

Lutter contre la

DÉSINFORMATION:

guide à l'intention des fonctionnaires



Lutter contre la désinformation : guide à l'intention des fonctionnaires.

Sauf avis contraire, le contenu de ce document peut, sans frais ni autre permission, être reproduit en tout ou en partie et par quelque moyen que ce soit à des fins personnelles ou publiques, mais non à des fins commerciales. La reproduction et la distribution à des fins commerciales sont interdites sans la permission du Bureau de Conseil privé.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec :

Bureau du Conseil privé
85, rue Sparks, Pièce 1000
Ottawa ON Canada K1A 0A3
info@pco-bcp.gc.ca

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, 2024.

This publication is also available in English:

Countering disinformation: A guidebook for public servants.

ISBN : 978-0-660-69318-7

CP22-210/2023F-PDF

Table des matières

Introduction	2
Comprendre la désinformation	3
Qu'est-ce que la désinformation?	3
Pourquoi se préoccupe-t-on de la désinformation?	4
Comment repère-t-on la désinformation?	5
Se défendre contre la désinformation	6
Préparer son organisation	6
1. Connaître les vulnérabilités de son organisation	6
2. Comprendre l'environnement public	7
3. Rédiger des messages pour lutter contre la désinformation avant qu'elle ne se produise	7
Tactiques pour renforcer la résilience	8
1. Communiquer à l'avance des informations exactes au public (démystification préventive)	9
2. Soutenir la littératie numérique	10
3. Faire preuve d'ouverture et de transparence	11
4. Interagir fréquemment avec votre public	12
5. Reconnaître ce que vous ne savez pas	13
Agir contre la désinformation	14
Comment savoir s'il est nécessaire d'agir?	14
1. Déterminer s'il s'agit de désinformation	15
2. Évaluer la portée et l'incidence de la désinformation	15
3. Comprendre le contexte et l'environnement public	16
4. Évaluer le risque de préjudice	16
Élaborer des stratégies	17
Tactiques pour contrer la désinformation	17
1. Diffusion rapide de renseignements exacts	18
2. Cohérence et répétition	19
3. Démystification	19
4. Campagne de sensibilisation du public	20
5. Mobilisation du public	21
6. Collaboration avec des sources fiables et des intervenants clés [*]	21
Résumé	23
Sources	24
Ressources	25

INTRODUCTION

La désinformation est une menace en constante évolution qui touche tous les secteurs de la société de différentes manières. La lutte contre la désinformation concerne toutes les démocraties du monde. Elle nécessite une intervention de tous les secteurs de la société : les gouvernements, l'industrie, la société civile et les citoyens.

Au Canada, tous les ministères fédéraux, organismes et groupes fonctionnels au sein du gouvernement devraient faire des efforts pour lutter contre la désinformation.

Le présent guide vise à donner un aperçu de la désinformation et de l'incidence de cette menace croissante sur nos institutions démocratiques. Il propose également une approche pour repérer la désinformation touchant l'information, les programmes, les politiques et les services gouvernementaux, et pour y réagir.

Les fonctionnaires y trouveront de l'information et des ressources sur les pratiques exemplaires, ainsi que des conseils sur la façon de comprendre la désinformation liée à leur travail, d'aider à contrer la désinformation et de renforcer la résilience et la résistance du public à celle-ci.

Bien que ces lignes directrices s'adressent à tous les fonctionnaires, les organisations et les groupes utiliseront cette information de différentes façons, selon leurs rôles, leurs responsabilités et la structure de leur organisation. Veuillez consulter votre équipe des communications avant de prendre toute mesure publique contre la désinformation.

Il convient de noter que les orientations et procédures devront être adaptées suivant l'évolution de la recherche, des données probantes et des outils disponibles pour lutter contre la désinformation. Lorsque vous appliquez les présentes lignes directrices, tenez compte de la situation et du mandat de votre organisation.

Remarque

Les lignes directrices fournies dans le présent document visent à compléter les règles en place pour la gestion des communications. Comme c'est le cas pour toutes les communications destinées au public, toute activité visant à contrer la désinformation dans l'environnement public doit être approuvée par le chef des communications du ministère et doit respecter les orientations énoncées dans les politiques et les directives de la série de produits [Communications et image de marque](#).

Le contenu du présent guide s'inspire de diverses sources gouvernementales et d'autres partenaires. À la fin du guide, vous trouverez une liste de ces sources, ainsi que d'autres ressources qui vous aideront à approfondir vos connaissances et votre compréhension de la désinformation.

COMPRENDRE LA DÉSINFORMATION

Qu'est-ce que la désinformation?

Il existe bien des façons de définir les termes « désinformation » et « mésinformation ». Dans le cadre du présent guide, la désinformation désigne de « l'information délibérément fausse, diffusée dans le but de tromper ou de nuire ». Des récits de désinformation peuvent être diffusés sous forme de texte, d'image, d'enregistrement sonore ou de divers supports et formats combinés. Souvent, on décrit officieusement la désinformation comme étant de « fausses nouvelles », mais elle peut prendre de nombreuses formes.

La désinformation ne doit pas être confondue avec d'autres types (formes) d'informations potentiellement dangereuses, comme :

- la mésinformation, à savoir de l'information erronée qui n'a pas pour but de tromper et qui est souvent communiquée de bonne foi;
- la malinformation, qui consiste à utiliser délibérément des informations factuelles, telles que l'état de santé d'une personne, dans le but de nuire.

Il ne faut pas non plus confondre la désinformation avec les opinions, qui sont simplement des croyances ou des attitudes subjectives et qui ne sont pas nécessairement fondées sur des faits.

Des personnes, des organisations, des gouvernements étrangers et d'autres acteurs peuvent créer et diffuser de la désinformation pour différentes raisons, notamment pour :

- obtenir le soutien à l'égard de leurs politiques et faire taire les critiques dans leur propre pays et dans le monde entier;
- tirer profit de la création de renseignements faux ou trompeurs;
- répandre leur idéologie ou leurs croyances au sein de la population;
- semer la discorde et s'immiscer dans les affaires intérieures des autres pays.

