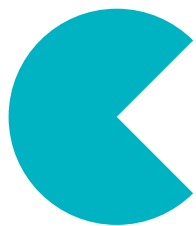


duerchbléck!

Politik verstehen Nr. 6



click & go?



Version DE
www.zpb.lu

nouvelle édition
remaniée 2025

- 3 Préface
- 4 Informations contextuelles

PASSONS À L'ACTION

- 10 Suggestions pour aborder le sujet
- 10 Créer des nuages de mots – Que représente Internet pour toi ?
- 11 Le radar – Mon profil personnel
- 12 Vrai ou faux ? Fake news
- 14 #deviensInfluenceur·euse
- 18 Test de la bulle de filtres – À quel point es-tu enfermé·e dans ta bulle de filtres ?

APPRENNONS

- 22 Moteurs de recherche – Quel est leur mode de fonctionnement ?
- 23 Algorithmes – De quoi s'agit-il ?
- 24 La bulle de filtres comme zone de confort
- 25 Débat virtuel sur les valeurs démocratiques avec un chatbot basé sur l'IA
- 26 Cyberattaques – La mise en réseau nous rend-elle vulnérables ?
- 28 Les responsables politiques luxembourgeois·es sur les réseaux sociaux
- 29 Discours de haine
- 30 Le courage civil dans l'espace numérique
- 31 La vérification des faits en toute facilité
- 32 Le *bien-être numérique* et le droit à la déconnexion numérique
- 34 Le numérique au service de la démocratie – signer des pétitions
- 36 Impressum

Préface

Cher·ère·s lecteur·trice·s,

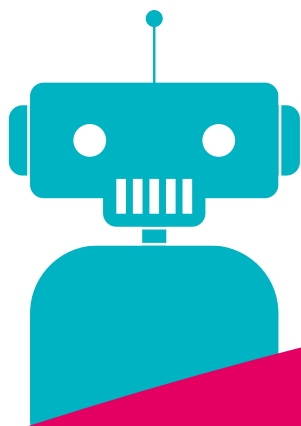
Le monde numérique fait partie intégrante de notre quotidien. Pour les adolescent·e·s et les jeunes adultes, des générations qu'on appelle « *digital natives* », l'articulation fluide entre vie réelle et vie numérique est depuis longtemps une réalité. Les informations sont disponibles à tout moment - quelques clics suffisent pour consulter les actualités, vérifier des faits et partager des points de vue. Mais aussi vastes que soient les possibilités, il est essentiel de garder à l'esprit les défis et les dangers que recèle le flux constant d'informations numériques.

Avec la publication *duerchbléck – click & go* ?, nous vous invitons à porter un regard critique sur la manière dont les informations sont aujourd'hui obtenues, traitées et diffusées. Notre objectif est non seulement de mettre en lumière les évolutions du Web, mais aussi de proposer des pistes d'action pour adopter un rapport plus responsable et plus réfléchi aux contenus numériques. Dans une société démocratique, la capacité à remettre en question les informations de manière critique et à se forger une opinion est essentielle.

À une époque où les actualités font le tour du monde en quelques secondes seulement et où des algorithmes déterminent les contenus qui nous sont présentés, comprendre les rouages du monde numérique devient indispensable. Cette publication vise à ouvrir des pistes de réflexion, à transmettre des connaissances et à favoriser une meilleure compréhension du monde numérique. Nous vous invitons à adopter une approche active et critique, et à réfléchir à votre propre manière de gérer les informations – que ce soit sur le Web ou dans la vie de tous les jours.

Bonne lecture et bonne découverte !

Cette préface a été rédigée par ChatGPT.



Cette publication, les éditions précédentes ainsi que les versions luxembourgeoises et anglaises sont disponibles gratuitement sur www.zpb.lu.

Informations contextuelles

Internet, les réseaux sociaux et l'intelligence artificielle (IA) font désormais partie intégrante de notre quotidien et de notre vie de citoyen·ne·s. Il n'a jamais été aussi simple d'accéder aux informations et de prendre part au débat public.

