

CONCOURS EXTERNE DE BIBLIOTHÉCAIRE TERRITORIAL

SESSION 2026

ÉPREUVE DE NOTE

ÉPREUVE D'ADMISSIBILITÉ :

Rédaction d'une note de synthèse, établie à partir d'un dossier portant au choix du candidat exprimé au moment de l'inscription :

- soit sur les lettres et les sciences humaines
- soit sur les sciences exactes et naturelles et les techniques
- soit sur les sciences juridiques, politiques ou économiques

Durée : 4 heures

Coefficient : 2

SCIENCES JURIDIQUES, POLITIQUES ET ECONOMIQUES

À LIRE ATTENTIVEMENT AVANT DE TRAITER LE SUJET :

- ♦ Vous ne devez faire apparaître aucun signe distinctif dans votre copie, ni votre nom ou un nom fictif, ni initiales, ni votre numéro de convocation, ni le nom de votre collectivité employeur, de la commune où vous résidez ou du lieu de la salle d'examen où vous composez, ni nom de collectivité fictif non indiqué dans le sujet, ni signature ou paraphe.
- ♦ Sauf consignes particulières figurant dans le sujet, vous devez impérativement utiliser une seule et même couleur non effaçable pour écrire et/ou souligner. Seule l'encre noire ou l'encre bleue est autorisée. L'utilisation de plus d'une couleur, d'une couleur non autorisée, d'un surligneur pourra être considérée comme un signe distinctif.
- ♦ Le non-respect des règles ci-dessus peut entraîner l'annulation de la copie par le jury.
- ♦ Les feuilles de brouillon ne seront en aucun cas prises en compte.

Ce sujet comprend 36 pages.

Il appartient au candidat de vérifier que le document comprend le nombre de pages indiqué.

S'il est incomplet, en avertir le surveillant.

Vous êtes bibliothécaire territorial, en poste à la médiathèque de Cultureville.

Dans le cadre d'une conférence-débat organisée à la médiathèque que vous devez animer, votre directrice vous demande de rédiger à son attention, exclusivement à l'aide des documents joints, une note sur la manipulation de l'information.

Liste des documents :

- Document 1 :** « French Response, le compte du Quai d'Orsay qui ridiculise Elon Musk sur sa propre plateforme » - W. Audureau - *lemonde.fr* - 16 janvier 2026 - 2 pages
- Document 2 :** « Les manipulations de l'information : un défi pour nos démocraties - introduction » - *Centre d'analyse, de prévision et de stratégie, Institut de recherche stratégique de l'École militaire* - Août 2018 - 9 pages
- Document 3 :** « Fact check : trois infox sur les infox » (extrait) - S. Yesilaltay, M. Berriche - *theconversation.com* - 5 mai 2020 - 2 pages
- Document 4 :** « Quatre remèdes à la désinformation » (extrait) - B. Kammerer - *Sciences humaines n° 346* - 9 mars 2022 - 2 pages
- Document 5 :** « Désinformation : soigner le mal à la racine par une réponse structurelle » - G. Darcy, A. Marie - *Les grands dossiers de diplomatie n° 87* - Août-septembre 2025 - 3 pages
- Document 6 :** « La ministre de la santé dévoile sa stratégie contre la désinformation médicale » - H. Morin - *lemonde.fr* - 15 janvier 2026 - 2 pages
- Document 7 :** « Elections municipales et communautaires 2026 : l'Afnic alerte sur les risques de désinformation en ligne » - V. Fauvel - *banquedesterritoires.fr* - 3 février 2026 - 1 page
- Document 8 :** Rapport de la commission « Les Lumières à l'ère numérique » (extrait) - *elysee.fr* - Janvier 2022 - 4 pages
- Document 9 :** « "Fausses nouvelles", mésinformation et propagande » (extraits) - *Media Defence* - Décembre 2020 - 4 pages
- Document 10 :** « Les Français redoutent de plus en plus l'impact des fake news » - M. Alcaraz - *lesechos.fr* - 15 janvier 2026 - 2 pages
- Document 11 :** « Comment éduquer aux médias et à l'information ? » (extrait) - S. Barbet - *Cahiers Français n° 435* - 2023 - 3 pages

Documents reproduits avec l'autorisation du C.F.C.

Certains documents peuvent comporter des renvois à des notes ou à des documents non fournis car non indispensables à la compréhension du sujet.

lemonde.fr
Par William Audureau
16 janvier 2026

French Response, le compte du Quai d'Orsay qui ridiculise Elon Musk sur sa propre plateforme

Depuis 2025, ce compte iconoclaste enchaîne les punchlines et les coups d'éclat sur le réseau social X. Une manière assumée de contrer les tentatives d'ingérence étrangère, qui convainc les experts, malgré des réserves quant à son utilité à long terme.

Nous sommes le 10 janvier 2026, et pour Elon Musk, c'est un samedi comme les autres. « Pourquoi le gouvernement britannique est-il si fasciste ? », questionne le multimilliardaire d'extrême droite dans un énième tweet incendiaire sur son réseau social X.

Le lendemain, un compte à seulement 37 000 abonnés le remet en place, d'une simple photo d'archive : celle de ce même M. Musk, effectuant ce qui ressemble à s'y méprendre à un salut hitlérien, le 20 janvier 2025.

La réponse cinglante fait fureur, et est vue 7,5 millions de fois sur le réseau de Musk. Ce compte X à la repartie assassine qui vient de l'humilier, c'est French Response, et il a une particularité : il appartient très officiellement au Quai d'Orsay.

« Faire pièce aux ingérences et à la désinformation »

Le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères (MEAE) assume : il a choisi de descendre dans l'arène. French Response est un compte de riposte, pour « faire pièce aux ingérences étrangères et à la désinformation », détaille une source diplomatique.

L'initiative a été lancée en septembre 2025. « Dans ce monde de prédation, si nous sommes faibles, nous apparaissions comme des proies. Pour être libre, il faut être craint », expliquait alors Anne-Marie Descôtes, secrétaire générale du MEAE. Elle présentait ce nouveau visage de la diplomatie française sur Internet comme « une arme de plus

pour contrer les arguments qui mettent à mal nos positions », face à la désinformation du Kremlin, d'Israël ou de la sphère trumpiste.

Ce tweet sur Musk ne doit rien au hasard : le patron de X est une cible désignée. Il promeut en effet « la haine, l'appel à l'insurrection et à la violence au nom d'un racisme assumé », et cherche à « détruire les institutions démocratiques européennes », juge une source diplomatique. Dans une logique que les experts en relations internationales appellent depuis quelques années « sécuritisation », ses tweets sont désormais considérés « comme une menace et un enjeu de sécurité » qui justifie une réponse hors-norme, explique Maxime Audinet, titulaire de la chaire « stratégies d'influence et de contre-influence en contexte numérique » à l'Inalco.

Une nouvelle grammaire diplomatique

Depuis six mois, le Quai d'Orsay a ainsi adopté une nouvelle posture : œil pour œil, troll pour troll. French Response, qui est animé à la fois par des diplomates et des communicants, répond du tac au tac aux attaques qui visent la France. Pour ce faire, il use des codes d'Internet, d'humour et de causticité, une « nouvelle grammaire diplomatique » assumée par Anne-Marie Descôtes.



Exemple : le 13 janvier, un tweet du département de la sécurité intérieure américain dit les leaders européens en « *panique* » face aux pressions américaines sur le Groenland, photos d’Emmanuel Macron et Keir Starmer se portant la main au front à l’appui. « *L’Europe ne panique pas, l’Europe vérifie juste que ses tempes ne se dégarnissent pas* », ironise French Response en anglais, le lendemain.

« *La ligne rouge, c’est de ne pas entrer dans une logique manichéenne ou frontale, qui serait celle de nos adversaires. On cherche plutôt à mettre de la distance et montrer que l’on n’est pas effrayés* », explique une source diplomatique, en prenant l’exemple d’un émoji de

bâillement posté en réponse à un tweet agressif de Dmitri Medvedev.

« *J’étais circonspect, car cela revient à abaisser le débat public à du “tweet clash”, mais French Response a su reprendre tous les codes de la jeunesse, et tape juste* », se réjouit Nicolas Hénin, consultant en lutte contre la désinformation, rattaché à l’université de Manchester. « *D’un point de vue purement communicationnel, c’est un succès, estime aussi Maxime Audinet. Les réactions sont rapides, reprises, et suscitent énormément d’engagement.* »

Le Quai d’Orsay à l’école du Kremlin

L’initiative était déjà en germe au printemps 2025, quand des comptes malveillants avaient lancé la rumeur selon laquelle Emmanuel Macron aurait été filmé en possession d’un pochon de cocaïne – en réalité, un simple mouchoir en papier. « *Ceci est un mouchoir. Pour se moucher* », avait alors tancé le compte officiel de l’Elysée, dans un tweet au ton inhabituellement narquois. Depuis, French Response a pris le relais. « *L’idée derrière, c’est de pouvoir répondre à de la désinformation un peu sale sans avoir à dégrader un compte trop institutionnel, et de garder ce dernier au-dessus de la mêlée* », analyse Nicolas Hénin.

Signe d’une époque, cette forme de communication caustique est plutôt plébiscitée par les internautes, « *alors qu’elle aurait été jugée inadaptée il y a encore quelques années* », quand elle était l’apanage des régimes autoritaires, souligne Maxime Audinet : les diplomaties russe et chinoise ont été les premières à en faire un usage systématique, choquant à l’époque les chancelleries européennes. « *Il y a eu une adaptation des outils de réponse, qui ont l’avantage d’offrir plus de réactivité et plus de liberté de ton* », juge Alexandre Alaphilippe, directeur exécutif de l’ONG européenne EU DisinfoLab. Et ça marche. Le récent tweet sur le salut nazi d’Elon Musk est à ce jour le plus grand succès d’audience de French Response.

Une riposte cantonnée à un réseau déclinant

Des questions demeurent néanmoins sur l’intérêt à long terme de ce type d’initiative, centrée sur une seule plateforme. « *C’est une bonne réponse à apporter sur X, mais on peut se poser la question de savoir qui est encore dessus, et à qui ça parle* », nuance Alexandre Alaphilippe. Ses audiences ne font en effet que baisser, et il ne se situe plus qu’au quinzième rang des réseaux les plus consultés dans le monde.

Ce cloaque de la désinformation, sur laquelle des utilisateurs payent pour déshabiller des femmes non consentantes grâce à l’IA, n’apparaît plus très fréquentable. « *French Response devrait être la seule présence légitime du Quai d’Orsay sur X. Les autres comptes institutionnels n’ont plus rien à y faire* », tranche Nicolas Hénin, qui préconise une migration sur des réseaux moins toxiques, comme Bluesky. « *On ne peut pas se contenter de rester dans un espace contrôlé par Musk*, ajoute Alexandre Alaphilippe. *Il faut aussi soutenir le pluralisme et aider à améliorer l’écosystème informationnel.* »

L’armée allemande a ainsi quitté X il y a un an, après le nouveau soutien apporté par Elon Musk à l’AfD, parti d’extrême droite allemand. Mais le Quai d’Orsay entend y rester, « *afin de ne pas laisser le champ libre à ceux qui s’en prennent à nos institutions* », assume une source diplomatique. Moins dans une logique de lutte contre la désinformation, manifestement, que pour montrer les muscles.

Août 2018



La manipulation – par production, rétention ou déformation – est aussi vieille que l’information, c’est-à-dire que la vie en société, puisqu’elle lui est consubstantielle. Elle est partie prenante des ruses de guerre, qui ont toujours existé. Avant la bataille de Qadesh en 1274 avant notre ère, par exemple, les Hittites auraient utilisé de fausses informations transmises aux Égyptiens, pour influencer sur le sort du conflit. La manipulation de l’information est théorisée depuis l’Antiquité, au travers d’ouvrages comme l’*Arthashastra* indien du IV^e siècle avant notre ère, les *Dialogues* de Platon et la *Rhétorique* d’Aristote¹ ou encore, plus récemment, *L’Art de persuader* de Pascal (1660) ou *L’Art d’avoir toujours raison* d’Arthur Schopenhauer (1830). L’historien Robert Darnton montre comment ces fausses nouvelles ont bénéficié du développement de la presse écrite, notamment les brochures sensationnalistes françaises (« canards » parisiens) et anglaises aux XVII^e et XVIII^e siècles².