Une fois qu'un récit de désinformation est introduit dans l'écosystème de l'information (par exemple au moyen de messages dans les médias sociaux), l'objectif est qu'il soit diffusé de manière virale et involontaire par d'autres personnes.

La lutte contre la désinformation limitera-t-elle la liberté d'expression?

Non. Les conseils fournis ne limiteront pas la liberté d'expression des particuliers. L'information contenue dans le présent guide est fournie dans le seul but de s'assurer que les fonctionnaires sont conscients de la menace que présente la désinformation afin qu'ils soient outillés pour la contrer en veillant à ce que les gens aient accès à des renseignements exacts et fiables sur les politiques, les services et les mandats du gouvernement.

Le gouvernement du Canada défend et appuie la liberté d'expression, qui est fondamentale à une société libre et démocratique et qui est garantie par la [Charte canadienne des droits et libertés](#).

Pourquoi se préoccupe-t-on de la désinformation?

Une démocratie forte repose sur l'accès à des sources d'information diversifiées et fiables. Les Canadiens se fient à l'information provenant de diverses sources, comme les médias traditionnels, les médias sociaux et leurs pairs, pour prendre des décisions importantes, sur le plan tant personnel que démocratique. Cela permet aux citoyens de prendre des décisions en toute indépendance, sur la base d'une évaluation libre des meilleures informations accessibles.

La désinformation a pour but d'éroder la confiance du public dans les institutions, de polariser l'opinion, d'aggraver les divisions sociales et d'entraver la capacité du gouvernement à protéger le public et à défendre les intérêts nationaux. Dans les cas de contenu extrême, la désinformation ou les théories du complot peuvent également conduire à la radicalisation et à la violence.

Les informations fausses ou trompeuses peuvent être source de doute, de confusion et de frustration, et leur présence peut compliquer la recherche de renseignements exacts et miner la crédibilité de ces derniers.

La croyance en la désinformation peut amener les personnes à retarder la prise d'une décision importante et éclairée qui pourrait avoir une incidence sur leur sécurité et leur bien-être.

Il est essentiel qu'en tant que fonctionnaires, nous soyons conscients de la désinformation et que nous veillions à ce que les gens aient accès à des renseignements exacts et fondés sur des données probantes pour prendre des décisions éclairées et participer pleinement aux activités démocratiques clés.

Example:

Selon un [rapport](#) publié en 2023 par le Groupe d'experts sur conséquences socioéconomiques de la mésinformation en science et en santé du Conseil des académies canadiennes, les fausses informations sur la COVID-19 ont gravement entravé la réponse du Canada en matière de soins de santé et ont entraîné au moins 2 800 décès évitables et près de 300 millions de dollars supplémentaires en frais hospitaliers.

Comment repère-t-on la désinformation?

Dans certains cas, la désinformation peut être facile à repérer. Souvent, des informations factuelles ou partiellement factuelles sont manipulées pour donner à un récit une apparence de crédibilité et rendre la désinformation plus difficile à détecter. Cela se fait de différentes manières, par exemple en insérant des « grains de vérité » dans une histoire par ailleurs fausse, en omettant un contexte important ou en juxtaposant un texte avec des images sans rapport ou modifiées.

Un partenariat solide entre les experts, les groupes de politiques, les communicateurs et les décideurs est essentiel pour séparer la réalité et la fiction.

Même si la désinformation peut être difficile à repérer, portez attention à certains signes courants, notamment au contenu qui :

Exemple :

En 2019, [une fausse nouvelle sur le programme d'immigration du Canada est devenue virale](#). Bien que cette histoire reprenait certaines parties d'une annonce faite en 2017 par le gouvernement du Canada, elle omettait des informations essentielles.

Vise à provoquer une forte réaction émotionnelle

Contient des affirmations étonnantes

Semble trop beau pour être vrai

Contient des propos osés sur une question controversée

Contient un piège à clics

A été largement diffusé sur des plateformes reconnues pour permettre la désinformation

Repose sur des bribes d'informations valides que l'on exagère ou déforme

Ce n'est que la pointe de l'iceberg. Le Centre de la sécurité des télécommunications fournit des ressources et de l'information sur d'autres façons de déceler la [désinformation](#), y compris divers outils de vérification des faits.

L'équipe des communications de votre ministère peut également avoir accès à des outils de surveillance des médias traditionnels et sociaux, lesquels peuvent vous aider à repérer la désinformation.

SE DÉFENDRE CONTRE LA DÉSINFORMATION

Le meilleur moyen de défense contre la désinformation, c'est un public résilient – c'est-à-dire capable de repérer la désinformation et d'y résister. Pour bâtir la résilience, il faut que les gens aient accès à des renseignements fiables et factuels de même qu'aux outils nécessaires pour bien apprivoiser le numérique.

En tant que fonctionnaire, la meilleure façon de renforcer la résilience contre la désinformation est de veiller à ce que l'information de votre organisation soit claire, concise, exacte, à jour et facilement accessible.

Bien que la présente section fournisse des conseils et des astuces détaillés, il est important de toujours consulter votre équipe des communications avant de prendre des mesures destinées au public.

Préparer son organisation

Il n'y a pas de recette miracle pour empêcher la désinformation, mais votre organisation peut se préparer à contrer la désinformation en :

1. connaissant ses vulnérabilités;
2. comprenant l'environnement public;
3. rédigeant des messages pour lutter contre la désinformation avant qu'elle ne se répande.

Le saviez-vous?

En 2019, dans le cadre de son plan visant à protéger la démocratie, le gouvernement du Canada a lancé l'[Initiative de citoyenneté numérique](#). Ce programme vise à soutenir la démocratie et l'inclusion sociale au pays en renforçant la résilience des citoyens à l'égard de la désinformation en ligne et en établissant des partenariats qui favorisent un écosystème d'information sain.

1. CONNAÎTRE LES VULNÉRABILITÉS DE SON ORGANISATION

Il est important de déterminer, en collaboration avec vos experts, y compris vos équipes des politiques et des communications, les principaux secteurs d'activité de votre organisation qui pourraient être touchés par la propagation de la désinformation.

