

Workshop

Propaganda : la désinformation des citoyens à l'ère digitale

Université de Lausanne

Jeudi 7 décembre 2023 (Géopolis 2207) & vendredi 8 décembre 2023 (Géopolis 2879).

Nos savoirs de connaissances et de croyances à propos du monde sont relatifs principalement à des messages communiqués et non pas à nos expériences de vie en contexte. Cela est encore plus vrai des contextes de crise.

Que savons-nous du conflit à Gaza ? De la guerre en Ukraine ? Du récent coup d'État au Niger ? Des catastrophes climatiques en Afghanistan, Syrie, Turquie, Lybie, USA, Nouvelle-Zélande ? Certes nous sommes peut-être « là-bas » ou nous y avons des proches qui nous informent, mais le plus souvent nos sources sont des médias qui « rapportent » ce qu'il se passe (sur quoi nous fondons ensuite nos savoirs de connaissances et de croyances).

Se pose ainsi la triple question : celle de la source : qui informe qui et pour faire quoi ? Celle du message : de quoi et comment informe-t-on ? Et celle enfin de la 'sensibilité' interprétative : comment évalue-t-on les informations, que suscitent-elles ? Sont-elles vraies, fiables, fausses ?

Avec cet atelier, l'accent est mis sur les *pratiques médiatiques de désinformation* qui représentent à l'ère digitale une ressource d'influence majeure des publics. Autrement dit, nous nous intéressons à la propagande et aux enjeux sociaux de la posture propagandiste auprès des citoyennes et des citoyens.

La propagande se comprend comme la « performance » communicationnelle d'un pouvoir (par un gouvernement) qui, en imposant un 'narratif' qui sert ses intérêts (par le biais de médias), oriente les comportements des publics (les citoyennes et citoyens responsables).

À l'ère digitale, le chaînage propagandiste (i.e. le lien entre gouvernants, médias et gouvernés) est optimisé : les ressources de communication mobile (le smartphone), la technologie (le deep learning, l'astroturfing) et les canaux des pratiques de partage (les plateformes des réseaux sociaux) favorisent une « médiation médiatique » qui fait la part belle à la désinformation : on produit des réalités plus fausses, plus spectaculaires, plus vraies que les vraies et surtout indécélables pour la rationalité de l'humain.

Dans les contextes de crise, l'énergie manipulatoire est imposante et difficilement contrôlable ou canalisable. Aussi bien la posture propagandiste parie sur le fait que les publics citoyens sont tous des 'informateurs' : ils postent et/ou partagent massivement des contenus en ligne. Les propagandistes visent alors à démultiplier les pratiques de partage par les publics eux-mêmes, ce qui en un sens dédouane les propagandistes ou les déresponsabilise en partie.

Références

- Baines, Paul, Nicholas O' Shaughnessy & Nancy Snow (2020). *The SAGE Handbook of Propaganda*. London: Sage.
- Benkler, Yochai, Robert Faris & Hal Roberts (2018). *Network Propaganda. Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Bernays, Edward (2007). *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie*. Paris : La Découverte.
- Bruns, Axel (2018). *Gatewatching and News Curation. Journalism, Social Media, and the Public Sphere*. Berne: Peter Lang.
- Burgess, Jean, Alice Marwick & Thomas Poell (2019). *The SAGE Handbook of Social Media*. London: Sage.
- Burger, Marcel (à paraître). La communication de crise : entre légitimité déontique et positionnement épistémique.
- Burger, Marcel. (2021). Les communautés en ligne : de quelques enjeux des pratiques de communication contemporaines. *Cahiers de l'Institut de linguistique et des sciences du langage* 64, 3-32.
- Carlson, Matt, Sue Robinson & Seth Lewis (2021). *News after Trump. Journalism's crisis of relevance in a changed media culture*. Oxford: Oxford University Press.
- Chomsky, Noam & Edward Herman (2002). *La fabrication du consentement. De la propagande médiatique en démocratie*. Marseille. Agone.
- Colley, Thomas (2020). Strategic Narratives and War Propaganda ». In Baines, Paul, Nancy O' Shaughnessy & Nicholas Snow (Eds.). *The SAGE Handbook of Propaganda*. London: Sage: 38-54.
- Cumiskey, Kathleen M. & Larissa Hjorth (2013). *Mobile Media Practices, Presence and Politics. The Challenge of being Seamlessly Mobile*. London: Routledge.
- Delviche, Aaron (2020). Computational Propaganda and the Rise of the Fake Audience. In Baines, Paul, Nancy O' Shaughnessy & Nicholas Snow (Eds.). *The SAGE Handbook of Propaganda*. London: Sage: 105-125.
- Giaxoglou, Korina (2021). *A Narrative Approach to Social Media Mourning. Small Stories and Affective Positioning*. London: Routledge.
- Grothaus, Michael (2021). *Trust no One. Inside the World of Deep Fakes*. London: Hodder & Stoughton.
- Hermida, Alfred (2012). Social Journalism: Exploring How Social Media is Shaping Journalism. In Siapera Eugenia and Andreas Veglis (Eds.). *The Handbook of Global Online Journalism*. London: John Wiley & Sons, 309-328.
- Jones, Rodney & Christoph A. Hafner (2021). *Understanding Digital Literacies*. London: Routledge.
- Habermas, Jürgen (1992). *L'espace public*. Paris : Payot.