Ne serait-ce qu’au XX^e siècle, la désinformation a une longue histoire³, dont les *Protocoles des Sages de Sion* (1901) constituent un premier exemple fameux. Le totalitarisme a joué un rôle de catalyseur et la guerre froide a

1. Alexandre Koyré, *Réflexions sur le mensonge*, Allia, 2004.

2. Robert Darnton, « On retrouve tout au long de l’histoire l’équivalent de l’épidémie actuelle de “fake news” », *Le Monde*, 20 février 2017. Voir son article « The True History of Fake News », *The New York Review of Books*, 13 février 2017.

3. Vladimir Volkoff, *Petite Histoire de la désinformation*, Éd. du Rocher, 1999.

eu aussi son lot d'épisodes célèbres, avec les campagnes soviétiques voulant attribuer à un complot de la CIA l'assassinat de Kennedy (1963) ou l'épidémie du sida (opération Infektion, 1983-1987⁴). En 1962, le juriste et sociologue Jacques Ellul estime que la propagande « est devenue un phénomène très général dans le monde moderne⁵ ».

En dépit – ou peut-être à cause – de cette longue histoire, le sujet souffre d'une confusion terminologique évidente : il existe une profusion de termes utilisés comme synonymes, ou sans être préalablement définis, dont les principaux sont « propagande », « désinformation », *fake news* et « post-vérité » mais aussi tous types de « guerre » (de l'information, psychologique, politique, idéologique, subversive, hybride, etc.). C'est grâce à cette confusion que certains peuvent comparer RT avec la BBC ou France 24, par exemple, ou minorer le problème en expliquant que « tout est propagande ». Une clarification terminologique s'impose donc comme un préalable indispensable. Dans cette introduction, nous allons passer en revue différents vocables pour finalement défendre la terminologie qui nous semble le mieux adaptée à la situation, celle de « manipulation de l'information ». Il s'agit d'en cerner précisément les contours et de démontrer que la question n'est pas un faux débat, compte tenu de la grande capacité de nuisance et de l'efficacité de ces manipulations.

I. De quoi parle-t-on ?

Le sujet est traversé par une terminologie abondante et imprécise, mêlant des notions classiques (influence, propagande, désinformation) avec des néologismes (*fake news*, post-vérité, *fact-checking*) dont la multiplication « signale l'incapacité du vocabulaire existant à décrire un monde social en pleine transformation⁶ ». Partir sur de bonnes bases implique donc de commencer par faire le tri dans cette profusion de termes, pour écarter les plus vagues et proposer une définition précise du phénomène concerné.

– *Fake news* est l'expression la plus communément employée, y compris en français, où elle est parfois traduite par « fausses informations » alors qu'il faudrait plutôt parler d'informations falsifiées, contrefaites ou

4. Thomas Boghardt, « Operation Infektion: Soviet Bloc Intelligence and Its AIDS Disinformation Campaign », *Studies in Intelligence*, 53:4, 2009, p. 1-24.

5. Jacques Ellul, *Propagandes*, Armand Colin, 1962, p. 5.

6. Jayson Harsin, « Un guide critique des *Fake News* : de la comédie à la tragédie », *Pouvoirs*, n° 164, janvier 2018, p. 99.

forgées. Le terme a été popularisé par l'émission satirique américaine *The Daily Show* depuis 1999, qui assumait de truquer l'information pour faire rire, comme le journal *The Onion*. Cette première génération, humoristique, a duré une quinzaine d'années. Depuis la campagne présidentielle américaine de 2016, l'usage du terme a littéralement explosé (+ 365 % en 2017 selon le dictionnaire Collins qui l'a alors nommé « mot de l'année ») mais son acception a changé, dans un tournant « de la comédie à la tragédie⁷ ». Comme le groupe d'experts européen de haut niveau sur les fausses informations et la désinformation en ligne⁸, nous le rejetons pour au moins deux raisons : d'une part, parce qu'il est trop vague et ne permet pas de rendre compte du fait qu'une partie du problème vient aussi d'informations qui ne sont pas « fausses » à strictement parler. D'autre part, parce que le terme est devenu tellement galvaudé qu'il en vient parfois, et même chez certains chefs d'État, à désigner l'ensemble des nouvelles qu'ils n'aiment pas, et finalement à incarner une forme de populisme hostile à la liberté de la presse.

– La notion de « guerre politique » (*political warfare*), qui couvre l'ensemble des moyens non militaires et non létaux, ou même celle de son sous-domaine « guerre de l'information » (*information warfare*), sont trop larges et présentent la spécificité de militariser le champ informationnel et donc les études qui lui sont consacrées. C'est aussi le cas de « guerre hybride », notion répandue mais néanmoins confuse, qui désigne en réalité une guerre menée sur l'ensemble du spectre, du conventionnel à l'informationnel en passant par le cyber, les opérations clandestines et l'intimidation nucléaire⁹. Elle est donc encore plus large que les catégories précédentes, puisqu'elle articule le non-cinétique, dont l'informationnel relève, avec le cinétique.

– La « propagande », définie comme « une tentative d'influencer l'opinion et la conduite de la société de telle sorte que les personnes adoptent une opinion et une conduite déterminée¹⁰ », est également trop vague et, surtout, elle s'applique mal à notre objet, car elle implique la défense d'une vision du monde alternative, élément qui fait précisément défaut aux phénomènes actuels, essentiellement centrés sur le dénigrement des autres.

7. *Ibid.*

8. European Commission, *A Multi-Dimensional Approach to Disinformation, Report of the Independent High Level Group on Fake News and Online Disinformation*, mars 2018, p. 10.

9. Pour une critique du vocable de la guerre hybride et de sa prétendue nouveauté, voir Joseph Henrotin, *Techno-guérilla et guerre hybride : le pire des deux mondes*, Nuvis, 2014 et Élie Tenenbaum, *Le Piège de la guerre hybride*, Focus stratégique n° 63, IFRI, octobre 2015.

10. Jean-Marie Domenach, *La Propagande politique*, PUF, 1965, p. 8.

– L'« influence » et la « diplomatie publique » sont également très larges et, surtout, elles ne sont pas en soi problématiques – tous les États qui en ont les moyens ont des stratégies d'influence servies notamment par une diplomatie publique. Cela permet de répondre à l'argument commun selon lequel RT et Sputnik, par exemple, ne sont que les équivalents russes des grands médias occidentaux. La rédactrice en chef de RT répète que « Nous ne donnons pas le point de vue du Kremlin mais celui de la Russie, comme France 24 ou la BBC, qui montrent les valeurs de la France et de la Grande-Bretagne, ou Al-Jazeera pour le monde arabe¹¹ ». Or, ce qui est reproché à RT et à Sputnik n'est pas de faire de la diplomatie publique, mais de manipuler l'information, ce qui n'est pas la même chose.

– La « désinformation » est généralement définie comme la diffusion d'informations délibérément fausses ou trompeuses. Elle se distingue de la « mésinformation » (*misinformation*), qui n'est pas intentionnelle. Le problème bien entendu est que l'intention est rarement claire¹² et ne peut être que supposée. La désinformation reste le moins mauvais des vocables courants, mais il est à la fois trop large et trop étroit. Trop large car il inclut la désinformation bénigne, sans intention hostile, même si ses conséquences peuvent être réelles, comme en 1938 lorsqu'Orson Welles sema la panique aux États-Unis avec son adaptation radiophonique de *La Guerre des mondes*, qui amena la population à croire à une attaque extraterrestre. Diffuser intentionnellement de fausses informations n'est pas en soi problématique : nous devons nous concentrer sur celles qui ont un effet négatif ou au moins une intention hostile. En même temps, le concept est aussi trop étroit car tous les problèmes que nous rencontrons ne sont pas de la désinformation *stricto sensu*. Parfois, l'information n'est pas fausse mais simplement exagérée, ou biaisée, ou présentée de façon très émotionnelle comme peuvent le faire les tabloïds. L'information peut être manipulée de nombreuses manières, par la production, la diffusion et même la rétention d'informations. Tous les procédés n'impliquent pas une dichotomie entre le vrai et le faux. La plupart du temps, le manipulateur ne se positionne pas par rapport à la vérité : il cherche simplement à produire un effet. Pour cette raison, réduire le problème à de la désinformation est trompeur.

Pour rendre compte de cette complexité, certains, dont le groupe d'experts européen, définissent la désinformation comme désignant des

11. Margarita Simonian, alors rédactrice en chef de Russia Today et Sputnik, citée par Isabelle Mandraud, « Les médias, machine de guerre du Kremlin », *Le Monde*, 25 novembre 2015, p. 2.

12. Caroline Jack, *Lexicon of Lies: Terms for Problematic Information*, Data & Society Research Institute, 2017, p. 4.

« informations dont on peut vérifier qu’elles sont fausses ou trompeuses, qui sont créées, présentées et diffusées dans un but lucratif ou dans l’intention délibérée de tromper le public et qui sont susceptibles de causer un préjudice public » – une définition reprise dans différentes publications, dont un rapport gouvernemental irlandais et un rapport d’un groupe d’experts belge¹³.

Il nous semble préférable, car plus inclusif, d’utiliser le terme générique de « manipulation ». La manipulation est délibérée (elle suppose l’intention de nuire) et clandestine (ses victimes en sont inconscientes). Nous nous intéressons aux manipulations de l’information cumulant trois critères : une campagne coordonnée, de diffusion de nouvelles fausses ou sciemment déformées, avec l’intention politique de nuire.

La notion de campagne coordonnée renvoie moins à l’idée d’une opération orchestrée avec donneurs d’ordre et exécutants qu’à un faisceau d’indices indiquant qu’à travers plusieurs médias, se déroule simultanément un ensemble d’actions provenant de différentes sources humaines et non humaines tendant toutes à la diffusion d’un certain contenu problématique (Twitter, Facebook, blogueurs, repris par des institutionnels type ambassades, puis par des émetteurs type RT, Sputnik, WikiLeaks, etc.).

Nous avons donc fait le choix de mettre en avant l’intentionnalité politique de la campagne de manipulation de l’information comme critère déterminant. L’intention politique de nuire est entendue au sens large, et ne signifie pas que le champ soit limité aux affaires politiques ou nationales : la campagne peut vouloir saper la légitimité d’un processus électoral, ruiner la réputation d’une grande entreprise à l’international, ou encore vouloir susciter un environnement hostile pour une opération militaire extérieure.

Nous excluons de fait du champ d’étude de ce rapport les nombreuses manipulations de l’information dont l’intention n’est ni politique ni hostile.

En revanche, il ne faut pas distinguer trop nettement, comme on le fait parfois, les manipulations commerciales, dont l’intention serait de faire de l’argent, et qui pour cette raison sont souvent dépolitisées par ceux qui les analysent, des manipulations politiques, qui nous intéressent ici. Car non seulement les premières peuvent avoir, qu’elles le veuillent ou non, des effets politiques bien réels, mais les secondes peuvent aussi faire gagner

13. Government of Ireland, *First Report of the Interdepartmental Group on Security of Ireland’s Electoral Process and Disinformation*, prepared by the Department of the Taoiseach, juin 2018 et Alexandre Alaphilippe *et al.*, *Rapport du Groupe d’experts belge sur les fausses informations et la désinformation*, juillet 2018.

de l'argent aux médias, aux plateformes numériques, voire à des adolescents macédoniens¹⁴. Autrement dit, les intérêts politiques et économiques s'entremêlent.

Nous défendons l'expression « manipulations de l'information » dans des notes internes depuis début 2018. Le ministre de l'Europe et des Affaires étrangères Jean-Yves Le Drian l'a fait publiquement dans son discours du 4 avril et, en mai, un amendement à la proposition de loi actuellement à l'étude au Parlement a également permis de le renommer, passant d'une loi « contre les fausses informations » à une loi « relative à la lutte contre la manipulation de l'information ». La communication française est donc cohérente sur ce point.

II. Les manipulations de l'information, un enjeu mineur ?

En 2013, le Forum économique mondial avait identifié la « mésinformation » en ligne comme l'une des dix tendances à suivre en 2014¹⁵ – de façon prémonitoire puisque la désinformation a joué un rôle non négligeable dans la crise ukrainienne. Depuis, le sujet n'a cessé de croître. Tous les sondages confirment qu'il est une préoccupation majeure pour les populations, les journalistes, les ONG et les gouvernements dans le monde entier, qui reconnaissent les dommages que ces manipulations peuvent causer à la société¹⁶. Et cette prise de conscience ne fait que s'accroître, en étendue (davantage de pays s'y intéressent) comme en profondeur (les analyses sont toujours plus fouillées).