Dans un premier temps, vous devriez évaluer les vulnérabilités. Tenez compte de facteurs tels que l'effet que la désinformation pourrait avoir sur vos intervenants, vos activités et la capacité de votre organisation à offrir des programmes et services. Demandez-vous s'il y a eu des cas antérieurs de désinformation sur des sujets connexes et cernez les tendances ou les thèmes récurrents.

Lorsque vous connaissez les vulnérabilités de votre organisation, vous pouvez concentrer vos efforts sur ces domaines afin de préparer des informations claires, factuelles et faciles à trouver liées à votre mandat. Vous pouvez également préparer de manière proactive des messages basés sur des faits et des données pour contrer les faux récits qui pourraient émerger.

Les étapes ci-dessus feront partie d'un exercice continu, alors réfléchissez à la façon dont vous pouvez partager ces informations à grande échelle au sein de votre organisation. Il peut s'agir de mises à jour lors de réunions régulières, d'un document de planification permanent ou de vérifications régulières auprès d'experts, de décideurs, d'analystes des programmes et des politiques et du secteur des communications de votre ministère.

2. COMPRENDRE L'ENVIRONNEMENT PUBLIC

Pour préparer son organisation, il est essentiel d'être au courant de ce qui se dit, et la manière la plus simple de le faire est d'effectuer une [analyse de l'environnement public \(AEP\)](#).

L'AEP fournira une image claire de la nature et de la portée d'une question ou d'un sujet, tant au niveau global que particulier (segments de population) au cours d'une période donnée.

Les équipes des communications sont généralement en mesure de fournir une aide en ce qui a trait aux AEP.

Si vous comprenez l'environnement public, il vous sera plus facile d'être à l'affût de tout faux récit ou renseignement sur votre domaine de travail. Vous pourrez également évaluer les vulnérabilités et anticiper les problèmes à régler.

Le saviez-vous?

Une AEP est une collecte approfondie d'informations et de données de recherche provenant de nombreuses sources (surveillance des médias traditionnels et sociaux, débats parlementaires, délibérations de comités, recherches ou rapports publics, informations et sites Web de tiers, activités de groupes d'intérêts spéciaux, etc.).

3. RÉDIGER DES MESSAGES POUR LUTTER CONTRE LA DÉSINFORMATION AVANT QU'ELLE NE SE PRODUISE

Lorsque vous aurez évalué les vulnérabilités de votre organisation et que vous aurez une meilleure idée de ce qui fait l'objet de discussions dans l'espace public, vous pourrez commencer à préparer du contenu visant à lutter contre la désinformation existante ou potentielle.

Le temps est un facteur essentiel de la lutte contre la désinformation. Il peut en effet être difficile de corriger les faux renseignements et de régler les problèmes dans les dossiers ministériels si ces renseignements ont été communiqués à grande échelle. La planification peut vous faire gagner un temps précieux.

Des études montrent que les gens peuvent être protégés contre la désinformation s'ils reçoivent tout d'abord des renseignements précis et factuels qui s'accompagnent d'un contexte – ce que l'on appelle la démythification préventive. Le fait de veiller à ce que le contenu soit facilement accessible aidera à gérer et à atténuer les vulnérabilités en comblant les lacunes qui pourraient nuire à la compréhension du public.

Pour communiquer de manière proactive avec le public sur les dossiers et les enjeux clés, il faut établir un partenariat à l'échelle de l'organisation entre les experts, les décideurs, les analystes des programmes et des politiques ainsi que les communicateurs.

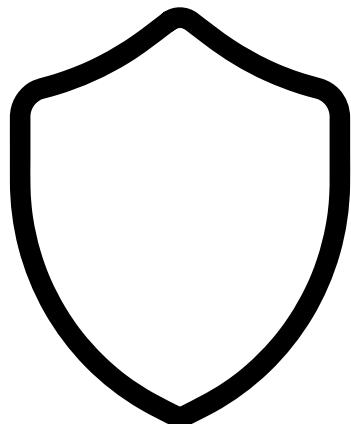
L'équipe des communications de votre ministère sera en mesure de vous aider à créer du contenu adapté à votre public cible. Ces messages doivent être clairs, concis et convaincants, et fournir des informations exactes et à jour.

Ce contenu peut être communiqué de manière proactive ou utilisé de manière réactive dans le cadre de campagnes de désinformation. Il peut s'agir de :

- rédiger une série de questions et réponses à l'intention des porte-paroles avant toute occasion de mobilisation du public;
- transmettre aux équipes responsables des médias sociaux des messages sur lesquels elles pourront s'appuyer dans le cadre de leurs conversations sur les canaux officiels du gouvernement;
- publier en ligne de l'information qui réfute les fausses informations et fournit des contre-arguments précis.

Tactiques pour renforcer la résilience

Le fait de fournir au public des renseignements fiables et exacts sur les dossiers et les enjeux clés de votre ministère peut contribuer à renforcer la confiance du public et sa résilience à l'égard de la désinformation.



Après avoir aidé votre organisation à se préparer, vous pouvez utiliser certaines tactiques pour renforcer la résilience du public, notamment :

1. communiquer à l'avance des informations exactes au public (démystification préventive);
2. soutenir la littératie numérique;
3. faire preuve d'ouverture et de transparence;
4. interagir fréquemment avec votre public;
5. reconnaître ce que vous ne savez pas.

Ces tactiques peuvent être utilisées seules ou en combinaison.

Il demeure important de consulter votre équipe des communications et d'obtenir son approbation avant de prendre toute mesure.

1. COMMUNIQUER À L'AVANCE DES INFORMATIONS EXACTES AU PUBLIC (DÉMYSTIFICATION PRÉVENTIVE)

La démystification préventive consiste à préparer votre public avant qu'il ne soit confronté à la désinformation en lui fournissant des informations, des données probantes ou un contexte précis. Vous devez également vous assurer que vos informations sont accessibles, ainsi que faciles à trouver et à comprendre.

L'objectif de la démystification préventive est de s'attaquer aux idées fausses, aux campagnes de désinformation et aux faux renseignements avant qu'ils ne commencent à être diffusés. Ainsi, les gens voient d'abord les bonnes informations et sont mieux à même de repérer la désinformation avant d'y ajouter foi ou de la partager par inadvertance.