- Papacharissi, Zizi (2015). *Affective publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Seo, Hyunjin (2020). Visual Propaganda. In Baines, Paul, Nancy O' Shaughnessy & Nicholas Snow (Eds.). *The SAGE Handbook of Propaganda*. London: Sage: 126-136.
- Staal, Jonas (2019). *Propaganda art in the 21st century*. Cambridge: MIT Press.
- Thornborrow, Joanna, Mats Ekstrom & Marianna Patrona (2021). Discursive constructions of populism in opinion-based journalism: A comparative European study. *Discourse, Context & Media* 44, 100542.
- Wodak, Ruth (2022). Legitimizing Crisis Management during Covid-19. *Argumentation et analyse du discours* 28 (en ligne).
- Zienkowski, Jan (2021). Propaganda and/or Ideology in Critical Discourse Studies: Historical, epistemological and ontological tensions and challenges for thinking politics and the political. *DiscourseNet Collaborative Working Paper Series*, 5 (en ligne).

Invités

- Léo Martine (Human Rights Watch)
Wander Emediato (Universidade Federal de Minas Gerais).
Olivier Turbide (Université du Québec à Montréal).

Organisateurs

- Marcel Burger, Université de Lausanne.
Laura Delaloye Sailen, Université de Lausanne.

Programme

Jeudi (Géopolis 2207)

- 10 : 00 **Mot de bienvenue**
- 10 : 15-10 : 45 **Complotisme et humour dans le contexte de la pandémie**
Ylenia Dalla Palma, Natalia Montowtt & Gaëtan Bebout.
- 10 : 45-11 : 00 *Discussion*
- 11 : 00-11 : 45 **Communiquer lors des élections fédérales : entre espace public hors ligne et espace public en ligne**
Valentine Girardier & Alice Buletti
- 11 : 45-12 : 00 *Discussion*

REPAS EN COMMUN 12 :30 -13 :45

- 14 : 15-15 : 15 **Astroturfing. De la polysémie de pratiques trompeuses à son usage stratégique dans les médias**
Olivier Turbide, Université du Québec à Montréal, Canada.
- 15 : 15-15 : 45 *Discussion*
- 15 : 45-16 : 15 **Deep fake news dans le contexte de la guerre au Proche-Orient**
Olivia Verbrugge, Helena Rajon & Mike Mateo Valverde
- 16 : 15-16 : 30 *Discussion*

PAUSE CAFÉ 16:30-16:45

- 16 : 45-17 : 45 **Fake news : enjeux de vérité et enjeux de citoyenneté**
Wander Emediato, Universidade Federal de Minas Gerais, Brésil.
- 17 : 45-18 : 15 *Discussion*

Fin de la journée

Vendredi (Géopolis 2879)

- 08 :00 *Café – croissant du matin*

08 : 30-09 : 00 ***Fake news dans un contexte électoral***
Joséphine Dishpalli, Cécile Moulin & Allan Bruni

09 : 00-09 :15 *Discussion*

09 : 15-09 : 45 ***Extrême droite et immigration : la communication de l'UDC suisse***
Pauline Willemin & Boris Colinhas

09 : 45-10 : 00 *Discussion*

PAUSE CAFÉ 10:00-10:15

10 : 15-11 : 15 ***Fact checking par imagerie satellite***
Léo Martine, *Human Rights Watch, Genève.*

11 : 15-11 : 45 *Discussion*

Fin de l'atelier

Résumés

Léo Martine

En contexte de crise, la désinformation pose un défi de taille et entrave les enquêtes sur les droits humains visant à garantir transparence et responsabilité. Il devient impératif de faire la distinction entre les sources crédibles et les faux récits, ce qui souligne la nécessité de mécanismes robustes de vérification des faits et d'analyse critique. Dans ce cadre, l'utilisation d'imagerie satellite et d'information provenant de sources ouvertes (open data) devient un outil privilégié des chercheurs pour enquêter de manière efficace et impartiale.

Bio: *Léo Martine est analyste géospatial senior à Human Rights Watch. Dans le cadre du Digital Investigations Lab, il travaille en étroite collaboration avec les chercheurs en appliquant les technologies géospatiales aux enquêtes sur les droits humains. Il est responsable de l'analyse et de la production de produits dérivés de l'imagerie satellitaire qui couvrent un large éventail de questions, notamment les conflits armés, les déplacements forcés, la destruction de l'environnement, la pauvreté et les inégalités.*

Olivier Turbide

Terme polysémique aux contours flous, l'astroturfing peut être défini comme un ensemble de stratégies de communication qui visent à simuler ou instrumentaliser des mouvements citoyens afin de soutenir des intérêts particuliers. Partant de cette définition préliminaire, dans cette conférence, nous proposons de conceptualiser l'astroturfing à partir de deux ensembles de données : une revue de la littérature scientifique ainsi qu'un corpus de presse internationale, écrite et en ligne. Ce travail de réflexion et d'analyse nous amènera 1) à proposer une première cartographie des conceptions scientifiques du phénomène et 2) à documenter la mise en scène médiatique de cette notion tant sur le plan des pratiques et secteurs d'activités associées, des acteurs impliqués que des discours afin de révéler les usages stratégiques que font les journalistes de l'astroturfing.

Wander Emediato

Les fausses nouvelles sont un phénomène de société. Bien que la circulation des fausses nouvelles soit un phénomène ancien, sous forme de rumeurs, de désinformation et de fictionnalisation, son émergence pose aujourd'hui de nouveaux problèmes qui font référence à l'espace politique, juridique, de santé publique, scientifique et, bien sûr, citoyen. Nous chercherons à explorer ces espaces dans lesquels le phénomène des fausses nouvelles est discuté, en problématisant, notamment dans le cadre d'une étude discursive, les enjeux de vérité et de citoyenneté qui y sont associés.

Contact

Marcel Burger

Bureau: Anthropole 3147

email: marcel.burger@unil.ch

phone: +41 21-692 47 42