Depuis les années 2000, le monde des médias connaît une transition des canaux d'information classiques, comme la presse écrite, la radio et la télévision, vers des sources d'information en ligne. Les adolescent·e·s ne sont pas les seul·e·s à suivre les dossiers politiques presque exclusivement sur les fils d'actualités des réseaux sociaux – les adultes, indépendamment de leur âge, s'en servent aussi comme sources d'information. Quiconque possède un téléphone portable a la possibilité, pratiquement à tout moment, de produire des contenus et de les diffuser sur les réseaux sociaux. Internet est ainsi devenu une sphère éminemment politique.

Les médias numériques ne sont toutefois pas exempts de dangers : des phénomènes comme les fake news, les cyberattaques, la dégradation du débat public par les discours de haine ou la manipulation des médias par des groupes extrémistes ou des États hostiles représentent des menaces majeures pour la démocratie moderne.

Parallèlement, la transformation numérique a révolutionné nos pratiques démocratiques. Les initiatives gouvernementales ouvertes, aussi appelées « *e-gouvernement* » ou « démocratie 4.0 », cherchent à rétablir le lien entre la population et son gouvernement élu en renforçant la transparence et la coopération. Elles visent à créer des espaces participatifs où les citoyen·ne·s peuvent partager leur vision pour la société, débattre de décisions politiques et surveiller eux-mêmes l'intégrité des institutions démocratiques de même que la qualité des services publics.

Les réseaux sociaux comme espace politique

Les réseaux sociaux ont transformé la communication entre la sphère politique et la population. La démocratisation des médias en ligne par les réseaux sociaux a entraîné un éclatement du paysage politique, car l'accès à l'électorat n'est plus l'apanage des grands partis et syndicats qui ont les moyens financiers pour mener des campagnes électorales et publicitaires traditionnelles. Les réseaux sociaux permettent aux particulier·ère·s, aux groupes d'intérêt et aux petites organisations qui ne sont pas encore établies de contourner les organes de presse classiques et de mieux contrôler leur image publique.

Dès 2008, la campagne électorale de l'ancien président américain Barack Obama a exploité le potentiel des réseaux sociaux pour créer un sentiment de communauté. Des messages personnalisés grâce à l'analyse de données automatisée ont été adressés à des électeur·trice·s potentiel·le·s, qui ont ensuite généré et relayé leurs propres messages. Les réseaux sociaux ont aussi joué un rôle clé pour coordonner et documenter les manifestations contre les régimes dictatori-

aux lors du Printemps arabe en 2010. Beaucoup de gouvernements bloquent aujourd'hui l'accès aux réseaux sociaux en période d'instabilité, ce qui témoigne de leur potentiel comme outil d'opposition politique. La campagne pro-Brexit de 2016, qui aurait en partie été remportée grâce au recours à des robots sociaux (robots automatisés pour la diffusion d'opinions), illustre bien le rôle que peuvent jouer les réseaux sociaux en politique.

Droits fondamentaux sur Internet

Si Internet répond avant tout au besoin d'accéder librement aux informations et d'exprimer librement ses opinions, il convient aussi de s'interroger sur nos droits et obligations dans le monde numérique. L'ère numérique est une réalité transnationale dominée par des entreprises comme Alphabet (Google), Amazon, Apple, Meta (anciennement Facebook) et Microsoft, qui collectent, utilisent et partagent en permanence des données personnelles à l'échelle mondiale. Les géants du numérique détiennent un immense pouvoir économique et politique grâce à l'évaluation et l'exploitation des données laissées par les utilisateur·trice·s en ligne, qui deviennent des biens marchands.

Les autorités législatives s'efforcent donc de responsabiliser l'industrie au niveau international afin de garantir le respect des droits et obligations des citoyen-ne-s dans l'espace numérique.

Dans l'Union européenne (UE), la protection des données personnelles est un droit fondamental qui est inscrit dans la Charte des droits fondamentaux de l'UE et dans le traité sur le fonctionnement de l'UE. L'article 8 de la charte confère à toute personne le droit à la protection de ses données personnelles afin de prévenir tout abus. Le Règlement général sur la protection des données (RGPD) régit aussi l'utilisation des données des citoyen-ne-s par des tiers. Il vise à garantir les droits fondamentaux, tels que la protection de la vie privée et familiale, la liberté d'entreprendre, la protection des données personnelles, ainsi que la liberté de pensée, de conscience, de religion et d'expression.