Des recherches ont montré que la démystification préventive est l'une des stratégies les plus efficaces pour lutter contre la propagation de la désinformation.

La démystification préventive remplit l'espace de l'information avec des renseignements fréquents et précis. Collaborez avec votre équipe des communications pour vous assurer que l'information sur votre programme ou service est accessible et mise à jour régulièrement. Qu'ils soient communiqués par l'intermédiaire de plateformes numériques, des médias ou de sources plus traditionnelles – comme des dépliants ou la radio –, ou dans le cadre de communications en personne (assemblées publiques, tables rondes, réunions d'intervenants, etc.), ces renseignements fourniront des détails utiles et exacts aux Canadiens.

Ces informations peuvent également être utilisées de manière réactive, pour fournir des informations contextuelles supplémentaires par l'entremise des canaux officiels du gouvernement en cas de désinformation.

Exemple : Aller au-devant des campagnes de désinformation

La réponse du Canada à la désinformation russe, menée par Affaires mondiales Canada (AMC), comprenait une stratégie de communication publique proactive pour aller au-devant des campagnes de désinformation du Kremlin.

La campagne permanente sur les médias sociaux et la présence sur le Web ont aidé les lecteurs à comprendre comment gérer la désinformation, tout en replaçant les informations dans leur contexte de manière claire et concise à l'aide de certaines des activités suivantes :

- messages hebdomadaires sur les canaux de @CanadaPE, sur le compte LinkedIn d'AMC et sur le compte Telegram du Département d'État des États-Unis;
- amplification du contenu des comptes de 50 missions participantes et envoi à toutes les missions de mises à jour sur le contenu important de la campagne;
- surveillance régulière et amplification des communications des partenaires clés du gouvernement canadien (Défense nationale, Forces armées canadiennes et Centre de la sécurité des télécommunications) ainsi que de partenaires internationaux (EUvsDisinfo, Bureau des Affaires étrangères, du Commonwealth et du Développement du Royaume-Uni et Département d'État des États-Unis);
- communication du contenu clé de la campagne et de messages hebdomadaires dans diverses langues locales (neuf à ce jour).

2. SOUTENIR LA LITTÉRATIE NUMÉRIQUE

Les recherches montrent que le meilleur moyen de se défendre contre la désinformation, c'est de bâtir une population résiliente qui sait reconnaître la désinformation et qui est donc moins susceptible de se faire manipuler. Même les interventions brèves et subtiles permettent de renforcer la résilience à l'égard de la désinformation.

En tant que fonctionnaire, vous pouvez contribuer à renforcer cette résilience en aidant à sensibiliser la population à la désinformation et à ses répercussions, ainsi qu'en fournissant des ressources sur la façon de cerner et de vérifier les sources d'information fiables.

En travaillant avec votre équipe des communications pour offrir des ressources, des outils et des conseils pratiques qui soutiennent la littératie médiatique et la pensée critique, vous aiderez le public à repérer la désinformation.

Exemple :

Il peut s'agir de rappels concernant l'importance de vérifier l'origine des informations ou le nom de domaine des sources Internet. Ces types d'interventions visent à encourager les utilisateurs à réfléchir de manière critique et à se questionner sur l'exactitude de l'information avant de la partager.



De tels conseils, et d'autres fournis par le [Centre canadien pour la cybersécurité](#), peuvent être communiqués dans les médias sociaux, lors de conférences de presse ou de séances d'information technique, dans les réponses aux médias et au moyen de liens sur votre site Web.

3. FAIRE PREUVE D'OUVERTURE ET DE TRANSPARENCE

Il est essentiel de fournir des renseignements clairs et précis en temps opportun, mais cela peut être encore plus important dans un environnement d'information en évolution, où les politiques, les procédures ou les positions peuvent devoir changer et s'adapter. Cette approche peut contribuer à renforcer la confiance à l'égard de l'organisation et de la fiabilité de ses informations.

Il peut s'agir de communiquer une mesure stratégique révisée en soulignant ce qui a changé et en expliquant les circonstances qui ont mené au changement. Il peut aussi s'agir de faire preuve d'ouverture et de franchise au sujet des activités susceptibles de toucher les Canadiens, comme les travaux d'entretien planifiés ou les interruptions de service.

En reconnaissant le changement et en expliquant les raisons de celui-ci dans un forum public, vous donnez au public un aperçu des coulisses du processus décisionnel et assurez une transparence et une reddition de comptes complètes.

Cette manière de faire atténue les risques que ces informations soient mal interprétées et que certains pensent que l'organisation essaie de « tromper » le public. Le fait d'assurer une transparence et une reddition de comptes complètes contribuera à prévenir la propagation de la désinformation au sujet de ce type de questions.

Dans un environnement de l'information en constante évolution, les politiques et les positions devront inévitablement changer et s'adapter. Dans ces cas, il est important de reconnaître le changement et d'expliquer les raisons de celui-ci dans un forum public.

Les communications au sujet d'une nouvelle initiative ou mesure stratégique peuvent inclure des renseignements sur ce qui a été modifié dans la politique, sur les circonstances qui ont mené à ce changement et sur la façon dont les décisions pertinentes ont été prises. Votre organisation devra évaluer soigneusement les risques avant de décider d'utiliser cette stratégie de communication.

Exemple : Changements dans les politiques gouvernementales

Avant sa légalisation en 2018, le cannabis figurait à l'annexe II de la *Loi réglementant certaines drogues et autres substances*. Cela signifie qu'il était interdit d'en consommer à des fins non médicales. Ainsi, dans les messages publics, on insistait sur le caractère illégal de l'usage du cannabis et sur l'existence de lois et de sanctions pénales liées à la possession et au trafic de cette substance.

Dans le cadre du processus de légalisation, les messages ont été axés sur les raisons de ce changement. On a ainsi expliqué que la *Loi sur le cannabis* avait été adoptée en raison de l'évolution des attitudes de la société et de la demande de changement de la part du public, à la suite de discussions fondées sur des données probantes et de la consultation d'experts.

