérations informationnelles. Or l'espace numérique est ultra-dynamique et partagé entre tous les acteurs. Il en résulte d'importantes interactions entre les mondes civil, économique et militaire qui brouillent les notions de théâtre intérieur/extérieur et produisent des effets qui, à leur tour, alimentent la menace. Pour ces raisons, la commission recommande de solliciter l'avis du Comité d'éthique de la défense sur la doctrine française de lutte informatique d'influence (R13) et la création d'un mécanisme de gouvernance numérique interministérielle qui tiennent compte des interactions multiples propres à ce domaine partagé (R12).

En matière de droit et numérique (chapitre V), l'étude des dispositions juridiques pouvant potentiellement être utiles pour prévenir ou sanctionner les différentes formes de désinformation (au sens de la diffusion de mauvaise foi de fausses nouvelles) incitent à ne pas modifier ou remplacer l'actuel article 27 de la loi de 1881 sur la liberté de la presse (R16 et R17). En revanche, la sanction pénale pourrait être complétée par un mécanisme de mise en cause de la responsabilité civile des diffuseurs de mauvaise foi de fausses nouvelles pouvant porter préjudice à autrui, responsabilité qui pourrait notamment être proportionnée au niveau de viralité de la diffusion et de la popularité numérique de son auteur (R18). Les délais de procédure judiciaire, en particulier pour obtenir une décision définitive au fond, demeurent largement inadaptés à la réaction rapide qu'exige la diffusion virale de certaines fausses nouvelles. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel, qui va devenir l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique au 1^{er} janvier 2022, sera chargé de veiller au respect par les plateformes de leurs obligations de retrait rapide de certains contenus illicites graves et dispose d'ores et déjà d'une compétence plus générale de lutte contre la diffusion de fausses nouvelles. On peut estimer qu'il manque au moins une procédure formalisée de signalement auprès de la future ARCOM qui soit ouverte à tout citoyen (R19) afin de faire connaître a posteriori à l'ARCOM les difficultés rencontrées dans la prise en compte de la réclamation par la plateforme ou, au contraire, les cas de retrait unilatéral d'un contenu qui ne justifiait pas une mesure aussi radicale, afin que la plateforme lui apporte une réponse appropriée. Enfin, dans le cadre de la loi européenne sur les services numériques, pour responsabiliser les plateformes, la commission propose d'introduire explicitement une disposition qui reconnaît que les fausses nouvelles susceptibles de troubler l'ordre public constituent des contenus répréhensibles (R21), de mettre en place un organe d'expertise extérieur pour coopérer avec les plateformes (R22) et de créer un régime de co-régulation entre plateformes, régulateurs et société civile (R23).

Enfin, face aux perturbations informationnelles si complexes à juguler, la meilleure réponse est sans doute la modération individuelle, puisque tout un chacun est devenu un opérateur sur le marché en ligne de l'information. Les connaissances en matière d'éducation aux médias et à l'information (EMI) et de pédagogie de l'esprit critique (chapitre VI) ouvrent des pistes pour nous aider à mieux évaluer cette cacophonie d'information, avec une indépendance de jugement retrouvée. L'Éducation nationale, en ce sens, a un rôle essentiel à jouer. Les initiatives en la matière sont cependant disparates, d'où la nécessité de créer une cellule interministérielle dédiée au développement de l'esprit critique et d'une EMI tout public (R24). Une meilleure compréhension des difficultés cognitives expérimentées par les élèves permettrait également de mieux adapter les contenus pédagogiques (R25). L'éveil à ces enjeux pourrait passer par la création d'une Grande Cause nationale pour le développement de l'esprit critique et l'EMI (R26), la systématisation de la formation en milieu scolaire (R27) et des actions de sensibilisation menées auprès des autorités scolaires au sein des établissements et des rectorats, ainsi qu'auprès des élus locaux, des collectivités locales et des responsables de bibliothèques (R28).

Enfin, il est important de créer un continuum entre le temps scolaire, l'université, le monde culturel, le monde du travail et la société civile (R29). In fine, la formation à la vigilance intellectuelle doit être un objectif partagé pour toute société attachée à faire vivre l'héritage du siècle des Lumières et les espoirs qu'il portait.