L'UE a en outre adopté le règlement sur les services numériques (*Digital Services Act*, DSA) en novembre 2022. Il a pour ambition de créer un univers numérique plus sûr et plus équitable en mettant en place pour la première fois des dispositions qui garantissent une protection équivalente pour tou-te-s les utilisateur-trice-s de l'UE.

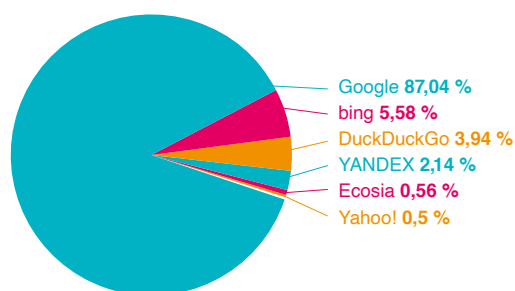
1. Régulation de l'intelligence artificielle dans l'UE

En mars 2024, l'Union européenne a adopté la toute première loi au monde qui réglemente l'intelligence artificielle, appelée *Artificial Intelligence Act* (AIA). L'AIA fixe un cadre légal qui encadre l'utilisation et le développement de l'intelligence artificielle. La régulation de cette technologie vise à renforcer la protection des droits fondamentaux des citoyen-ne-s. Les systèmes jugés comme présentant un risque élevé et utilisés dans des infrastructures critiques, l'éducation ou la santé devront désormais répondre à des exigences strictes et faire l'objet d'une surveillance humaine. L'AIA exige aussi que les fournisseurs d'IA mettent en place un marquage spécifique (p. ex. des filigranes) pour identifier les contenus générés par intelligence artificielle.

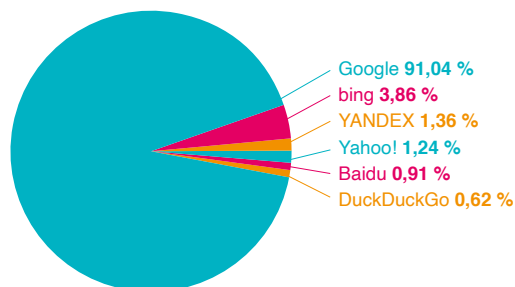
2. Mise en place d'une Charte sur l'intelligence artificielle à la Chambre des Députés

Après l'adoption de l'AIA par l'UE en mars 2024, la Chambre des Députés a décidé à son tour de se doter d'une charte sur l'intelligence artificielle (en juillet 2024). Étant donné que l'IA prend une place de plus en plus importante dans les activités et les projets de l'administration parlementaire, cette charte a pour objectif d'encadrer son utilisation. La charte sur l'intelligence artificielle décrit dix lignes directrices que la Chambre des Députés suivra pour ses futurs

Parts de marché des moteurs de recherche au Luxembourg



Parts de marché des moteurs de recherche dans le monde



Source: Statcounter, août 2024

projets en lien avec l'IA, notamment en matière de transparence, d'éthique et de responsabilité.

3. Communication et liberté d'expression dans l'espace numérique

Au Luxembourg, la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques assure l'exercice du libre accès de la population à une multitude de sources d'information et de divertissement. Il existe ainsi un droit à une communication audiovisuelle libre, indépendante et pluraliste.

De plus, la liberté d'expression est protégée par plusieurs textes, dont la Constitution qui stipule que : « La censure ne pourra jamais être établie » (art. 24). De plus, la Convention européenne des droits de l'homme est en vigueur au Luxembourg depuis 1953. L'article 10 précise que toute personne a droit à la liberté d'expression. C'est un droit fondamental, mais l'exercice de ce droit s'accompagne de devoirs et de responsabilités. Comme pour toutes les libertés, la liberté d'expression s'arrête là où commence celle des autres.

Au Luxembourg, les dispositions relatives à certaines infractions liées au traitement numérique de données sont contenues dans les articles 509-1 à 509-7 du Code pénal, qui prévoient des amendes ou des peines d'emprisonnement pouvant aller jusqu'à cinq ans, selon l'infraction et la tentative d'infraction.

Internet libre ?