Cependant, il existe aussi une tendance répandue à minorer l'efficacité de ces manipulations, et donc l'importance du sujet. Cette tendance est moins visible dans les pays qui sont traditionnellement sensibilisés (Europe

14. Une enquête a révélé comment la ville de Veles, en Macédoine, était devenue une pépinière de fausses nouvelles et comment des jeunes, parfois adolescents, avaient de fait, sans aucune motivation politique, soutenu les pro-Trump dans la campagne américaine, tout simplement après avoir constaté que c'était la cause la plus profitable (les contenus pro-Trump étaient plus partagés, donc généraient plus de revenus publicitaires). Certains d'entre eux gagnaient ainsi près de 5 000 dollars par mois, dans un pays où le salaire moyen était à moins de 400 euros (Craig Silverman et Lawrence Alexander, « How Teens in the Balkans are Duping Trump Supporters with Fake News », *BuzzFeed News*, 4 novembre 2016). Aujourd'hui, certains d'entre eux produisent toujours des fausses nouvelles à la chaîne mais ils gagnent beaucoup moins d'argent car depuis la révélation de l'affaire ils ne peuvent plus vendre à Google.

15. World Economic Forum, *Outlook on the Global Agenda 2014*, 2013, p. 28-29.

16. Voir par exemple la dernière consultation publique conduite par la commission européenne sur les fausses nouvelles et la désinformation en ligne entre novembre 2017 et février 2018 (*Synopsis report* du 26 avril 2018) et le *Reuters Institute Digital News Report 2018*, qui a sondé plus de 74 000 personnes dans 37 États.

centrale de l'Est et du Nord), ou ceux qui ont été les plus évidemment frappés et dont les enquêtes parlementaires en cours entretiennent ce sujet dans les discussions quotidiennes (États-Unis et Royaume-Uni). En revanche, ceux qui s'estiment à l'abri, ou qui se savent visés mais qui peuvent se prévaloir d'un succès – comme la France dans l'affaire dite des « Macron Leaks » (voir *infra*) –, sont plus susceptibles de minorer la menace. Il faut alors se battre, parfois au sein même du gouvernement, et dans le débat public, pour faire comprendre qu'il ne s'agit pas d'un enjeu mineur.

Pour ce faire, il peut être utile de rappeler que les manipulations de l'information, toutes virtuelles qu'elles peuvent paraître, ont de nombreux effets bien réels, et parfois physiques. Ne serait-ce que ces dernières années, elles ont interféré dans plusieurs processus démocratiques majeurs, dont les élections présidentielles des plus grandes puissances mondiales, et ont déstabilisé de grandes entreprises du numérique. Elles ont divisé les opinions publiques, semé le doute quant à la véracité des informations délivrées par les médias de référence, renforçant le rejet dont ces derniers peuvent faire l'objet. Elles ont joué un rôle dans des crises diplomatiques majeures (Ukraine, Syrie, Golfe). Elles ont favorisé la saturation des espaces numériques par des communautés de trolls pratiquant le harcèlement et l'intimidation. Avec parfois des conséquences funestes : les manipulations sur Facebook, à coups de fausses rumeurs et de photos retouchées, ont joué un rôle non négligeable dans la persécution des Rohingya en Birmanie, que les Nations unies ont qualifiée de nettoyage ethnique¹⁷, voire de génocide¹⁸. À une échelle moindre, en seulement deux mois en Inde, en mai-juin 2018, une quinzaine de personnes ont été lynchées, dans tout le pays, suite à la diffusion de fausses rumeurs à leur endroit, ce qui a poussé les autorités à réagir en coupant temporairement l'accès à certaines plateformes numériques¹⁹. Le fait que de nombreux États se mobilisent et que la société civile multiplie les initiatives pour s'en prémunir, et que parallèlement se développe une véritable économie de la désinformation, avec ses usines à trolls, ses fermes à clics et ses entrepreneurs millionnaires²⁰,

17. Annie Gowen et Max Bearak, « Fake News on Facebook Fans the Flames of Hate Against the Rohingya in Burma », *The Washington Post*, 8 décembre 2017.

18. UN Doc. A/HCR/39/64 (24 août 2018).

19. Shweta Ganjoo, « Hindustan or lynchistan? May be Indians should not be allowed to use WhatsApp », *India Today*, 2 juillet 2018.

20. Voir notamment le cas du Mexicain Carlos Merlo, qui dit contrôler des millions de bots et des douzaines de sites. Son entreprise Victory Lab offre des services de « gestion de bots, *containment*, cyberattaques, et création de sites de *fake news* » pour des tarifs allant de 49 000 pesos (2 256 € au moment d'écrire ces lignes) pour un contrat de six mois à un million de pesos (46 000 €) par

est une preuve supplémentaire de la réalité et de l'efficacité – en tout cas économique et politique – de ces manipulations.

Pourtant, l'évaluation de l'efficacité des manipulations de l'information demeure une gageure, et aucune méthode n'est entièrement satisfaisante. Pendant et après la guerre froide, le renseignement américain commandait des sondages minutieux visant à mesurer précisément la perméabilité de groupes cibles aux campagnes de désinformation de Moscou²¹. Aujourd'hui, l'analyse des réseaux sociaux fournit des informations précieuses : elle permet de détecter des mouvements artificiels et coordonnés, de mesurer le nombre de personnes atteintes, c'est-à-dire le « tissu infecté », y compris en filtrant les comptes automatisés (bots). Mais le nombre de personnes atteintes ne dit pas si elles sont ou ont été convaincues et si la fausse information reçue va les faire passer à l'acte (donner ses coordonnées ou de l'argent, manifester, etc.). En outre, le nombre compte moins que la nature de la communauté touchée : un message qui ne toucherait que 2 % de la population pourrait avoir un effet important si ces 2 % sont violents et prêts à agir.

Une autre limite des méthodes utilisées est qu'elles font de l'analyse de texte, alors que les manipulations de l'information passent aussi par les images, qui sont beaucoup plus difficiles à analyser automatiquement. Dès lors, s'il apparaît crucial d'attirer l'attention sur le rôle d'une plateforme comme Facebook, d'autres réseaux (Instagram, WhatsApp) doivent aussi être remis en question. La désinformation par les images pose aussi la question de la manipulation visant les enfants.

Mesurer l'efficacité des manipulations de l'information est quasi impossible, car le lien entre un message diffusé et un comportement implique trop de facteurs. On peut toutefois distinguer *l'impact* dans l'environnement numérique, relativement mesurable car quantifiable (si l'on parvient à départager les vrais comptes des bots de plus en plus sophistiqués), de *l'effet* plus général qui ne peut être que supposé. On peut distinguer plusieurs effets.

mois. Voir Ben Nimmo *et al.*, « #ElectionWatch: Trending Beyond Borders in Mexico », Atlantic Council's Digital Forensic Research Lab, Medium.com, 28 juin 2018.

21. Les rapports spéciaux S réalisés par la communauté du renseignement pour l'Agence d'information des États-Unis. Le département de la Défense (via la Defense Intelligence Agency, DIA), le département d'État, la CIA comme l'USIA auparavant considèrent en effet les études en sciences sociales comme des outils incontournables pour la mise en œuvre de leurs stratégies respectives. L'Office of Research and Intelligence (INR) produit des dizaines de « Special S reports » (sondages, études de cas et d'impact), et collabore avec de nombreux départements et laboratoires de recherche universitaires. Ces rapports une fois déclassifiés sont consultables aux archives nationales des États-Unis : « Special "S" Reports », Entry 1009, Record Group 306, Box 17, Archives Nationales II, College Park, MD.

« Ne croyons pas que cela ne fonctionne pas. Nous savons que cela fonctionne, nous l'avons vu à l'œuvre à l'étranger mais aussi en France. Le processus démocratique s'en trouve profondément altéré parce que l'indignation que suscitent ces fausses nouvelles est éruptive et prend le dessus sur la réflexion. Et c'est d'ailleurs le pari en quelque sorte anthropologique qui est fait par ceux qui manipulent ces canaux. [...] Des barrières ont été érigées mais les campagnes présidentielles d'à peu près toutes les démocraties contemporaines ont montré la faiblesse de celles-ci et notre incapacité collective à apporter des réponses qui sont à la hauteur aujourd'hui des menaces. »

(Emmanuel Macron, président de la République, discours à l'occasion des vœux à la presse, 4 janvier 2018.)

D'une part, un effet direct. La question est de savoir si les manipulations peuvent convaincre de nouvelles opinions ou si elles ne font que conforter des opinions existantes. De notre enquête, il ressort que l'effet de ces manipulations ne serait pas de changer les opinions mais de semer le doute et la confusion et, parfois, d'encourager le passage à l'acte, c'est-à-dire de transformer une conviction passive en une conviction active, et donc un agissement – de manière similaire au processus de radicalisation. L'acte en question peut être un vote.

D'autre part, un effet indirect qui est de générer chez les gouvernants une tentation liberticide. Cela pourrait être le véritable effet final recherché par les puissances étrangères à l'origine des manipulations de l'information : non pas tant de convaincre la population de tel ou tel récit que d'inciter les gouvernements à prendre des mesures contraires à leurs valeurs démocratiques et libérales, ce qui suscitera des réactions (d'une autre partie de la classe politique et de la société civile) et *in fine* contribuera à approfondir les divisions de la société. D'où l'importance pour l'État de bien doser ses efforts de contre-désinformation, dans le respect des libertés publiques.

Il apparaît donc essentiel de se doter des moyens d'une recherche indépendante, en sciences de l'information et de la communication, pour évaluer la réception de ces campagnes, mais les effets bien réels de ces phénomènes nous interdisent d'attendre les résultats de cette recherche pour agir.

DOCUMENT 3

theconversation.com - 5 mai 2020
Manon Berriche Sciences Po,
Sacha Yesilaltay École Normale Supérieure (ENS)
(*extrait*)

Fact check : Trois infox sur les infox

Fake news par-ci, fake news par-là. Du Brexit à l'élection de Donald Trump, en passant par la montée des mouvements anti-vaccins, et maintenant par la pandémie du Covid-19, les fake news, si l'on en croit les médias, semblent être à l'origine de tous les maux de notre société.

Nombreux sont en effet les titres d'actualité qui prêtent à nos concitoyens une crédulité débridée et attribuent aux fake news un pouvoir démesuré, mais la réalité est plus nuancée, et l'importante attention médiatique qu'elles reçoivent n'égale pas le peu d'attention que les internautes leur prêtent.

Si ces craintes traduisent une vigilance légitime et saine, il est crucial de ne pas les exagérer afin d'éviter d'instaurer un climat de défiance généralisé qui éroderait la confiance de nos concitoyens, tout particulièrement en temps de crise. Nuance et contexte sont ainsi nécessaires pour remettre en perspective les récentes couvertures médiatiques sur les infox, afin d'éviter qu'elles ne deviennent elles-mêmes l'objet d'infox.

1. Sur les réseaux sociaux, les fake news sont abondantes

Si l'émergence des réseaux sociaux a profondément bouleversé la manière dont l'information est mise en circulation, cela ne traduit pas nécessairement une dérégulation du marché informationnel, où les internautes pataugeraient tant bien que mal au milieu d'un flot d'infox. En fait, pour estimer correctement la prévalence des fake news, et le nombre réel d'informations peu fiables auxquelles les individus sont susceptibles d'être exposés, il est nécessaire de les mettre en perspective avec tous les contenus qui sont diffusés sur les réseaux sociaux – memes de chats et gifs de Trump compris. Les fake news ne représentent qu'une infime proportion de la consommation médiatique totale des individus : tout juste 0,15 %.

Et ce chiffre ne semble pas être beaucoup plus important pour le coronavirus : en analysant 116 994 posts, une étude allemande a montré que les publications conspirationnistes ou erronées ne représentaient qu'1,1 % du volume global de contenus et du total d'interactions générées. Cela suggère que peu d'internautes y ont été exposés, mais ne permet néanmoins pas de quantifier leur impact. Une limite importante à laquelle sont confrontées la majorité des études sur les fake news.