Depuis l'adoption de la loi, les messages visent à reconnaître la consommation de cannabis chez les Canadiens, en particulier les jeunes, et à éviter que les profits tombent entre les mains des criminels. Ils s'inscrivent également dans une approche destinée à réduire les effets néfastes du cannabis sur la santé publique, en particulier pour les jeunes.

Tout au long de ce processus, les messages sont demeurés ouverts et transparents, ce qui a contribué à réduire les risques de désinformation.

4. INTERAGIR FRÉQUEMMENT AVEC VOTRE PUBLIC

Pour aider à prévenir la propagation de la désinformation, communiquez régulièrement avec le public de votre organisation afin d'établir des relations à long terme avec celui-ci.

Il est important de montrer que vous comprenez les besoins de votre public et de communiquer d'une manière qui met l'accent sur l'échange d'informations.

Le fait d'établir une relation de confiance avec votre public augmente les chances que l'information que vous transmettrez soit comprise et retenue. Votre public sera ainsi plus à même de repérer la désinformation.

L'équipe des communications de votre ministère sera en mesure de vous aider.

Exemple : Échanger dans le cadre de séances « Demandez-moi n'importe quoi »

Statistique Canada a réussi à atteindre son public et à interagir avec lui en organisant des séances « Demandez-moi n'importe quoi » sur Reddit, dans le cadre desquelles il échange avec une communauté active à propos de sujets d'intérêt pour ses membres.

En général, les séances consistent en une rencontre en direct d'une heure, où deux à cinq experts répondent aux questions et préoccupations des participants. Ces séances contribuent à accroître la connaissance des données ainsi que des programmes et initiatives de Statistique Canada. Parmi les sujets qui ont déjà été abordés figure l'Indice des prix à la consommation – dans le subreddit r/PersonalFinanceCanada (un sujet et une région ayant une base d'utilisateurs très active).

La communauté réagit de manière très positive à ces séances. Les participants ont remercié l'organisme pour sa transparence ainsi que pour le temps consacré à discuter de questions importantes pour eux.

En plus de favoriser la confiance, ces séances menées dans un cadre accessible et informel permettent à l'organisme de lutter directement contre la désinformation et la désinformation.

5. RECONNAÎTRE CE QUE VOUS NE SAVEZ PAS

En cas de crise ou lorsqu'un problème surgit et que le paysage de l'information évolue rapidement, les renseignements ne sont pas toujours interprétés de la même façon.

La désinformation peut s'enraciner en l'absence d'informations officielles.

Dans ces cas, il est important de combler le vide en faisant le point en temps opportun, même si vous n'avez pas encore tous les détails pour régler la question. En reconnaissant explicitement, précisément et en amont qu'il y a des aspects encore inconnus ou indéterminés, nous pouvons aider à gérer les attentes et à combattre les rumeurs.

Mais avant de mettre en œuvre cette stratégie, vous devrez procéder à une évaluation des risques, en collaboration avec vos experts, y compris vos responsables des politiques et des communications.

Il peut s'agir, par exemple :

- d'une publication dans les médias sociaux pour confirmer qu'une situation est toujours en cours et qu'aucune décision n'a été prise;
- d'une réponse aux médias précisant ce que l'on sait, ce qui n'a pas encore été confirmé, ainsi que l'endroit où seront communiquées les mises à jour.

AGIR CONTRE LA DÉSINFORMATION

Malgré tous vos efforts, un récit de désinformation a pris racine. Que faire maintenant?

Dans cette section, nous examinerons les approches permettant de contrer les campagnes de désinformation en cours. Ce qui est préoccupant, c'est **l'effet ou l'influence** que peut avoir la désinformation, puisque celle-ci peut amener les gens à agir d'une façon susceptible de leur nuire ou de causer un préjudice à autrui.

Comment savoir s'il est nécessaire d'agir?

Chaque cas de désinformation doit être examiné de façon indépendante, et la décision d'intervenir ou non doit être mûrement réfléchie. Pour orienter votre processus décisionnel, il peut être utile de consulter certains groupes au sein de votre organisation, y compris des experts, des décideurs, des analystes des programmes et des politiques et les responsables des communications de votre ministère.

Plus tôt dans ce guide, nous avons parlé de l'importance de cerner les vulnérabilités de votre organisation. Ces vulnérabilités pourraient vous aider à établir si une réponse est nécessaire et, le cas échéant, à cerner l'ampleur de la réponse requise.

La désinformation n'exige pas toujours de réponse; dans de nombreux cas, l'opinion publique se corrigera d'elle-même. Dans certains cas, il peut être préférable de laisser un récit de désinformation s'estomper de lui-même, au lieu de l'amplifier en y répondant.

De même, il est important de ne contrer que les affirmations dont on peut prouver qu'elles sont fausses. Voici des exemples qui ne relèvent pas de la désinformation :

- les opinions;
- les interprétations concernant des politiques et des positions du gouvernement qui ne cadrent pas avec les messages clés de votre organisation.

Avant d'agir, procédez comme suit :



Déterminez s'il s'agit
de désinformation

Évaluez la portée et
l'incidence de cette
information

Assurez-vous de
comprendre le contexte et
l'environnement public

Évaluez le risque
de préjudice

1. DÉTERMINER S'IL S'AGIT DE DÉSINFORMATION

Avant de choisir une approche pour contrer la désinformation, assurez-vous que les informations que vous corrigerez sont inexactes et qu'elles ont pour but de tromper ou de nuire (voir la section ci-dessus sur la manière de repérer la désinformation). Il s'agit d'une étape importante pour vous assurer que vous ne prenez pas de mesures non nécessaires.

Travaillez avec des experts, des décideurs, des analystes des programmes et des politiques et les spécialistes des communications de votre organisation pour obtenir des faits permettant de corriger la désinformation.

Concentrez vos efforts sur la lutte contre les fausses affirmations, et non sur la réponse aux opinions ou interprétations divergentes concernant les politiques et les positions du gouvernement.

2. ÉVALUER LA PORTÉE ET L'INCIDENCE DE LA DÉSINFORMATION

En examinant la portée et l'incidence de la désinformation, vous pourrez évaluer la possibilité qu'un faux récit se répande largement ou devienne viral, et qu'il ait des effets préjudiciables. Cette analyse vous aidera à choisir le type d'approche à adopter. Par exemple, il peut être nécessaire de réagir rapidement et ouvertement lorsque la désinformation est susceptible de porter préjudice à un large public.