En conclusion, une réflexion prospective nous fait entrevoir de nouvelles questions qui surgiront demain. Le concept de métavers, notamment, esquisse un univers où nous serons immergés dans une confusion croissante entre les mondes réels et virtuels, et nécessite une réflexion éthique (R30).

Notre rapport avait pour seule ambition de penser, dans l'urgence, des solutions pour juguler un problème amplifié, voire transformé par le numérique. Ce travail ne nous exonère en rien de la réflexion collective que nous devons mener en parallèle pour penser quelle société et quelle démocratie nous souhaitons construire dans ce monde numérique en devenir.

DE L'UTILITÉ DE LA NOTION DE POST-VÉRITÉ

Gil Delannoï

La fulgurante apparition du mot «post-vérité» nous interroge sur la nouveauté de ce qui est désigné. Simple habillage new look de l'habituel mensonge? Sorte de manipulation auparavant inconnue? Intox et approximation empruntant à ces deux hypothèses? La discussion s'inscrit dans le contexte politique très particulier des années 2016-2017, généralement qualifié de «populiste».

Post-vérité traduit post-truth, en référence à «des circonstances dans lesquelles les faits objectifs ont moins d'influence pour modeler l'opinion publique que les appels à l'émotion et aux opinions personnelles», selon l'Oxford Dictionary de 2016. Le néologisme date des années 2000. Il y accompagna la montée en puissance d'Internet et des nouveaux médias internautes. Il ne s'est vraiment répandu qu'après le Brexit au Royaume-Uni et l'élection de Trump aux États-Unis. Oui, les médias sont nouveaux, mais le procédé ne l'est pas pour autant: vérité et mensonge et l'ombre qui les séparent sont nés avec la politique et le langage. Défions-nous de la tendance à appeler propagande seulement la propagande qui nous déplaît. Partons de ces leçons classiques:

«Chacun tourne en réalités,
Autant qu'il peut, ses propres songes
L'homme est de glace aux vérités,
Il est de feu pour les mensonges.»
(Le Statuaire et la Statue de Jupiter, IX, 6.)

Et encore:

«Ne nous moquons point, nous nous laissons séduire
Sur aussi peu de fondement,
Et chacun croit aisément
Ce qu'il craint et ce qu'il désire.»
(Le Loup et le Renard, XI, 6.)

La fabuliste a raison. Le moraliste confirme:

«Il n'y a rien que la crainte et l'espérance ne persuadent aux hommes» (Vauvenargues).
Crainte et espoir sont les deux émotions, les deux passions, les deux raisons politiques inévitables, indispensables. Périclès le disait, selon Thucydide; on l'a répété, depuis Aristote jusqu'à Hobbes, de Montesquieu jusqu'à Weber dans Le Savant et le Politique. Elles sont aussi, comme on le sait depuis Épicure, «maîtresses d'erreur et de fausseté».

(.....)

Évaluations et définitions

La notion de post-vérité doit-elle être prise au sérieux? Qu'apporte ou que dérange ce nouveau post qui vient couronner les dernières décennies fertiles en différents post et phobe? Est-ce la déconstruction finale ou, en retour de bâton, un refus de la déconstruction? L'étiquette post se retournerait-elle contre elle-même, devenue elle-même «postvéritable»? Voici trois approches plausibles: l'une prenant au sérieux le nouveau terme, la suivante le rejetant comme confus, la troisième le considérant comme symptôme.

(...)

La même ambiguïté règne dans le traitement corrigé de l'histoire. On n'y remplace pas le passé mais on le rectifie. Il va de la liberté de l'esprit que l'histoire puisse être révisée à chaque génération. Mais, en accordant trop à la rectitude du présent, le risque de produire des faits alternatifs passés surgit là aussi. Dire qu'un même acte de harcèlement ou de viol est un crime dans certains cas et un acte politique dans d'autres est typique du fait alternatif. La suggestion de renommer le nom des rues d'une ville pour arriver à la parité des genres relève également du fait alternatif. Le souci de parité des sexes est aussi légitime au présent que douteux s'il pousse à tout réécrire. Faire plus de place aux femmes dans l'histoire du passé ne peut aboutir à leur donner une importance aussi grande dans le poids du passé. Ce serait d'ailleurs une contradiction dans les termes pour le mouvement féministe. Il est bon de connaître Olympe de Gouges, mais si cela revient à substituer son existence à celle de Mirabeau, auteur du préambule de la Déclaration de 1789, dont Olympe s'inspira, voilà un fait alternatif. Au fil des ans, parmi les étudiants, j'ai constaté que la notoriété d'Olympe de Gouges croît en proportion inverse de celle de Mirabeau. Comme dans la vérité complémentaire de la bouteille à moitié vide et à moitié pleine, la vérité historique consiste à voir ces deux personnes dans la Révolution et non l'une au détriment de l'autre.