Et, plus encore, comme le démontre remarquablement une étude tout juste publiée dans la revue *Science Advances*, il ne faut pas scotcher notre regard uniquement sur les plates-formes numériques pour étudier la consommation médiatique des individus ; au contraire, il faut largement dézoomer le microscope pour tenir également compte des informations que consulte le grand public via d'autres supports comme la télévision ou la radio.

Avec ces remises en perspective, il ressort alors d'une part que 86 % de la consultation quotidienne de médias n'est pas liée à l'actualité et d'autre part que la télévision reste le support le plus utilisé par la majorité de la population, et particulièrement chez les personnes plus âgées et/ou ayant des opinions populistes. Ainsi en France 71 % de la population française déclare consulter la télévision pour suivre l'actualité contre seulement 42 % les réseaux sociaux.

2. Une fake news se répand six fois plus vite qu'une vraie information

L'irruption de la notion de post-vérité dans le discours public s'est vue accompagnée d'une idée largement infondée, celle que le faux l'emporterait sur le vrai, comme si la réalité se résumait à un grossier combat de coqs opposants des mensonges à des faits avérés.

En effet, un article scientifique publié en 2018 dans *Science* par des chercheurs affiliés au prestigieux Massachusetts Institute of Technology (MIT), rapidement repris par nombreux médias, a probablement contribué à diffuser cette conception incorrecte de la réalité.

Or, les chercheurs eux-mêmes ont pointé une limite méthodologique de leur étude qui n'a pas été mentionnée dans la grande majorité des articles de presse l'ayant vulgarisée : leur recherche a comparé la propagation de fake news avec celle d'informations issues de rubriques de fact-checking.

Or ces dernières sont loin de représenter à elles seules le concept de vérité. Si les chercheurs s'étaient à la place tournés vers des magazines people ou des rubriques de faits divers, peuplés d'informations « incroyables mais vraies ! » auraient-ils trouvé les mêmes résultats ?

Il suffit de penser à la rapidité avec laquelle les résultats de certains matchs de foot ou les divorces et mariages de célébrités font le tour du monde, pour avancer l'idée que la viralité d'une information ne tient pas seulement à sa fausseté, mais aussi et surtout à sa propension à susciter de la conversation.

3. Les gens partagent beaucoup de fake news

S'il est vrai que les fake news peuvent plus facilement arborer des propriétés séduisantes pour notre cerveau car elles ne sont pas contraintes par la réalité, cela ne se traduit pas systématiquement par un potentiel épidémique plus important. En effet, une myriade de résultats fraîchement sortis des fourneaux académiques suggère que la majorité des fake news (~ 80 %) est partagée par une minorité d'utilisateurs hyperactifs (~ 0,1 %), qui ont tendance à être plus vieux et plus politisés que le reste de la population.

La majorité des individus fait attention à ne pas partager des infox, probablement par peur de désinformer leurs proches, mais aussi par souci pour leur réputation : personne ne veut passer pour un imbécile ! Une étude récente a montré que le partage d'une fake news nuit gravement à la réputation du média ou de la personne qui l'a partagée, et qu'il faudrait payer la majorité d'entre nous (74 %) pour partager une fake news sur les réseaux sociaux à partir de notre compte personnel.

Par ailleurs, il ne faut pas oublier que les fake news politiques sont partagées et consommées principalement au sein de petits réseaux d'individus portant la même casquette politique. Et que les questionnaires demandant aux gens s'ils croient à certaines fausses informations politiques peuvent être exploités par les individus les plus partisans pour exprimer leur opinion politique, ces résultats ne traduisent donc pas forcément une crédulité vis-à-vis des fake news, mais plutôt une volonté de signaler son appartenance idéologique. [...]

Enfin, il faut souligner que les individus ne prennent pas toutes les informations auxquelles ils sont exposés pour argent comptant. Ceux-ci peuvent se tourner vers des sources fiables ou réaliser des recherches par eux-mêmes afin de vérifier et mieux comprendre certaines informations, particulièrement dans un contexte aussi incertain que celui que nous traversons aujourd'hui. Une analyse du *New York Times* a en effet montré que le besoin de se tenir à jour sur le coronavirus a largement boosté la consultation de médias locaux et traditionnels mais pas des sites partisans.

Au final, loin de nous l'intention de faire passer les infox pour un phénomène dont il ne faut pas se soucier, que l'on peut prendre à la légère, et qui ne mérite pas d'être sérieusement étudié. Nous souhaitons plutôt apporter de la nuance. Nuance qui permettra, on l'espère, d'apaiser les peurs sans affaiblir la vigilance, de rejeter les explications simplistes mono causales d'évènements complexes, et d'identifier avec plus de précision les enjeux de la société de demain.

Sciences Humaines, 346
Béatrice Kammerer
9 mars 2022
(extrait)

Quatre remèdes à la désinformation

1 – Encadrer par la loi

En France, la diffusion de « nouvelles fausses » est réprimée depuis la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse. Toujours en vigueur, le texte a connu plusieurs évolutions. La dernière réside en l'adoption en 2018 de la Loi contre la manipulation de l'information, qui introduit une procédure d'urgence visant à interrompre en moins de 48 heures la publication de « fausses informations » propres à altérer la sincérité d'un scrutin.

Simple en apparence, le recours au levier législatif n'en reste pas moins délicat, comme en témoigne l'ampleur des controverses qu'a suscitées le vote de la loi. « Toucher à la liberté d'expression, c'est risquer d'attenter au cœur même de la démocratie », avertit P. Froissart, professeur en sciences de l'information et de la communication et auteur de *La Rumeur* (Belin, 2002). Un pays comme la Chine a mis en place un cadre législatif très efficace contre les fausses informations... mais aussi très liberticide.

Trois ans après son introduction, la loi française « anti-fake news » n'a pourtant pas suscité les abus redoutés, rassure Romain Badouard, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, qui n'en reste pas moins vigilant à l'approche des prochaines élections présidentielles : « Qu'aurait-on fait de l'affaire Fillon si la loi actuelle était déjà en vigueur en 2017 ? Les soupçons de détournement d'argent, révélés par les journalistes d'investigation alors qu'aucune preuve formelle n'avait encore été publiée, auraient-ils pu être censurés au titre de fausses informations ? »

2 – Associer les plateformes

La loi de 2018 a également permis d'entériner en France un devoir de coopération des plateformes – telles que Facebook, Youtube ou Google – désormais astreintes à déclarer annuellement leurs efforts pour lutter contre la désinformation : « Il fallait en finir avec la “posture du plombier” consistant à entretenir les tuyaux de l'information, sans se préoccuper de leur contenu », commente P. Froissart.

Trois actions ont été privilégiées par les plateformes : supprimer automatiquement les contenus les plus problématiques via des algorithmes fondés sur l'intelligence artificielle, invisibiliser les contenus douteux en les rétrogradant dans les algorithmes de recommandation et informer les usagers en labellisant les comptes identifiés comme sûrs.

Difficile toutefois d'y voir une panacée, analyse R. Badouard : « La modération automatique suscite des stratégies de contournement et expose à des risques de censure abusive ; quant à la modulation de la visibilité des contenus en fonction de leur qualité, elle n'est efficace qu'à condition de disposer de l'expertise suffisante pour les évaluer. » Par exemple, certains internautes ont entrepris de dissimuler le mot « vaccin » par des fautes d'orthographe ou des caractères surnuméraires pour diffuser des propos complotistes sans être repérés par les algorithmes. Inversement, les plateformes estiment de 10 à 20 % la part des contenus modérés automatiquement qui font l'objet d'une restauration après examen plus approfondi.

Indispensable à la construction d'une culture médiatique et informationnelle chez les citoyens, l'éducation aux médias et à l'information (EMI) se heurte néanmoins à la complexification constante des formes de désinformation, comme en témoigne l'essor des « deep fakes », des manipulations d'images reposant sur l'intelligence artificielle.

Pour faire face à ce problème, la commission menée par le sociologue Gérard Bronner, propose dans son rapport « Les Lumières à l'ère numérique » publié en janvier 2022, d'adjoindre à l'EMI une éducation à l'esprit critique. En effet, pour ces experts, le phénomène de désinformation repose en premier lieu sur des mécanismes psychosociaux : confronté à un trop-plein d'informations, notre cerveau a tendance à laisser libre cours à ses biais cognitifs – tels que le biais de confirmation, qui nous fait préférer une information flattant nos convictions ou le biais de majorité, qui nous fait confondre popularité et fiabilité.

Être conscient de cela ne suffit pourtant pas à s'en prémunir, rappelle la commission, qui recommande la mise en œuvre – en classe mais aussi en dehors, via les médiathèques et associations d'éducation populaire – d'interventions rigoureusement évaluées et fondées sur les meilleures données scientifiques.

3 – Vérifier l'information

Pour aider plateformes et usagers à distinguer l'info de l'infox, un nouveau genre journalistique s'est popularisé depuis la fin des années 2000 : le fact-checking. Inspiré des usages en vigueur dans les grandes rédactions américaines dans les années 1920, le fact-checking contemporain consiste à vérifier l'exactitude d'affirmations circulant dans l'espace public (déclarations politiques, propos scientifiques, rumeurs...).

Pour le chercheur Laurent Bigot, qui y a consacré sa thèse, cette pratique entendait à la fois revaloriser l'image de la presse, écornée par l'essor de médias gratuits en ligne de moindre qualité, tout en proposant une nouvelle forme de régulation de la parole politique, désormais libre de s'exprimer à sa guise sur les réseaux sociaux. En France, c'est le journal Libération, qui fait figure de précurseur en créant en 2008, la première rubrique de fact-checking intitulée « Désintox ». Bien d'autres lui emboîteront le pas.

La vérification de l'information permet-elle vraiment d'endiguer la désinformation ? Difficile à dire, reconnaît Manon Berriche, doctorante au Médialab de Science Po : « Les expériences menées en laboratoire – où les individus sont exposés successivement à des infox et des fact-checks – concluent à un bénéfice significatif qu'on ne retrouve pas toujours en situation réelle, lorsque les individus sont libres de choisir les contenus par lesquels ils s'informent ». En outre, les données de terrain suggèrent que les vérifications de l'information ne permettent pas toujours de restaurer la confiance. Elles peuvent même accroître la polarisation de certains internautes, agacés d'être exposés à des avis contraires : « Les individus ne sont pas des récepteurs passifs dont l'opinion varierait mécaniquement selon qu'ils sont exposés à une infox ou à un fact-check », rappelle M. Berriche. [...]



analyse

Par **Grégoire Darcy**, doctorant en sciences cognitives à l'Institut Nicod (ENS-PSL, EHESS, CNRS) et enseignant en sciences cognitives appliquées aux champs informationnels à l'école militaire (EMSST, EDG-T) et **Antoine Marie**, chercheur en psychologie politique au CEVIPOF (Sciences Po).

Photo ci-dessus :

Longtemps marginalisée dans les priorités politiques européennes, l'éducation aux médias a été tardivement reconnue comme un enjeu central. En 2009, la Commission européenne la définissait comme la capacité à accéder, comprendre et analyser les contenus médiatiques avec esprit critique. En 2018, les États membres ont été légalement tenus de la promouvoir. Un an plus tard, le Conseil économique, social et environnemental français appelait à étendre cette éducation à l'ensemble de la population pour un renforcement général des compétences médiatiques. (© Shutterstock)



Désinformation : soigner le mal à la racine par une réponse structurelle

Érigée au rang de principal risque à court terme par le *Global Risks Report 2025* du Forum économique mondial, la désinformation ne relève plus de la simple nuisance informationnelle : elle constitue désormais une vulnérabilité stratégique majeure pour les démocraties contemporaines. Comment soigner ce mal à la racine ?

Les démocraties, par leur nature même de « sociétés ouvertes », s'exposent davantage aux incursions narratives ayant pour but de saper leur cohésion. Dans ce paysage mouvant, la France s'est dotée d'outils technologiques de pointe — détection des ingérences étrangères pilotée par VIGINUM, démantèlement de réseaux automatisés, et, vraisemblablement sous peu, des campagnes d'« inoculation cognitive ».