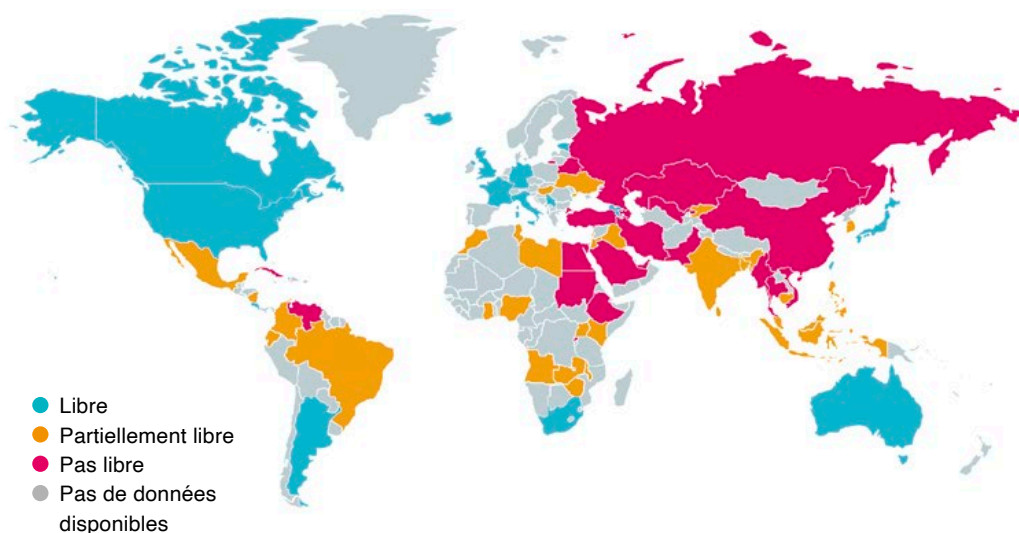
Cette conception, qui défend une utilisation libre et encadrée par la loi d'Internet, diffère beaucoup des pratiques de nombreux États, qui cherchent depuis un certain temps, parfois avec succès, à limiter les libertés sur Internet au niveau national. Ces dernières années, des autorités en Iran, en Arabie saoudite, en Russie et dans un nombre croissant de pays ont renforcé leurs efforts pour manipuler l'environnement numérique et influencer les processus politiques. La Russie bloque depuis plusieurs années l'accès à des contenus ou des sites web qui ne sont pas approuvés par le gouvernement russe. En Corée du Nord, les citoyen-ne-s n'ont pas accès à Internet tel qu'on le connaît dans le reste du monde : à cause de la censure, ils-elles ne peuvent utiliser que le navigateur contrôlé par l'État Kwangmyong.

En Chine aussi, le contrôle des citoyen-ne-s s'intensifie à l'ère du numérique. Le projet *Grand Firewall de Chine*, lancé par le ministère de la Sécurité d'État et aussi appelé la « Grande Muraille numérique de Chine », sert à surveiller et à censurer Internet en Chine en bloquant l'accès à des sites critiques envers le régime, aux réseaux sociaux « occidentaux » et à des contenus jugés subversifs. Le gouvernement chinois juge cette surveillance nécessaire pour protéger la souveraineté numérique et la sécurité nationale du pays. En parallèle, la Chine a lancé un système de crédit social où les citoyen-ne-s sont noté-e-s et sanctionné-e-s en fonction de leur comportement.



Savais-tu qu'il est interdit de publier des photos d'autres personnes en ligne sans leur autorisation ? Chaque personne détient le droit exclusif sur les photos sur lesquelles elle apparaît. Tu ne peux prendre ou publier une photo que si la personne concernée a donné son accord.