AVIS DIVERS COMMISSION D'ENRICHISSEMENT DE LA LANGUE FRANÇAISE

Recommandation sur les équivalents français à donner à l'expression fake news
NOR : CTNR1826048K

Portée par l'essor des médias sur la toile et l'activité des réseaux sociaux, l'expression anglo-saxonne fake news, qui désigne un ensemble de procédés contribuant à la désinformation du public, a rapidement prospéré en français.

Voilà une occasion de puiser dans les ressources de la langue pour trouver des équivalents français. Lorsqu'il s'agit de désigner une information mensongère ou délibérément biaisée, répandue par exemple pour favoriser un parti politique au détriment d'un autre, pour entacher la réputation d'une personnalité ou d'une entreprise, ou encore pour contredire une vérité scientifique établie, on pourra recourir au terme « information fallacieuse », ou au néologisme « infox », forgé à partir des mots « information » et « intoxication ».

On pourra aussi, notamment dans un cadre juridique, utiliser les termes figurant dans la loi de 1881 sur la liberté de la presse ainsi que dans le code électoral, le code pénal ou le code monétaire et financier : « nouvelle fausse », « fausse nouvelle », « information fausse » ou « fausse information ».

En tout état de cause, la Commission d'enrichissement de la langue française recommande l'emploi, au lieu de fake news, de l'un de ces termes, choisi en fonction du contexte.

DÉSINFORMATION, NON-INFORMATION OU SUR-INFORMATION ?

Les logiques d'exposition à l'actualité en milieux étudiants
DOI: 10.3917/res.222.0023 via Julien BOYADJIAN

Les réseaux sociaux apparaissent aujourd'hui comme le premier moyen d'information des jeunes. En France, d'après une étude de Médiamétrie (2018), 71 % des 15-34 ans déclarent utiliser quasi quotidiennement les réseaux sociaux pour s'informer, devant les journaux télévisés (49 %), les flashes infos des radios musicales (33 %), ou encore la presse quotidienne, y compris en ligne (29 %). Néanmoins, les réseaux sociaux ne constituent un moyen exclusif d'information que pour une infime minorité de cette génération : les 15-34 ans utilisent en moyenne 4 moyens d'information. Seuls 3 % des 18-24 ans déclarent s'informer uniquement par les réseaux sociaux (IFOP, 2017). Pour autant, cette réalité nouvelle génère un certain nombre d'inquiétudes, largement relayées et débattues dans les arènes politiques et médiatiques. Facebook et Twitter apparaissent comme les principaux supports sur lesquels sont diffusées et relayées (ou sur lesquels se « propagent ») les « fake news » (infox), rumeurs, et autres éléments de désinformation produits par un certain nombre d'acteurs mal intentionnés, dont certains opèrent depuis l'étranger (pour une analyse critique et contextualisée, voir par exemple Benkler et al., 2018).

Un certain nombre de travaux universitaires, assez récents, sont venus cependant relativiser, voire invalider ces hypothèses en apportant des éléments d'objectivation précis sur le profil des utilisateurs les plus exposés aux « fake news » (Allcott et Gentzkow, 2017 ; Guess et al., 2018 ; Grinberg et al., 2019). Il apparaît que l'âge ne constitue pas la variable la plus discriminante en matière d'exposition et de partage d'infox, et, plus encore, que les jeunes ne sont pas les plus vulnérables à ce phénomène.

(...)

LES JEUNES, DES HYPERCONNECTÉS ?