Pourtant, l'approche technique, héritée d'une culture cyber et d'une tradition de gestion de crise, peine à se traduire en stratégie globale, durable, capable de traiter les causes sociales, affectives et cognitives qui rendent les esprits perméables aux récits fallacieux. Le contraste est net : à une grande technicité dans la surveillance de l'amont — détection des contenus, cartographie des émetteurs, traçage des canaux — répond une forme d'aveuglement sur l'aval, c'est-à-dire sur les effets profonds de

ces récits sur les esprits, les comportements, les dynamiques du débat public : une fois exposés à la désinformation, quels sont les mécanismes cognitifs, émotionnels et sociaux qui favorisent l'adhésion aux récits fallacieux ? Et dans quelles conditions ces croyances se transforment-elles — ou non — en modifications concrètes de comportement : bulletin glissé dans l'urne, adhésion militante, ou basculement dans le soutien à l'un des camps d'un conflit géopolitique ?

Comme le souligne un récent rapport de l'Institut Nicod, laboratoire français de sciences cognitives, la désinformation ne résulte pas seulement des stratégies d'influence d'acteurs étrangers ni des dynamiques propres aux réseaux sociaux ou aux algorithmes. Elle s'ancre dans un ensemble de vulnérabilités profondes, qui se recoupent partiellement et peuvent se renforcer mutuellement : dispositions psychologiques et cognitives des individus exposés, fragilité de l'écosystème information-

nel, mais aussi environnement politique, social et économique — un terreau où ces récits trouvent, parfois durablement, leurs racines.

Les logiques individuelles de l'adhésion à la désinformation

L'adhésion à la désinformation repose en partie sur des vulnérabilités individuelles. Certains facteurs sociodémographiques — faible niveau d'instruction, précarité, isolement social — agissent comme modulateurs. Certaines caractéristiques psychologiques, telles que le dogmatisme, le besoin d'unicité ou des traits de la triade sombre (1), augmentent la propension à adhérer et à diffuser des récits trompeurs. À cela s'ajoutent des fragilités cognitives, notamment une faible capacité de raisonnement réflexif, une réceptivité accrue aux discours creux, ou une préférence pour l'intuition sur l'analyse. Enfin, les logiques identitaires — polarisation sociale, défiance envers les institutions — orientent la réception de l'information selon des critères émotionnels ou communautaires, souvent au détriment de l'évaluation factuelle.

Trop souvent, cette sensibilité à la désinformation est interprétée à tort comme un simple déficit de rationalité. Or, la diffusion de fausses informations répond souvent à des motivations sociales ou identitaires — besoins de cohésion, de distinction ou de confrontation entre des groupes — qui rendent ces récits fonctionnels dans certains contextes. Corriger les faits ne suffit donc pas : encore faut-il comprendre les raisons pour lesquelles ces narratifs sont mobilisés, partagés, parfois sans même y croire. À titre d'illustration, de nombreuses études scientifiques montrent que la diffusion de *fake news* s'inscrit fréquemment dans des logiques de psychologie partisane ou tribale (« eux » vs. « nous »), particulièrement activées en contexte de conflit politique. Disséminer des contenus dénigrant des élites perçues comme corrompues ou leurs électeurs — par exemple, des *fake news* anti-Biden partagées par des Républicains MAGA — ou exagérant certaines menaces sociales (immigration, insécurité) peut constituer un instrument de mobilisation politique, en orientant l'attention vers des menaces perçues. Partager des rumeurs diabolisant l'adversaire sert aussi à signaler son appartenance à un camp politique — notamment dans les environnements polarisés — en affichant symbolique-

ment qui l'on rejette. Dans certains cas, cette diffusion peut viser à projeter une image de dominance, utile pour s'imposer comme figure de leadership conflictuel. Ces dynamiques rendent la désinformation particulièrement prégnante en contexte de polarisation partisane.

La désinformation prospère sur un écosystème médiatique dégradé

Comprendre la désinformation suppose d'envisager l'ensemble de l'environnement médiatique dans lequel elle circule. En France, la situation est particulièrement préoccupante : selon le *Digital News Report 2025* du Reuters Institute, seuls 29 % des citoyens déclarent faire confiance aux médias, contre 45 % en Allemagne et 67 % en Finlande. Cette défiance, parmi les plus élevées d'Europe, reflète un double affaiblissement : celui de l'écosystème numérique, dominé par des plateformes dont les algorithmes privilégient l'engagement émotionnel au détriment de la qualité épistémique ; et celui des médias traditionnels, confrontés à une concentration capitalistique, à une crise économique durable et à la fragmentation des audiences.

Dans l'univers numérique, la viralité repose sur l'émotion, la simplicité narrative et la polarisation — bien plus que sur la véracité. Cette logique favorise la propagation de contenus ambigus ou trompeurs, et contribue à une sursollicitation croissante de l'attention. Face à cela, l'enjeu est de réduire l'opacité algorithmique et de restituer aux utilisateurs un véritable contrôle sur leurs flux d'information : transparence des critères de recommandation, affichage par défaut non filtré, personnalisation claire et réversible. Assainir l'espace numérique suppose également de renforcer la détection des agents de manipulation (bots, faux comptes, *deepfakes*) et de valoriser les sources fiables sur la base de critères éditoriaux objectifs. Ces mesures, bien qu'efficaces sur le plan structurel, nécessitent une régulation indépendante, un cadre juridique cohérent à l'échelle européenne et une volonté politique capable de surmonter les pressions économiques.

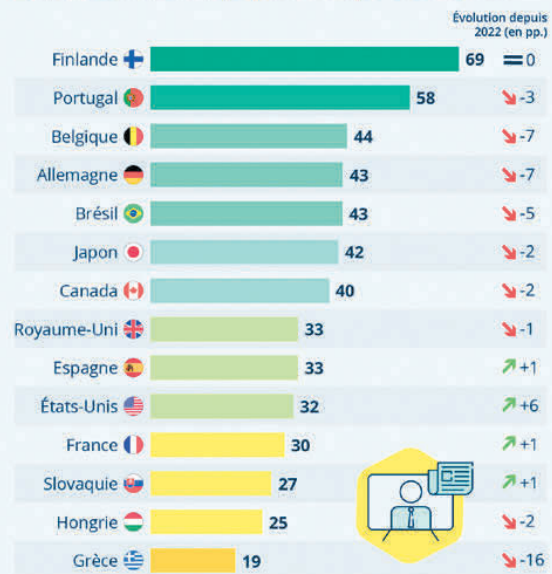
Parallèlement, les médias traditionnels peinent à maintenir leur rôle structurant. En France, seuls 36 % des citoyens font encore confiance à la presse écrite. La concentration excessive des groupes de presse, l'érosion des revenus publicitaires et la précarité des modèles économiques numériques affaiblissent leur capacité à

produire une information indépendante et rigoureuse.

Cela favorise le repli sur des contenus courts, émotionnels et rentables, au détriment des formats longs et des enquêtes de fond. Il devient donc crucial de garantir un financement pérenne des médias d'intérêt général, conditionné à des critères de pluralisme, de transparence et de qualité éditoriale. Le soutien au journalisme local, en déclin malgré une forte crédibilité, est également stratégique pour rétablir un lien de confiance ancré dans les territoires. Enfin, des réformes structurelles s'imposent : encadrement de la concentration, renforcement de la gouvernance rédactionnelle, et protection juridique contre les procédures-bâillons.

Où fait-on le plus et le moins confiance aux médias ?

Part des répondants jugeant que les "Informations des médias sont fiables la plupart du temps" en 2023, en %



Base : 2 000 personnes interrogées en ligne par pays.
Source : Reuters Institute Digital News Report



Facteurs sociaux, institutionnels et matériels

La prolifération de la désinformation ne relève pas uniquement d'un dysfonctionnement du système médiatique : elle est aussi le symptôme d'un déséquilibre social plus profond. Dans un environnement marqué par l'isolement, la défiance et l'insécurité économique, les

récits trompeurs trouvent un écho particulier, car ils répondent à des besoins de reconnaissance, de sens et d'appartenance. Fractures sociales, affaiblissement du lien institutionnel, précarité persistante : ces vulnérabilités structurelles façonnent un terrain propice à la diffusion de contenus désinformants. Comprendre ces déterminants environnementaux est indispensable pour élaborer une réponse à la hauteur des enjeux, fondée non sur la seule correction des contenus, mais sur la réparation des conditions qui en rendent l'adhésion possible.

Par exemple, la solitude sociale et psychologique fragilise les défenses cognitives, et renforce le besoin de récits simplificateurs face à un monde perçu comme chaotique. Là où les solidarités locales s'effritent — foyers monopersonnels, disparition des réseaux de proximité —, l'individu isolé trouve dans la désinformation un substitut relationnel,

entravées par un contexte politique et économique défavorable, constitue ainsi un facteur de vulnérabilité majeur face à la désinformation.

Enfin, l'adhésion aux théories du complot tend à être plus forte dans les pays marqués par une opacité de la vie publique, une corruption administrative élevée et des institutions faiblement démocratiques. Ce phénomène s'explique de manière relativement rationnelle : les théories du complot sont des théories sociales — dites « naïves » — qui accusent les élites de dissimuler des décisions hostiles à l'intérêt général.

et institutionnels dans lesquels elle circule : isolement, défiance ou homogamie idéologique en sont des catalyseurs décisifs. Quatrièmement, il convient de mieux distinguer les mécanismes impliqués dans la croyance, la diffusion et l'action : croire en une information, la partager, ou agir en conséquence relèvent de dynamiques différentes, que les simples indicateurs d'engagement (likes, partages, commentaires) ne permettent pas d'évaluer correctement.

Il est nécessaire de sortir d'une approche réactive, souvent centrée sur l'urgence — comme la neutralisation ponctuelle

“ La solitude sociale et psychologique fragilise les défenses cognitives, et renforce le besoin de récits simplificateurs face à un monde perçu comme chaotique. ”

Dans un environnement où les citoyens ont objectivement de bonnes raisons de soupçonner une dissimulation ou une manipulation, ces récits apparaissent plus crédibles, même si l'adhésion qu'ils suscitent peut, en pratique, excéder ce que justifieraient les faits disponibles. Réduire la vulnérabilité à la désinformation suppose ainsi d'agir sur ses racines sociales, économiques et institutionnelles. Cela implique, concrètement, de renforcer les politiques publiques dans les territoires fragilisés.

Sortir de l'urgence : pour une réponse curative, structurelle et durable

Pour être à la hauteur des enjeux, la lutte contre la désinformation nécessite ainsi une inflexion claire dans les diagnostics comme dans les modes d'action. Plusieurs pistes s'imposent : premièrement, reconnaître que la désinformation ne relève pas uniquement de la crédulité individuelle, mais de besoins sociaux et identitaires, auxquels il faut répondre par une action sur les causes structurelles. Deuxièmement, comprendre qu'elle n'est qu'une partie d'une crise informationnelle plus large, marquée par la fragmentation, l'ambiguïté et la dégradation générale de l'écosystème médiatique. Troisièmement, il importe de reconnaître que l'efficacité de la désinformation repose moins sur des biais cognitifs individuels que sur les contextes sociaux, économiques

d'ingérences étrangères — pour adopter une stratégie de long terme. Celle-ci devrait viser à renforcer la résilience cognitive à l'échelle populationnelle, consolider l'écosystème informationnel, et agir sur les causes profondes de la demande de désinformation. Cela suppose une coordination renforcée, une vision intersectorielle, et surtout une volonté politique soutenue. Or, comme en matière d'écologie, il est souvent plus facile pour les pouvoirs publics de mettre en avant des gestes individuels — trier ses déchets, ou ici, apprendre à « déjouer les *fake news* » — que de s'attaquer aux racines structurelles du problème. Cette stratégie, peu couteuse mais rentable politiquement, permet de montrer que l'on agit, même si son efficacité reste limitée. En revanche, une politique systémique implique parfois d'entrer en tension avec des acteurs économiques puissants, comme les grandes plateformes numériques, ou de réorienter profondément certaines priorités publiques. C'est ce tournant stratégique et ambitieux qu'il convient aujourd'hui d'assumer.

Grégoire Darcy et Antoine Marie

Note

(1) La triade sombre regroupe le narcissisme, le machiavélisme et la psychopathie. Les recherches montrent que les individus présentant des traits de narcissisme, de psychopathie ou de machiavélisme ont tendance à partager davantage de fausses informations, tandis que le narcissisme et la psychopathie sont également liés à une plus forte propension à y croire.