En collaboration avec votre équipe des communications, vous pouvez utiliser plusieurs méthodes pour déterminer la portée d'un récit de désinformation et la probabilité que celui-ci devienne viral, par exemple :

- consulter les données d'analyse des médias sociaux ou du Web;
- surveiller les sujets et les mots-clés tendance;
- sensibiliser le public au discours en ligne;
- surveiller les médias traditionnels pour voir comment le sujet est présenté.

Ces types d'informations vous aideront à comparer l'ampleur des conversations sur la désinformation et ce qui se dit généralement sur les sujets liés à votre mandat. Et ces données vous aideront à repérer les tendances et les changements d'opinion inquiétants.

Définitions :

Portée : Nombre de personnes qui sont exposées à la désinformation.

Incidence : Rapidité à laquelle la désinformation est partagée, et ampleur de cette diffusion.

3. COMPRENDRE LE CONTEXTE ET L'ENVIRONNEMENT PUBLIC

Des recherches supplémentaires sur ce qui se déroule dans l'environnement public peuvent vous aider à mieux comprendre ce qui a pu conduire à l'émergence ou à la circulation du faux récit, et à y réagir efficacement.

Par exemple, en approfondissant vos recherches, vous pourriez découvrir que [la désinformation coïncide avec une annonce récente du gouvernement](#), ou qu'une personnalité influente a fait des remarques publiques qui ont éveillé l'intérêt pour ce sujet.

Connaître l'environnement dans lequel circule un récit de désinformation permet de déterminer l'urgence de la situation. Selon le contexte, il peut être nécessaire de réagir rapidement à la désinformation, alors que dans d'autres cas, la situation peut être moins urgente et nécessiter une approche plus subtile.

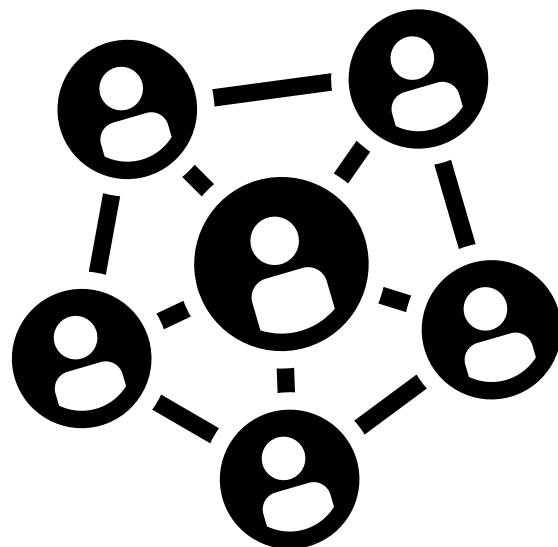
Le fait de comprendre le contexte global dans lequel s'inscrit la désinformation vous aidera à choisir votre approche et à déterminer s'il s'agit d'une campagne générale et si d'autres ministères ou organismes sont concernés.

Toutes les dates et références temporelles associées à la désinformation peuvent vous aider à remonter à un moment précis. En collaboration avec votre équipe des communications, vous pourrez analyser l'environnement d'information global au cours de cette période afin de cerner les récits ou les thèmes connexes qui ont pu circuler.

Il est important de travailler avec des partenaires et les autres organisations concernées, et de partager vos conclusions.

4. ÉVALUER LE RISQUE DE PRÉJUDICE

Le risque de préjudice renvoie à l'incidence négative que la désinformation peut avoir sur votre organisation, ses activités, sa réputation ou la sécurité et le bien-être du public. Là encore, le doute, la confusion, la frustration et la polarisation ne sont que quelques exemples des nombreux préjudices causés par la désinformation.



Le fait de comprendre dans quelle mesure un cas de désinformation peut constituer une menace pour votre organisation ou pour le public peut vous aider à déterminer si une réponse immédiate est nécessaire ou si vous devriez plutôt continuer, pour le moment, à suivre l'évolution de la situation.

Il n'est pas simple d'évaluer le risque de préjudice. Vous devrez probablement soupeser de multiples facteurs pour décider de la ligne de conduite la plus appropriée.

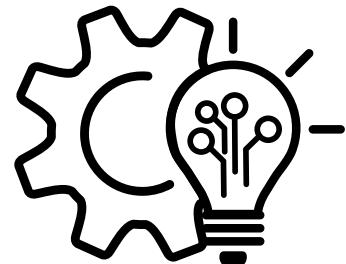
Élaborer des stratégies

Une fois que vous avez pris en compte les facteurs ci-dessus et déterminé qu'une réponse est nécessaire, vous devrez élaborer une stratégie d'intervention appropriée avec des partenaires au sein de votre organisation.

Toute réponse à la désinformation nécessite une approche réfléchie et stratégique qui tient compte du contexte, du public cible et des canaux de communication. Pour contrer la désinformation, il faut une stratégie mesurée et bien pensée. Chaque situation doit être évaluée individuellement afin de déterminer la réaction optimale de votre organisation.

Bien que chaque situation soit unique et qu'il n'existe pas d'approche universelle, les questions suivantes vous aideront à définir votre approche :

- Quel est l'objectif de la lutte contre cette désinformation?
- Quel est le public cible, et comment allez-vous l'atteindre?
- Quelle est l'urgence de la situation? Faut-il agir immédiatement?
- Quelles sont vos options de communication?
- Pouvez-vous collaborer avec des partenaires?
- Comment surveillerez-vous l'efficacité de votre approche?



Il est important de consulter votre équipe des communications et d'obtenir son approbation lorsque vous préparez des stratégies ou envisagez de prendre des mesures.

Tactiques pour contrer la désinformation

Les principes qui guident toutes les activités de communication du gouvernement du Canada sont énoncés dans la [Politique sur les communications et l'image de marque](#). Pour être efficaces, les communications doivent être opportunes et pertinentes, et le message véhiculé doit être clair, concis, exact et objectif.