Depuis la fin des années 1990 et le tournant grand public d'internet, les jeunes apparaissent comme précurseurs dans l'usage des nouveaux moyens d'information numériques. Les grandes tendances qui caractérisent aujourd'hui la consommation d'informations dans l'ensemble de la population étaient ainsi perceptibles dès les années 2000 chez les jeunes générations : chute de la lecture de la presse écrite papier, moindre écoute de la radio et de la télévision au profit d'internet, émergence des médias sociaux comme moyens d'information, etc. En 2017 selon l'IFOP, les 18-24 ans se différencient toujours, malgré tout, du reste de la population française par leur plus faible consommation de la télévision (32 % contre 44 % pour l'ensemble de la population) et de la radio (8 % contre 15 %) comme moyens d'information, et, a contrario, par leur usage plus intense d'internet et des réseaux sociaux (51 % contre 29 %). Les problématiques associées à ces nouvelles manières de s'informer se posent alors avec une acuité particulière concernant les jeunes internautes, précisément en raison du caractère précurseur de leur consommation. Il en va ainsi des « bulles de filtres ». Popularisée au début de la décennie 2010 par l'essayiste américain Eli Pariser (2011), cette notion (« filter bubble » en anglais) – prolongeant l'idée de « chambre d'écho » de Sunstein (2001) – entend rendre compte d'un effet inhérent aux médias sociaux (Facebook, Twitter, etc.), et plus largement aux « infomédiaires » (Google, etc.), à savoir le fait d'exposer, par l'intermédiaire d'algorithmes « prédictifs », les usagers de ces plateformes à des contenus jugés a priori en accord avec leurs goûts et leurs opinions ; le modèle publicitaire et économique des « géants du Web » reposant sur l'exploitation algorithmique des données personnelles de leurs utilisateurs, afin de leur proposer des contenus – y compris publicitaires – « ciblés ». Pour Pariser, ces « bulles de filtre » constitueraient une réelle menace pour la démocratie et le lien social, en enfermant les internautes dans un univers informatif et intellectuel qui les isolerait des citoyens aux opinions différentes des leurs, polarisant et fragmentant ainsi un peu plus l'espace public. Les victoires relativement inattendues du Brexit au Royaume-Uni ou de Donald Trump ont depuis lors

convaincu nombre de journalistes et d'éditorialistes de la justesse de l'analyse de Pariser. Une menace jugée d'autant plus forte en raison de la propagation grandissante des « fake news » sur ces mêmes espaces. Ainsi, durant la campagne présidentielle américaine, les vingt infox les plus partagées sur Facebook l'auraient été plus de 8 millions de fois (d'après les chiffres du site Buzzfeed, rapportés par Cardon, 2019) ; certaines études mettant même en avant que les « fake news » les plus populaires auraient été plus largement partagées que les actualités issues de sources « légitimes » (Silverman, 2016) ; voire, plus grave encore, qu'une part significative des individus exposés à ces fausses informations auraient tendance à les croire (Silverman et Singer-Vine, 2016) ; et d'autres enfin d'en conclure que Donald Trump n'aurait pas été élu sans ces opérations de désinformation (voir par exemple Parkinson, 2016 ; Dewey, 2016).

Cependant, d'autres travaux tout aussi récents fournissent des éléments d'objectivation qui invitent à relativiser sensiblement la portée du phénomène, à l'instar de l'article de Nir Grinberg et ses collègues, paru en 2019 dans la revue Science (article qui a bénéficié d'un écho médiatique tout à

fait inhabituel pour un article scientifique, preuve sans doute d'une volonté d'obtenir des éléments de connaissance dépassionnés sur le sujet). Il ressort de cette enquête que seuls 5 % des articles politiques partagés sur Facebook proviendraient de sources considérées comme divulguant des

« fake news », et que 1 % des membres du panel auraient consommé près de 80 % des « fake news » recensées. Les plus gros consommateurs d'infox formeraient ainsi une toute petite minorité d'utilisateurs de Facebook, et présenteraient de surcroît un profil sociologique tout à fait particulier : âgés, politisés et proches du camp républicain. Contrairement à une pré-notion répandue, les plus importants consommateurs de « fake news » ne seraient en effet pas les plus jeunes (ou les moins politisés), mais au contraire les internautes les plus âgés (et les plus politisés) : les plus de 65 ans ont ainsi diffusé 7 fois plus de fausses nouvelles que les jeunes de 18 à 29 ans sur le réseau social. Ainsi, constater que 1) les jeunes s'informent massivement sur les réseaux sociaux et que 2) des centaines de milliers de « fake news » circulent sur ces mêmes réseaux, ne suffit pas à conclure que 3) les jeunes seraient les plus menacés par le phénomène de désinformation : cela reviendrait à commettre une grossière erreur d'inférence écologique (Robinson, 1950)