(© Shutterstock)

un récit qui restaure un sens d'appartenance. Ainsi, une étude longitudinale norvégienne menée sur plus de trente ans montre que la solitude en adolescence prédit fortement l'adhésion ultérieure à des théories complotistes. Elle s'est exacerbée pendant la pandémie de Covid-19, où l'isolement forcé a accru la vulnérabilité aux récits conspirationnistes, notamment chez les personnes prédisposées. De même, la perception d'un statut social frustré, c'est-à-dire l'impression que les aspirations légitimes sont

DOCUMENT 6

lemonde.fr
Hervé Morin
15 janvier 2026

La ministre de la santé dévoile sa stratégie contre la désinformation médicale

Pour riposter aux infox, Stéphanie Rist veut constituer un observatoire de la désinformation en santé et un dispositif d'infovigilance réactif.

Comment endiguer le flux de désinformation qui obscurcit les questions de santé ? Depuis la crise du Covid-19, avec le développement des vérités alternatives mondialisées, la santé publique est la cible d'attaques incessantes et multiformes. « *Nous considérons que nous sommes dans un contexte de guerre informationnelle et que la santé est l'un des vecteurs d'attaque de la démocratie* », écrivent même les auteurs d'un rapport sur l'information en santé remis à la ministre de la santé, Stéphanie Rist, lundi 12 janvier.

A cette occasion, la ministre a dévoilé la stratégie nationale de lutte contre cette désinformation. « *Quand les fausses informations circulent plus vite que la science, ce sont les plus fragiles qui en paient le prix fort. Et, face à cela, l'Etat ne peut ni se taire ni se contenter de réagir coup après coup* », a-t-elle déclaré lors d'une conférence de presse. S'appuyant sur un comité de pilotage réunissant des experts et des institutions du monde de la santé, elle reprend le flambeau d'une initiative lancée au printemps 2025 par son prédécesseur, Yannick Neuder.

C'est ce dernier qui, fin août 2025, avait chargé le pneumologue et pharmacologue Mathieu Molimard, l'épidémiologiste Dominique Costagliola et le médecin Hervé Maisonneuve d'une mission d'expertise indépendante qui a conduit au rapport remis lundi. « *Un rapport très dense, très concret, très efficace* », a commenté la ministre en remerciant ses trois auteurs, tout en précisant que certaines de leurs propositions ne seraient pas reprises.

Une stratégie en quatre axes

La stratégie ministérielle comporte quatre axes. Le premier consiste à mesurer la perception des citoyens sur la désinformation en santé, à partir d'enquêtes et d'études d'opinion. Un baromètre national sera disponible en avril. Un comité citoyen devrait formuler des recommandations à l'occasion des Assises du numérique en santé, le 18 février.

Le deuxième axe tourne autour d'un Observatoire de la désinformation en santé, qui « *vise, en premier lieu, le partage d'information avec les partenaires du ministère, les médias, les sociétés savantes, ordres et professionnels de santé* ». Pour l'heure, « *sa gouvernance et les modalités de garantie de son indépendance sont en cours de réflexion* », précise le dossier de presse du ministère.

Le troisième axe vise à la mise en place rapide (fin janvier) d'un dispositif d'infovigilance en santé, visant à détecter en temps réel les fausses informations pour leur opposer rapidement des réponses fiables. « *Il mobilise une communauté d'alliés (Agences régionales de santé, organismes de tutelle, instituts de recherche, réseau d'experts, journalistes, influenceurs)* », lit-on dans le dossier de presse. La ministre a rappelé qu'elle avait elle-même proposé, lorsqu'elle était parlementaire, de « *labelliser* » certains influenceurs, sur les questions liées à la ménopause. Son service public d'information en santé « *identifie et sollicite les experts du réseau afin d'apporter rapidement une réponse vérifiée scientifiquement* ». La riposte aura lieu notamment sur les réseaux sociaux (TikTok et YouTube).

Les rapporteurs avaient proposé que ce soit une instance indépendante, plutôt que le ministère, qui soit à la manœuvre, compte tenu de la défiance envers les pouvoirs publics née lors de la crise du Covid-19. « *L'observatoire sera doté d'un comité de surveillance qui rapportera, chaque année, au Parlement* », veut rassurer la ministre.

Un volet sanction demandé

Enfin, le dernier axe entend bâtir un socle de confiance propice à l'information en santé : renforcer l'éducation critique à la santé « *de la maternelle à l'Ehpad* », selon une formule de Mathieu Molimard, partiellement reprise par la ministre – il proposait aussi « *de la maternelle à l'ENA* » ; responsabiliser les plateformes numériques ; intégrer la désinformation en santé au sein des programmes de recherche, en coordination avec le ministère de la recherche.

Cette stratégie laisse de côté plusieurs propositions formulées par les auteurs du rapport à la suite des auditions de 270 personnes, qui visaient à mieux valoriser les sources d'informations fiables. Ainsi d'un « Info-Score santé », sur le modèle du Nutri-Score dans l'alimentation, destiné sur une base volontaire « *à évaluer la qualité éditoriale des sources d'information (traçabilité, validation scientifique, gestion des erreurs, liens d'intérêt)* ». « *On n'est pas prêts à mettre une note sur l'information* », a tranché Stéphanie Rist.

Elle n'a pas évoqué de volet sanction contre les désinformateurs, ainsi que l'envisageaient les trois rapporteurs en s'appuyant sur les dispositions disponibles. Depuis des années, Mathieu Molimard comme Dominique Costagliola sont vivement attaqués sur les réseaux sociaux pour leurs critiques du traitement à base d'hydroxychloroquine vanté par Didier Raoult contre le Covid-19. D'autres ont même dû faire face à des frais de justice. « *Il faudrait étendre la protection fonctionnelle, plaide M. Molimard, pour les scientifiques qui prennent le risque de dénoncer les désinformateurs.* »

Élections municipales et communautaires 2026 : l'Afnic alerte sur les risques de désinformation en ligne

À l'approche des élections municipales, la multiplication de contenus trompeurs sur internet inquiète. Dans un message de prévention, l'Afnic met en garde contre les fausses informations visant les candidats et les listes électorales, et appelle électeurs et acteurs publics locaux à redoubler de prudence.

À quelques semaines du scrutin municipal des 15 et 22 mars 2026, le volume d'informations circulant en ligne sur les candidats, leurs programmes ou leur parcours personnel va s'intensifier. Ce contexte est propice aux manipulations, avertit l'Association française pour le nommage Internet en coopération (Afnic), qui souligne dans un communiqué du 29 janvier que certains contenus sont volontairement faux, erronés ou présentés de manière biaisée. "Le but est de brouiller la compréhension du débat démocratique et d'influencer le vote", alerte l'organisme de l'État chargé de gérer le registre du nom de domaine .fr.

Ingérences numériques étrangères

Le phénomène s'inscrit dans un contexte plus large de montée des ingérences numériques étrangères. Le service de l'État chargé de cette vigilance, **Vigimur**, a ainsi recensé **77 campagnes** coordonnées de **manipulation de l'information depuis 2021**, attribuées à un même groupe d'acteurs malveillants.

L'association **Reporters sans frontières (RSF)** aussi s'est inquiétée récemment d'une campagne de désinformation menée via des dizaines de faux sites d'information francophones depuis février 2025. Un article évoquant la "ruine" de l'Occident publié sur le pseudo "Flash Bourgogne-Franche-Comté", glorification de l'habileté politique de Vladimir Poutine sur le piègeux "Ile-de-France Actu" ou encore "Trump et la paix : une révolution souverainiste qui bouleverse l'ordre mondial" publié sur "La France souveraine". "Imitant les codes éditoriaux de médias régionaux et nationaux, ils diffusent des contenus de désinformation proches des narratifs du Kremlin", alerte RSF.

De son côté, l'Afnic identifie plusieurs signaux faibles à surveiller : des sites frauduleux imitant les codes de la presse locale, des contenus générés par intelligence artificielle (images, vidéos ou textes) au réalisme trompeur, ou encore des titres volontairement alarmistes jouant sur l'émotion pour inciter au partage rapide.

Réflexes

Face à ces risques, l'Afnic appelle à l'adoption de réflexes simples mais essentiels. **Premier principe** : identifier précisément la source de l'information, en vérifiant le nom de domaine du site et l'existence de mentions légales, y compris pour les communications numériques des candidats (sites officiels, courriels de campagne).

Deuxième point de vigilance : se méfier des imitations. Certains sites malveillants reprennent presque à l'identique l'adresse de médias reconnus, à quelques caractères près. **Troisième recommandation** : redoubler de prudence face aux contenus choquants ou spectaculaires, notamment visuels, et aux titres excessivement anxio-gènes. Une information fiable doit toujours être contextualisée, datée et sourcée.

Enfin, l'Afnic alerte contre une idée reçue persistante : la diffusion massive d'un message ne garantit plus sa **fiabilité**. Les outils d'IA permettent aujourd'hui de produire et relayer rapidement de multiples variantes d'un même contenu trompeur. Vérifier avant de relayer – ou s'abstenir en cas de doute – reste le meilleur moyen d'enrayer la propagation de la désinformation.

Les Lumières à l'ère numérique

(...) Lancée par le Président de la République Emmanuel Macron le 29 septembre 2021, la commission « Les Lumières à l'ère Numérique » a été présidée par le sociologue Gérard Bronner. Cette commission a regroupé 14 experts de spécialités différentes, historiens, politologues, juristes, journalistes, enseignants, sociologues, acteurs du monde universitaire ou de la société civile, réunis pour mesurer et comprendre les dangers que le numérique fait peser sur la cohésion nationale et notre démocratie afin de mieux y faire face. (...)

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.

Décembre 2020
(extraits)

MODULE 8

« FAUSSES NOUVELLES », MÉSINFORMATION ET PROPAGANDE

QU'EST-CE QU'UNE « FAUSSE NOUVELLE » ?

(...)

Par « fausses nouvelles », on entend des informations intentionnellement et de manière vérifiable fausses dont le but est de chercher à tromper les lecteurs. En mars 2017, la « Déclaration conjointe sur la liberté d'expression et les « fausses nouvelles », la désinformation et la propagande (Déclaration conjointe de 2017) a été publiée par les titulaires de mandats pertinents sur la liberté d'expression des Nations Unies (ONU), de la Commission africaine des droits de l'homme et des peuples (CADHP), de l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE) et de l'Organisation des États américains (OEA). La déclaration conjointe de 2017 a noté la prévalence croissante de la désinformation et de la propagande, tant en ligne que hors ligne, et les divers préjudices auxquels elles peuvent contribuer ou dont elles peuvent être une cause principale. Le dilemme reste que l'Internet facilite la circulation de la désinformation et de la propagande et fournit également un outil utile pour permettre d'y répondre.

Il est important de noter que la déclaration conjointe de 2017 a souligné que les interdictions générales de diffusion d'informations basées sur des idées vagues et ambiguës, telles que les « fausses nouvelles », sont incompatibles avec les normes internationales de restriction de la liberté d'expression. Toutefois, elle a ajouté que cela ne justifiait pas la diffusion de fausses déclarations faites sciemment ou par imprudence par des acteurs officiels ou étatiques. À cet égard, la déclaration conjointe a invité les acteurs étatiques à veiller à diffuser des informations fiables et dignes de confiance, et à ne pas faire, parrainer, encourager ou diffuser davantage des déclarations qu'ils savent (ou doivent raisonnablement savoir) être fausses ou qui témoignent d'un mépris imprudent pour des informations vérifiables.

La Déclaration conjointe de 2017 a défini les normes suivantes en matière de désinformation et de propagande :

« Normes sur la désinformation et la propagande

- (a) Les interdictions générales de diffusion d'informations fondées sur des idées vagues et ambiguës, y compris les « fausses nouvelles » ou les « informations non objectives », sont incompatibles avec les normes internationales relatives aux restrictions de la liberté d'expression, telles qu'elles sont énoncées au paragraphe 1(a), et doivent être abolies.

- (b) Les lois pénales sur la diffamation sont indûment restrictives et doivent être abolies. Les règles de droit civil relatives à la responsabilité pour les déclarations fausses et diffamatoires ne sont légitimes que si les défendeurs ont toute latitude et ne parviennent pas à prouver la véracité de ces déclarations et bénéficient également d'autres moyens de défense, tels que les commentaires équitables.
- (c) Les acteurs étatiques ne doivent pas faire, parrainer, encourager ou diffuser des déclarations dont ils savent ou doivent raisonnablement savoir qu'elles sont fausses (désinformation) ou qui témoignent d'un mépris imprudent pour des informations vérifiables (propagande).
- (d) Les acteurs étatiques doivent, conformément à leurs obligations juridiques nationales et internationales et à leurs devoirs publics, veiller à diffuser des informations fiables et dignes de foi, notamment sur des questions d'intérêt public telles que l'économie, la santé publique, la sécurité et l'environnement ».