Ces principes s'appliquent également à la lutte contre la désinformation. Le contenu doit être adapté au public visé, l'information doit être facilement accessible, et les communications proactives sont la meilleure approche (voir la section « Se défendre contre la désinformation »).

La lutte contre la désinformation est un processus continu qui nécessite de la persévérance, une approche à plusieurs volets, ainsi que la mise à contribution de plusieurs équipes de votre organisation.

Voici des exemples de tactiques que vous pouvez utiliser dans le cadre de votre stratégie, en combinaison avec de vastes efforts visant à promouvoir la littératie médiatique, la pensée critique et les pratiques de diffusion responsables.

Bien que la plupart de ces tactiques relèvent de votre équipe des communications, il est important de comprendre les différentes options et votre rôle dans celles-ci.

1. DIFFUSION RAPIDE DE RENSEIGNEMENTS EXACTS

Fournissez des informations précises et des clarifications aussi rapidement que possible. Cela peut contribuer à limiter la propagation de la désinformation et l'ampleur de ses répercussions.

Une réaction rapide peut avoir pour effet d'éviter que la désinformation ne s'installe profondément et d'empêcher la propagation de faux récits en veillant à ce que des renseignements exacts soient accessibles.

En collaboration avec vos experts, y compris les responsables des politiques et des communications, vous pouvez vous assurer que l'information est accessible au public sur les canaux officiels de votre organisation, comme les sites Web et les médias sociaux.

Si une stratégie plus directe est nécessaire, fournissez à votre équipe des communications des renseignements clés qu'elle pourra rapidement diffuser au moyen des comptes officiels de médias sociaux, dans les communiqués de presse, dans le cadre de discussions avec les médias, etc.

2. COHÉRENCE ET RÉPÉTITION

La répétition peut aider à lutter contre les fausses croyances et augmenter la probabilité que les informations exactes soient retenues. En fournissant régulièrement des informations exactes et en répétant les faits essentiels de différentes manières, les organisations peuvent créer un récit qui contribue à étouffer les fausses informations.

En collaboration avec votre équipe des communications, cherchez des façons d'intégrer les messages clés dans les communications proactives continues, comme :

- les publications dans les médias sociaux;
- les communiqués;
- les réponses aux médias;
- les comparutions devant le Parlement;
- les discours publics;
- les autres communications avec le public.



3. DÉMYSTIFICATION

Le but de la démystification est de faire en sorte que l'information exacte l'emporte en communiquant des faits pour contrer les fausses informations.

La démystification comporte plusieurs étapes :

1. repérer les faux récits;
2. vérifier les faits au moyen de sources crédibles;
3. fournir des faits probants pour réfuter le faux récit;
4. étayer les corrections au moyen de données et de sources crédibles;
5. fournir des liens, des références ou des citations de sources réputées qui appuient les déclarations afin de renforcer la confiance à l'égard du message.

Définition :

Démystification : Fait de mettre au jour les fausses informations pour clarifier les faits.

Exemple : Démystifier la désinformation

La réponse du Canada à la désinformation russe, menée par Affaires mondiales Canada, comprend une campagne permanente dans les médias sociaux et du contenu Web pour contrer les faux récits diffusés par le Kremlin.

Lancées en 2022, les pages [Les efforts du Canada pour contrer la désinformation – Invasion russe de l'Ukraine](#) et [Contrer la désinformation par des faits – L'invasion russe de l'Ukraine](#) comprennent du contenu lié à la désinformation et fournissent une base de données sur la désinformation du Kremlin qui est mise à jour régulièrement. On y trouve aussi des faits provenant du ministère de la Défense nationale, d'Affaires mondiales Canada et du Centre de la sécurité des télécommunications.

4. CAMPAGNE DE SENSIBILISATION DU PUBLIC

Une campagne de sensibilisation est un effort concerté destiné à un public cible ou à la population en général qui vise à accroître la connaissance, la compréhension et la reconnaissance d'une question ou d'un sujet particulier.

Ce type de campagne peut aider les gens à reconnaître et à examiner de manière critique les éléments d'information qu'ils reçoivent, en présentant des concepts ou des informations complexes sous forme d'éléments plus simples et plus faciles à comprendre.

Il peut s'agir d'une tactique utile pour contrer la désinformation, puisque l'espace public sera ainsi inondé d'informations exactes, claires et à jour.

Votre équipe des communications pourra vous aider à déterminer si une campagne de sensibilisation est nécessaire et, le cas échéant, à concevoir celle-ci.

5. MOBILISATION DU PUBLIC

La mobilisation du public est une autre tactique pour réagir directement à la désinformation.

Si vous trouvez des moyens d’interagir avec votre public, vous pourrez écouter ses préoccupations, répondre à ses questions et balayer ses doutes de manière respectueuse et constructive, tout en lui fournissant des explications fondées sur données probantes afin de contrer efficacement la désinformation.

En étant disponibles et réactives, les organisations peuvent gagner la confiance de leur public.

Vous pouvez mobiliser activement votre public par l’entremise de vos comptes de médias sociaux, de forums en ligne, d’assemblées publiques ou d’activités avec des intervenants.

Conseil:

Lisez l’article [Aller à la rencontre des gens là où ils se trouvent \(déjà\) : en ligne!](#) du Bureau de la collectivité des communications pour connaître les pratiques exemplaires en matière de communication et de mobilisation dans un monde numérique.

6. COLLABORATION AVEC DES SOURCES FIALES ET DES INTERVENANTS CLÉS

Les approches collaboratives faisant appel à des sources fiables et aux communications gouvernementales peuvent constituer un moyen efficace d’amplifier votre message et d’atteindre un public plus large. Les groupes difficiles à atteindre ou vulnérables sont particulièrement susceptibles de faire confiance à des organisations et à des leaders qui disposent de réseaux bien établis.

Cela signifie qu’il faut travailler avec des sources crédibles, des experts et d’autres intervenants de confiance pour communiquer la bonne information et contrer la désinformation.

Trouvez des leaders de confiance pour promouvoir l’exactitude de l’information, la pensée critique et les discussions fondées sur des données probantes.