Un Internet (pas si) libre



➔ Algorithme

La programmation informatique repose sur des algorithmes. Un algorithme propose une série d'étapes successives qui ont pour objectif de résoudre un problème. Lors de la résolution du problème, les données d'entrée sont transformées en réponse. Le numérique étant omniprésent dans notre quotidien, nous utilisons en permanence les algorithmes. On les retrouve dans les systèmes de navigation GPS ou les applications de rencontre, et l'algorithme de Google nous aide à faire des recherches en ligne. Ils sont aussi employés dans les hôpitaux, les commissariats et les établissements scolaires. Les algorithmes trouvent un autre champ d'application dans les domaines des grands ensembles de données (*big data*) et de la fouille de données (*data mining*). Grâce à la collecte de données en ligne et à la performance accrue des ordinateurs, il est possible d'analyser d'immenses quantités de données à l'aide d'algorithmes pour y déceler des schémas et des corrélations à des fins commerciales ou politiques. Les algorithmes sont davantage orientés vers des objectifs publicitaires que vers la promotion du pluralisme d'opinions dans une démocratie. Notre société devrait donc réfléchir à une éthique des algorithmes. C'est ce qu'affirme par exemple Hannah Fry, mathématicienne au University College London et connue pour son engagement public, dans un entretien accordé au magazine *Jetzt* : « Il est essentiel que les jeunes apprennent à poser un regard critique sur cette problématique, en réfléchissant tant aux aspects positifs que négatifs. Les algorithmes peuvent avoir un véritable impact positif sur la société. »

➔ Algospeak

Le terme « *algospeak* » désigne des codes ou des expressions cryptées, des *dog whistles*, ou des tournures de phrases destinés à déjouer les algorithmes d'une plateforme afin de les contourner. L'utilisation de tournures de phrases, l'adaptation de l'orthographe et le remplacement

de certaines lettres par des chiffres, des symboles ou des émojis permet de diffuser des contenus ou d'utiliser des termes qui seraient normalement censurés par les algorithmes. Il n'y a pas de limites à la créativité.

Certains de ces termes et symboles sont aussi utilisés dans la vie réelle en dehors des plateformes.

➔ Bulles de filtres

Les bulles de filtres sont des bulles d'information créées par la personnalisation des contenus sur Internet. Ces contenus sont personnalisés automatiquement à l'aide de cookies et d'algorithmes. Les exploitants de sites web utilisent les informations disponibles et exploitables pour créer un profil utilisateur (par exemple, la localisation ou l'historique de recherche). Avec le temps, une mise à l'écart des informations qui ne confirment pas les opinions personnelles se produit. Les algorithmes contribuent à terme à la fragmentation et la polarisation de la société. Les utilisateur·trice·s vivent en quelque sorte dans des réalités alternatives qui sont sans cesse renforcées par des résultats de recherche personnalisés. Le débat public risque ainsi de ne plus reposer sur une base factuelle commune. C'est pourtant une condition indispensable pour parvenir à un consensus dans une démocratie.

➔ Chatbots basés sur l'IA

Les chatbots basés sur l'intelligence artificielle et le traitement du langage naturel (*Natural Language Processing*, NLP) ont transformé notre quotidien pratiquement du jour au lendemain en 2022. Ils peuvent imiter des conversations intelligentes similaires à celles menées par des êtres humains. Ils reconnaissent le texte saisi et comprennent l'intention des utilisateur·trice·s, même quand elle est exprimée dans des phrases longues et complexes. Ils répondent à des questions, analysent des données, traduisent, recueillent des idées et sont même capables d'écrire des romans. Cette technologie soulève

toutefois aussi beaucoup de questions, notamment sur la créativité et la valeur du travail humain.

➔ Contre-discours

Le contre-discours vise à réfuter les discours de haine en posant des questions, en exposant les propos qui posent problème et en les démystifiant. Le fait d'exposer les discriminations permet aux autres lecteur·trice·s d'en prendre conscience. Lorsqu'on se défend, il s'agit de mener un échange en opposant des arguments fondés et des faits vérifiables.

Les émotions doivent être mises de côté. La démystification (*debunking*) vise à réfuter les théories du complot, la propagande et les mythes en s'appuyant sur des faits vérifiables. La stratégie à adopter dépend toujours du type de propos en question.

➔ Cookies

Les cookies sont des fichiers texte stockés dans le navigateur lors de la navigation sur le Web, qui sont capables d'identifier l'utilisateur·trice par la suite. Ils permettent notamment de rester connecté·e sur un site sans devoir saisir ses identifiants à chaque visite.

Mais ils présentent aussi des inconvénients. Ils peuvent transmettre des informations que les utilisateur·trice·s ne souhaitent pas forcément divulguer, dans le but de leur proposer des publicités adaptées.