(...)

LA MÉSINFORMATION, LA DÉSINFORMATION ET LA MALINFORMATION

L'énoncé du problème

La mésinformation se distingue de la qualité du journalisme et de la circulation d'informations fiables, conformes aux normes et à l'éthique professionnelles. Cependant, la mésinformation et ses effets ne sont pas nouveaux, mais sont devenus de plus en plus puissants, car ils sont alimentés par les nouvelles technologies et la diffusion rapide en ligne. La conséquence est que la mésinformation numérique, dans des contextes de polarisation, risque d'éclipser le journalisme de qualité, et la vérité.

De plus en plus, les stratégies de lutte contre la mésinformation ont un caractère plus social et éducatif afin de garantir que le droit à la liberté d'expression ne soit pas violé par des dispositions législatives trop larges qui criminalisent ou, de quelque manière que ce soit, paralysent l'expression. L'écosystème actuel de la mésinformation exige donc une évaluation critique des raisons de la diffusion de la mésinformation et de la mise en place de campagnes MIL. En effet, la lutte contre la mésinformation, à ce stade, relève davantage de la défense et de l'éducation que du contentieux. Le nombre limité de litiges dans cet espace en témoigne. Toutefois, cela devrait changer à mesure que les avocats spécialisés dans les litiges relatifs aux droits numériques s'engageront dans des litiges plus stratégiques et des cas types visant à atténuer la mésinformation tout en protégeant et en promouvant la liberté d'expression.

Définir les fausses informations	
Désinformation	La désinformation est une information qui est fausse, et la personne qui la diffuse sait qu'elle est fausse. « C'est un mensonge délibéré et intentionnel, qui montre que les gens sont activement désinformés par des acteurs malveillants ».
Mésinformation	La mésinformation est une information qui est fausse, mais la personne qui la diffuse pense qu'elle est vraie.
Malinformation	La malinformation est une information qui se fonde sur la réalité, mais qui est utilisée pour porter préjudice à une personne, une organisation ou un pays.

Pour comprendre comment lutter contre la mésinformation, il est utile de comprendre d'abord comment elle se propage. Avec l'avènement de l'ère de l'information et d'Internet, l'information se répand plus rapidement et souvent par un simple clic de souris.¹⁴ De même, la vitesse de transmission de l'information et l'accès instantané à l'information qu'offre l'Internet ont provoqué une ruée pour publier et être les premiers à faire transiter l'information. Cette situation, ainsi que des pratiques plus insidieuses telles que la diffusion intentionnelle de désinformation à des fins économiques ou politiques, a créé ce que l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) appelle une « tempête parfaite ».

L'UNESCO identifie trois causes permettant la diffusion de la mésinformation :

1. **l'effondrement des modèles commerciaux traditionnels.** En raison de la baisse rapide des recettes publicitaires et de l'incapacité de la publicité numérique à générer des profits, les salles de presse traditionnelles perdent leur public, les consommateurs de médias se tournant vers des produits d'information « pair-à-pair » offrant un accès « à la demande ». Ces budgets en baisse entraînent une réduction du contrôle de la qualité et du temps consacré aux « contrôles et bilans ». Ils encouragent également le journalisme de « piège à clics ». Il est important de noter que les informations entre pairs n'ont pas d'éthique ni de normes convenues.
2. **Transformation numérique des salles de presse et des narrations.** Avec le développement de l'ère de l'information, l'industrie de l'information connaît une transformation numérique perceptible. Cette transformation amène les journalistes à préparer des contenus pour de multiples plateformes, ce qui limite leur capacité à interroger correctement les faits. Souvent, les journalistes appliquent un principe de « social-first publishing » selon lequel leurs articles sont postés directement sur les médias sociaux pour répondre à la demande du public en temps réel. Cela favorise les pratiques de « piège à clics » et la recherche de la « viralité » par opposition à la qualité et à la précision.
3. **La création de nouveaux écosystèmes.** Avec l'accès croissant aux audiences en ligne grâce à l'avènement des plateformes de médias sociaux, les utilisateurs de ces plateformes peuvent organiser leurs propres flux de contenus et créer leur propre « réseau de confiance » ou « chambres d'écho » au sein desquelles des contenus inexacts, faux, malveillants et propagandistes peuvent se répandre. Ces nouveaux écosystèmes permettent à la mésinformation de prospérer, car les utilisateurs sont plus susceptibles de partager des histoires sensationnelles et sont beaucoup moins susceptibles d'évaluer correctement les sources ou les faits. Il est important de noter qu'une fois publiée, un utilisateur qui se rend compte qu'une publication peut constituer une information erronée est largement incapable de « se rétracter » ou de corriger la publication.

Ces causes continuent de poser des difficultés aux salles de presse, aux journalistes et aux utilisateurs des médias sociaux, car les nouveaux écosystèmes d'information, en particulier, permettent aux pratiques et aux acteurs malveillants de prospérer. Toutefois, comme nous l'avons déjà dit, la frontière est mince entre la lutte contre la diffusion de fausses informations en ligne et la violation du droit à la liberté d'expression.

WASHLITE v Fox News

Le 2 avril 2020, la Washington League for Increased Transparency and Ethics (WASHLITE) a engagé des poursuites contre Fox News, une chaîne d'information américaine conservatrice, affirmant que « les affirmations répétées de Fox selon lesquelles la pandémie de COVID-19 était/est un canular ne sont pas seulement un acte déloyal, elles sont trompeuses et peuvent donc donner lieu à des poursuites en vertu de la loi de Washington sur la protection des consommateurs ». WASHLITE a demandé une déclaration à cet effet et une injonction (interdiction) interdisant les déclarations répétées sur Fox News affirmant que la COVID-19 est un canular. Dans ses conclusions, la Cour supérieure de Washington a estimé que l'objectif de WASHLITE était « louable », mais que ses arguments allaient « à l'encontre des protections du premier amendement », le droit à la liberté d'expression. L'affaire a ensuite été rejetée.

La lutte efficace contre la désinformation reste une question contemporaine urgente, les juristes, les universitaires et les militants proposent divers remèdes. Notamment, le juge de la Cour suprême des États-Unis, Anthony Kennedy, dans sa décision majoritaire dans l'affaire « *United States v Alvarez* » a déclaré que « le remède à un discours qui est faux est un discours qui est vrai. C'est le cours normal des choses dans une société libre. La réponse au déraisonnable est le rationnel ; au mal informé, l'éclairé ; au mensonge pur, la simple vérité. » Les stratégies et campagnes MIL proposées par l'UNESCO visent à rendre opérationnelle la position proposée par le juge Kennedy et à fournir une approche holistique pour lutter contre la désinformation, sans limiter le droit à la liberté d'expression.

Stratégies et campagnes de formation aux médias et à la maîtrise de l'information (MIL)

Comme point de départ, l'UNESCO propose des stratégies et des campagnes MIL comme un processus permettant de détecter la désinformation et un moyen de lutter contre sa propagation, en particulier en ligne. MIL est un concept global et interdépendant qui se divise comme suit :

- **La connaissance des droits de l'homme** qui concerne les droits fondamentaux accordés à toutes les personnes, en particulier le droit à la liberté d'expression, ainsi que la promotion et la protection de ces droits fondamentaux.
- **La connaissance de l'information**, qui fait référence à la connaissance des médias d'information, y compris les normes et l'éthique journalistiques. Cela inclut, par exemple, la capacité spécifique à comprendre « le langage et les conventions des informations en tant que genre et à reconnaître comment ces caractéristiques peuvent être exploitées avec une intention malveillante ».
- **La connaissance de la publicité**, qui consiste à comprendre comment la publicité en ligne fonctionne et comment les profits sont générés dans l'économie en ligne.
- **La connaissance informatique**, qui fait référence à l'utilisation de base des technologies de l'information et à la compréhension de la manière dont les titres, les images et, de plus en plus, les vidéos peuvent être manipulés pour promouvoir une narration particulière.
- **Comprendre « l'économie de l'attention »**, qui est liée à l'une des causes de la désinformation et à la nécessité pour les journalistes et les rédacteurs en chef de se concentrer sur les titres pièges à clics et les images trompeuses pour attirer l'attention des utilisateurs et, en retour, générer des revenus publicitaires en ligne.
- **La connaissance de la vie privée et de l'interculturalité**, qui concerne l'élaboration de normes sur le droit à la vie privée et une compréhension plus large de la manière dont les communications interagissent avec l'identité induite et les développements sociaux.

Les stratégies et les campagnes MIL, telles que la campagne COVID-19 des Nations unies détaillée ci-dessous, doivent souligner l'importance de la connaissance des médias et de l'information en général, mais doivent également inclure un certain degré de sous-estimation philosophique. Selon l'UNESCO, « [les stratégies et campagnes MIL doivent aider les utilisateurs] à comprendre que des nouvelles authentiques ne constituent pas la « vérité » complète (qui n'est qu'approximative dans les interactions humaines entre eux et avec la réalité au fil du temps) ».

(...)

Les Français redoutent de plus en plus l'impact des fake news

Plus de trois quarts des Français s'inquiètent de l'impact de la désinformation, notamment d'origine étrangère. La défiance vis-à-vis des grands médias reste élevée, selon le baromètre La Croix - Verian - La Poste. Et l'IA se fait une place.

« Doutez de tout et surtout de ce que je vais vous dire. » Ce précepte bouddhiste illustre assez bien le sentiment qui se dégage de ce nouveau baromètre La Croix - Verian - La Poste sur la confiance des Français dans les médias. La 39e édition de ce grand sondage, présenté à l'occasion de « Médias en Seine » (un événement Franceinfo et Les Echos - Le Parisien), montre une réelle crainte du grand public vis-à-vis de la désinformation, y compris provenant des médias eux-mêmes.

Alors que les fake news pullulent, venant notamment de Russie, le constat est sans appel : plus des trois quarts des Français (76 %) s'inquiètent de l'impact en France des fausses informations issues d'ingérences étrangères. Et ils sont 60 % à être anxieux pour les élections municipales qui approchent.

Mais surtout, le sentiment d'être la victime régulière de mensonges ou de déformation de la réalité reste élevé. La moitié des sondés (51 %) estiment être confrontés à de la désinformation plusieurs fois par semaine, sur les réseaux sociaux.

Plus notable, c'est aussi le cas sur des médias plus traditionnels : sur la sacro-sainte télévision (40 %) ou sur les sites et applications de la presse nationale (37 %, en hausse de 2 points) et même à la radio (30 %, +2 points). Même la presse écrite (27 %) est pointée du doigt, dans une moindre mesure.

Grande méfiance

Au total, la grande majorité des Français (61 %) jugent qu'il faut se « méfier de ce que disent les grands médias sur les sujets d'actualité ». « Le réflexe de défiance est très fort et s'accroît même, mais si l'on regarde dans le détail, on constate un écart entre la perception des médias en général et celle de médias en particulier. Les Français ont confiance dans les journaux télévisés, dans la presse régionale, la presse quotidienne nationale notamment », explique Guillaume Caline, directeur « enjeux public » de Verian.

« Il y a des attentes importantes pour les médias, notamment en tant que contre-pouvoir », appuie Béatrice Bouniol, cheffe du service culture de « La Croix ». En outre, ils ont globalement une bonne opinion des journalistes (56 %). Signe que le lien n'est pas totalement rompu.

« Arrêter de mentir »

Pour tenter de mieux comprendre ces paradoxes, le baromètre leur a posé une nouvelle question, ouverte cette fois, sur des actions concrètes à mettre en place pour améliorer la confiance. Et les réponses sont assez édifiantes : garantir la véracité des informations arrive largement en tête (34 %) des propositions. « Dire la vérité » (13 %) ou ses corollaires, « arrêter de mentir » (2 %) et « être honnête » (3 %), ressortent parmi les idées les plus citées spontanément.