Travaillez avec ces leaders pour créer du contenu et des activités qui vous aident à lutter contre la désinformation. Il peut s’agir de vidéos informatives, d’articles, d’assemblées publiques ou de séances de questions et réponses en direct dans le cadre desquelles les leaders d’opinion peuvent répondre aux questions de leur public sur des sujets précis ou démythifier les idées fausses.

Exemple : Utiliser des voix dignes de confiance pour s'adresser aux communautés de nouveaux arrivants sur les plateformes de messagerie numérique

Pendant la pandémie de COVID-19, le gouvernement fédéral a appris des communautés racisées et minoritaires que la langue et l'accès à la technologie constituaient les obstacles les plus importants pour elles et pour ceux et celles qui les utilisent. Pour atteindre les communautés et leur fournir des informations exactes, l'Agence de la santé publique du Canada et Santé Canada se sont associés à [Refugee 613](#) (en anglais), un organisme qui jouit de la confiance de la communauté, pour distribuer les produits d'information du gouvernement. Les informations ont été traduites en arabe et diffusées par l'intermédiaire de Telegram, la plateforme de messagerie numérique qu'utilise Refugee 613 pour héberger des groupes en ligne destinés aux communautés de nouveaux arrivants.

Le partenariat avec Refugee 613 a permis à des publics vulnérables d'obtenir des informations officielles en utilisant une source fiable. Il a aussi fourni au gouvernement des informations précieuses et des pratiques exemplaires pour créer du contenu à l'intention des nouveaux arrivants. Il a également permis d'accroître la confiance des nouveaux arrivants à l'égard de l'information gouvernementale.

Les principaux enseignements tirés de ce partenariat, qui pourraient être utiles à d'autres organisations envisageant de s'associer à une source digne de confiance, comprennent ce qui suit :

- les communicateurs devraient cerner des voix crédibles et dignes de confiance auprès du public visé et leur fournir des informations et des outils pour communiquer avec leurs réseaux et leurs communautés;
- pour joindre les gens là où ils se trouvent et à l'aide de voix dignes de confiance, il faut adopter des approches à volets multiples en vue d'engager des conversations avec le public;
- les messagers sont importants, tout comme les réseaux individuels;
- les messages transmis du haut vers le bas n'atteignent pas tout le monde;
- la collaboration avec les intervenants a été déterminante pour amener des tiers crédibles à diffuser des informations exactes à l'échelle communautaire.

RÉSUMÉ

La désinformation est une menace en constante évolution qui touche tous les secteurs de la société. En tant que fonctionnaires, nous devons être conscients que la désinformation risque d'éroder la confiance du public dans nos institutions, d'accroître la polarisation et d'avoir une incidence négative sur la capacité du gouvernement à protéger le public et à offrir des programmes et des services qui appuient les intérêts nationaux.

La recherche, les données probantes et les outils disponibles pour étudier et combattre la désinformation continuent d'évoluer rapidement. Bien qu'il n'existe pas d'approche unique pour lutter contre la désinformation, nous espérons que les conseils fournis dans le présent guide seront le point de départ d'autres discussions au sein de votre organisation.

À mesure que de nouvelles informations seront disponibles, les directives et les procédures devront être mises à jour et adaptées.

Si vous souhaitez en apprendre davantage sur la désinformation, explorez les ressources répertoriées à la fin du présent document.

SOURCES

Le contenu du présent guide s'inspire de diverses sources, notamment :

- [la Boîte à outils de lutte contre la désinformation RESIST 2 du Royaume-Uni](#) (en anglais seulement);
- la recherche commandée par l'Unité de protection de la démocratie;
- le [Manuel de l'Agence suédoise pour la protection civile sur les activités de lutte contre les campagnes d'information et d'influence](#) (en anglais seulement);
- le [Centre de ressources DIS/MIS de l'Organisation de coopération et de développement économiques \(OCDE\)](#) (en anglais seulement);
- les orientations fournies par Affaires mondiales Canada (AMC), le [Centre de la sécurité des télécommunications](#) (CST), l'École de la fonction publique du Canada et la collectivité des communications du gouvernement du Canada.

RESSOURCES

Gouvernement du Canada

- [Centre de la sécurité des télécommunications : Désinformation en ligne](#)
- [Centre canadien pour la cybersécurité : Conseils sur la cybersécurité](#)
- [Publications du Service canadien du renseignement de sécurité](#)
- [Bureau du Conseil privé/Institutions démocratiques – Séries de vidéos : Pensez-y à deux fois avant de partager du contenu en ligne](#)
- [Sécurité publique Canada : Ingérence étrangère](#)
- [Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada : Communications gouvernementales](#)
- [Bureau du Conseil privé : Langage clair, accessibilité et communications inclusives](#)

Organisations internationales et tierces parties

Veuillez prendre note que certains des liens ci-dessous mènent vers des pages disponibles uniquement en anglais puisque ces ressources ne relèvent pas du gouvernement du Canada.

- [Boîte à outils RESIST 2 du Royaume-Uni \(en anglais seulement\)](#)
- [Agence suédoise pour la protection civile : Contrer les activités d'information et d'influence – Manuel à l'intention des communicateurs \(PDF\) \(en anglais seulement\)](#)
- [Organisation de coopération et de développement économiques \(OCDE\) : Principes relatifs aux bonnes pratiques pour les communications publiques en réaction à la désinformation et à la désinformation \(en anglais seulement\)](#)
- [EU DisinfoLab \(en anglais seulement\)](#)
- [Désamorcer la désinformation : notre responsabilité partagée \(Département d'État des États-Unis\)](#)
- [Combattre la manipulation de l'information : Manuel pour les élections et la suite des choses \(en anglais seulement\)](#)
- [EUvsDisinfo](#)
- [Campagne Marquez une pause des Nations Unies](#)
- [OTAN-Russie : Mise au point](#)
- [DISARM Framework \(en anglais seulement\)](#)
- [HabiloMédias](#)
- [CTRL-F – Trouver les faits](#)
- [CIVIX explique : La désinformation](#)
- [Digital Public Square \(en anglais seulement\)](#)
- [Apathy Is Boring \(en anglais seulement\)](#)