« C'est notable, ajoute Guillaume Caline. Il y a le sentiment de médias qui cacheraient la vérité aux citoyens. Il y a sans doute une partie de la sphère complotiste, mais plus globalement une réaction de défiance à l'égard des institutions en général. Et la grande majorité des Français estiment que les journalistes ne sont pas indépendants des pouvoirs politiques et économiques. »

Parmi les leviers identifiés pour renforcer la « foi » dans les médias, la distinction entre faits et opinions arrive en tête (78 %), « ce qui est loin d'être neutre, au regard de la montée de CNews », souligne Béatrice Bouniol. Ils veulent aussi des garanties d'indépendance des journalistes par rapport aux propriétaires des médias (77 %).

L'idée d'une certification des médias sur Internet, relancée par Emmanuel Macron très récemment, est plutôt perçue positivement (62 %), « mais avec une certaine prudence sur les conséquences possibles, notamment en termes de censure », nuance Guillaume Caline.

L'IA arrive en force

De ce baromètre ressort aussi un net besoin de proximité. Les sondés veulent que l'on parle de gens « comme eux ». Ils jugent les journalistes privilégiés (56 %), éloignés des préoccupations des Français (54 %). Ce qui explique en creux l'attachement des Français pour la presse régionale, jugée pertinente sur l'essentiel de l'actualité.

Un autre enseignement important de cette étude est l'importance prise par ChatGPT, Perplexity et consorts pour s'informer. Les sondés sont 41 % à déclarer utiliser l'IA, presque autant que les créateurs de contenus ou influenceurs (42 %), dont on parle pourtant beaucoup. Et 13 % vont même sur des chatbots pour se tenir au courant de l'actualité tous les jours !

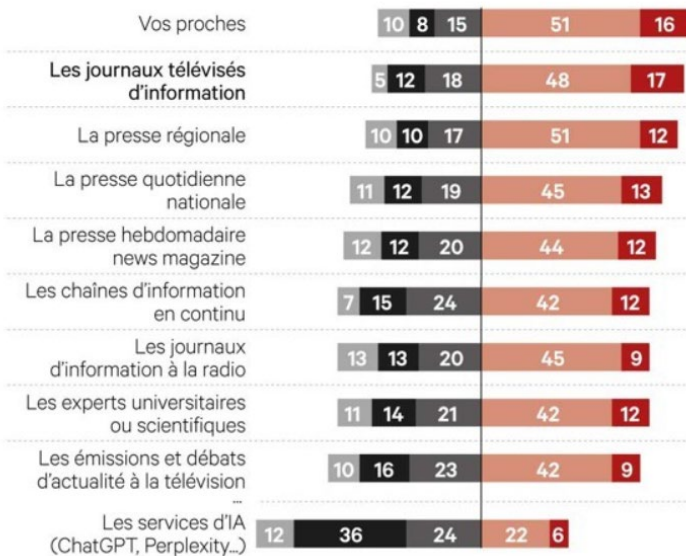
Quoi qu'il en soit, cette irruption de l'IA dans l'information peut devenir une menace pour nombre de médias traditionnels. Et ce d'autant qu'ils ne peuvent pas forcément compter sur l'appétit pour l'actualité. La proportion de Français suivant la marche du monde avec un « grand intérêt » a baissé de 5 points (à 71 %), après trois années de forte hausse.

Les journaux télévisés sont la source médiatique en laquelle les Français ont le plus confiance

« De manière générale, faites-vous confiance aux médias ou aux personnes suivantes pour vous informer sur ce qui se passe dans l'actualité ? »

Réponses, en %*

■ Sans opinion ■ Pas confiance du tout ■ Plutôt pas confiance
■ Plutôt confiance ■ Tout à fait confiance



* Sondage effectué par Verian auprès d'un échantillon représentatif constitué de 1.500 personnes.

« LES ECHOS » / SOURCE : SONDAJE VERIAN POUR « LA CROIX »

Les Français attendent des médias une information vraie, vérifiée et indépendante

« Qu'est-ce que les médias devraient mettre en place concrètement pour que vous ayez davantage confiance en eux ? »

Réponses, en %*



* Sondage effectué par Verian auprès d'un échantillon représentatif constitué de 1.500 personnes.

« LES ECHOS » / SOURCE : SONDAJE VERIAN POUR « LA CROIX »

Comment éduquer aux médias et à l'information ?

Comment former des citoyens éclairés dans un monde numérique qui a bouleversé les pratiques informationnelles et qui autorise la propagation des infox, des théories du complot et des discours de haine ? Face au chaos informationnel, l'éducation aux médias et à l'information devient un enjeu de plus en plus central dans la plupart des démocraties.

La révolution numérique a bouleversé notre rapport à l'information et modifié les relations nationales et internationales. La démultiplication des canaux d'information, la création massive de flux de contenus et leur diffusion instantanée à l'échelle planétaire, sans cohérence avec les droits des États et faute de régulation suffisante, créent un chaos informationnel qui menace l'équilibre des démocraties. Omniprésente, l'information est lancée dans une course à l'audience, amplifiée dans les chambres d'écho que constituent les plateformes numériques (Gafam, BATX en Chine) et les réseaux sociaux, où s'épanouissent fausses informations, discours de haine et théories du complot. Loin des promesses initiales de démocratisation de l'accès aux savoirs et aux connaissances, la logique des plateformes et des réseaux sociaux polarise le débat public, exacerbe les antagonismes, généralise l'invective et la culture du clash, laissant une majorité des citoyens hors de la discussion. Les algorithmes de recommandation enferment dans des bulles de certitudes et de convictions, augmentant les processus d'individualisation et nuisant à l'épanouissement d'un débat public de qualité.

Exercer ses capacités d'analyse et de jugement critique dans ce chaos informationnel n'a rien de facile. Ces compétences sont pourtant essentielles pour apprendre à discerner le vrai du faux, à se forger une opinion par soi-même, à décider en conscience en évitant de tomber « dans le monde de l'abstraction, celui des bureaux et des machines, des idées absolues et du messianisme sans nuances », dont parlait Albert Camus. Le renforcement de l'esprit critique est au centre de la promesse de l'école républicaine. Face à la rapidité des évolutions technologiques, c'est une compétence clé qu'il faut renforcer à tous les niveaux de formation, au risque de voir une part de nos concitoyens abandonner leurs prérogatives démocratiques ou s'en détourner – ce qu'illustre, par exemple, le syndrome de « fatigue informationnelle » dont souffrirait plus d'un Français sur deux (53 %) selon une enquête menée en août 2022. L'information n'est pourtant pas un bien de consommation comme les autres. Le quatrième pouvoir que représentent la presse et les médias est consubstantiel à nos démocraties. Nathalie Sonnac nous le rappelle dans son ouvrage *Le Nouveau Monde des médias*. Une urgence démocratique, en démontrant comment, en moins de vingt-cinq ans, « les industries numériques ont mis hors-jeu le citoyen bien informé pour lui préférer un consommateur bien aiguillé ».

Or, comment défendre et régénérer nos démocraties sinon en exerçant pleinement nos droits et devoirs de citoyens ? Ces derniers sont bafoués chaque fois qu'une atteinte est portée au droit de la presse ou que des journalistes sont agressés dans l'exercice de leur métier. L'élection présidentielle de Donald Trump en 2016, le Brexit en 2020, l'assaut du Capitole en janvier 2021, ou encore le saccage des plus hautes juridictions brésiliennes en janvier 2023 : bien que différents par leurs contextes sociaux et politiques, ces événements ont en commun de résulter de rhétoriques populistes virulentes, fondées sur le rejet des médias, la haine des journalistes, l'affirmation de « vérités alternatives » et l'acceptation des thèses conspirationnistes. Pour ne parler que de la

France, l'attentat contre Charlie Hebdo, le 7 janvier 2015, et celui contre Samuel Paty, le 16 octobre 2020, ont rappelé la dangerosité des réseaux sociaux quand ceux-ci, faute de modération, sont manipulés par les fondamentalistes religieux et les groupes les plus radicaux.

Le caractère « extraordinaire » de ces événements ne doit pas nous aveugler sur les stratégies à l'œuvre à l'échelle des États, des régimes politiques (démocratiques ou autoritaires) ou des différents groupes sociaux pour contrôler l'information, influencer les audiences extérieures et diffuser leur vision du monde. Ces stratégies à l'œuvre nous invitent à mobiliser nos sociétés autour des enjeux de cohésion sociale à l'ère numérique, à apprendre à lutter collectivement contre le déficit attentionnel pathologique qu'induit le déferlement continu d'images et d'informations sur les divers outils qui peuplent notre quotidien. À cet égard, Yves Citton nous invite à placer la « sur-sollicitation » de notre attention au cœur de nos analyses et de nos réflexions économiques, éthiques et politiques, mais aussi à la considérer comme un enjeu prioritaire de nos réformes pédagogiques. De ce point de vue, si les crises pandémique et géopolitique ont encore une fois démontré la puissance de l'information, elles ont aussi rappelé l'importance de développer de nouveaux cadres réglementaires et de renforcer une éducation aux médias et à l'information dès le plus jeune âge et tout au long de la vie.

Redonner à l'individu l'initiative sur l'information

En la matière, l'école porte une responsabilité éminente : celle d'assurer une éducation aux médias et à l'information en mesure de redonner à l'individu le contrôle de son information, un enjeu véritablement déterminant pour la démocratie, l'exercice de la liberté et la consolidation du tissu social. Le défi est de réussir à construire une culture et une conscience civiques donnant à chacun la capacité de comprendre et d'interpréter les flux informationnels, de connaître le fonctionnement des médias et des « infomédiaires » que sont les plateformes et les réseaux sociaux, d'être capable d'en discerner les usages responsables et de mobiliser son esprit critique à bon escient.

Longtemps cantonnée au volontarisme des enseignants, l'éducation aux médias et à l'information a été inscrite dans la loi du 8 juillet 2013 d'orientation et de programmation pour la refondation de l'école de la République. Enseignement transversal des programmes scolaires, cet apprentissage constitue un pilier du parcours citoyen qui vise à la construction, par l'élève, d'un jugement moral et civique, à l'acquisition d'un esprit critique et d'une culture de l'engagement. L'éducation aux médias et à l'information tient ainsi une place centrale dans les activités pédagogiques liées à la transmission des valeurs de la République, des principes de laïcité, d'égalité entre les femmes et les hommes, dans la déconstruction des préjugés et donc dans la lutte contre toutes les formes de discriminations, le racisme, l'antisémitisme et les LGBT-phobies. Elle est également un des leviers en matière de prévention des processus primaires de radicalisation, par le développement du sens critique et de la culture du débat.

Ces dernières années ont connu un essor de cet enseignement à l'école primaire, approfondi tout au long de l'enseignement secondaire, au collège et au lycée. Les enseignants ont vocation à s'en saisir dans le cadre des programmes ou à travers des séquences interdisciplinaires qui privilégient une pédagogie active inscrite dans une dynamique de projet. Le rôle des professeurs documentalistes, diplômés et qualifiés en information- documentation, est central ; il contribue à la mise en œuvre d'activités aussi variées que pertinentes lors de séquences menées au sein des centres de documentation et d'information de leurs établissements, parfois aux côtés d'enseignants de toutes disciplines ou d'intervenants extérieurs, tout ou partie de l'année. La Semaine de la presse et des

médias dans l'école]constitue une occasion privilégiée de réaliser de nouveaux projets ou de valoriser le travail mené au cours de l'année en classe, voire celui effectué dans le cadre de « classes médias » dont le nombre ne cesse d'augmenter, permettant d'inscrire cette dimension au cœur des projets pédagogiques.

Au travers de toutes ces pratiques, il s'agit d'apprendre aux élèves à questionner les sources d'une information, à en vérifier la fiabilité, à en décrypter le sens et les intentions. Aussi évident semble-t-il, cet objectif nécessite un certain nombre de prérequis. Former les élèves à l'analyse critique des contenus en partant de ce qu'ils consultent sur leurs smartphones et leurs applications favorites, leur faire produire de l'information, les initier à la démarche d'enquête journalistique sont autant d'objectifs à l'œuvre. Outre l'acquisition de connaissances et de compétences essentielles pour la maîtrise des enjeux de citoyenneté numérique, ces activités favorisent les apprentissages des fondamentaux dans le champ tant des humanités que des sciences. L'objectif étant d'aider les jeunes à mieux comprendre les environnements informationnels tels que le sociologue québécois Serge Proulx les définit : « des univers sociaux et symboliques où circulent et s'échangent des signes, des images, des messages – [dont l'étude systématique] met en relief le rôle privilégié qu'y jouent les médias dans le façonnement des formes culturelles. » (...)