➔ Cyberattaque

Une cyberattaque est perpétrée par des pirates informatiques dans le but de voler, de divulguer, de modifier, de désactiver ou même de détruire des données ou des applications. Elle se produit par un accès non autorisé à un réseau, un appareil numérique ou un système informatique. Les cyberattaques peuvent être lancées par des organisations criminelles, des acteurs étatiques ou des particulier·ère·s pour diverses raisons. Certains pirates

informatiques recherchent simplement le défi intellectuel, tandis que d'autres mènent des cyberattaques ciblées à des fins de rançon, d'espionnage ou de vengeance. Les dommages causés par une cyberattaque peuvent être considérables. On appelle « cyberdéfense » les stratégies visant à prévenir ou contrer les cyberattaques.

➔ Deepfake

L'intelligence artificielle permet de produire des vidéos très réalistes, qui peuvent ressusciter virtuellement des acteur-trice-s ou prêter des propos fictifs à des responsables politiques. Les images et les sons falsifiés peuvent ressembler à s'y méprendre à des contenus authentiques. Il est même possible de reproduire des voix à la perfection. Même quand un contenu falsifié est identifié en tant que tel – ce qu'il est possible de faire en l'analysant de près – il peut causer des dégâts à cause de sa diffusion rapide sur les réseaux sociaux. Des adversaires politiques peuvent ainsi être discrédités. En temps de guerre, les contenus falsifiés servent à semer le doute et la confusion chez l'ennemi.

➔ Discours de haine

Ce terme désigne toute forme d'expression incitant à la haine raciste, xénophobe, homophobe, religieuse, culturelle ou sexiste, ou à toute autre forme de haine discriminatoire. On parle aussi d'« hostilité envers des groupes » ou d'« incitation à la violence ». Cela inclut aussi toutes les formes de discrimination et d'intolérance, en particulier lorsqu'elle est basée sur le nationalisme, l'ethnocentrisme ou l'hostilité envers les minorités. On distingue des formes directes et indirectes : le discours de haine direct appelle ouvertement à la haine ou à la violence. Le discours de haine indirect, pour sa part, paraît inoffensif au premier abord, mais cache une peur qui se transforme souvent en haine. Au Luxembourg, le discours de haine n'est pas encadré juridiquement dans le droit luxembourgeois, mais le Code pénal sanctionne la discrimination, le racisme et l'incitation à la violence. Les articles 442-2 (harcèlement obsessionnel), 443 à 452 (atteinte à l'honneur public, calomnie et diffamation) et 454 à 457-4 (Chapitre VI. – Du

racisme, du révisionnisme et d'autres discriminations) prévoient les poursuites pénales dans ce domaine. Selon la gravité du délit, les auteur-trice-s peuvent être condamné-e-s à une peine de prison allant de 8 jours à 2 ans, et/ou à une amende comprise entre 251 et 25 000 €.

➔ Fake news

Ce terme désigne des informations mensongères diffusées dans les médias et sur Internet, en particulier sur les réseaux sociaux, dans une logique de manipulation. Sur Internet, les lecteur-trice-s sont incité-e-s à cliquer sur ces fake news sensationnalistes, à les « liker » et à les partager. L'objectif est souvent lucratif, et parfois ces fake news servent aussi à introduire des virus pour dérober des données (*phishing*). Les données ainsi obtenues peuvent faire l'objet d'un usage frauduleux. Les fake news sont aussi utilisées dans le cadre de campagnes de diffamation politique. Dans ce sens, le terme a acquis une notoriété mondiale depuis la campagne présidentielle de Donald Trump en 2016, et est étroitement lié à sa communication politique. Donald Trump emploie systématiquement ce terme pour désigner chaque information critique le concernant qui émane de la presse américaine. Depuis, le terme a pris un sens plus large et est employé pour toutes sortes de fausses informations ou de déclarations trompeuses dans les médias et la politique, qui peuvent avoir des conséquences politiques réelles.

➔ Intelligence artificielle (IA)

L'intelligence artificielle, telle qu'elle est utilisée par exemple dans les téléphones portables ou les réseaux sociaux, repose sur un algorithme capable d'ajuster de manière autonome ses propres paramètres à un problème déterminé ou d'identifier un schéma général dans les données, d'en déduire des règles et de les appliquer à de nouvelles données.

L'IA offre une multitude d'usages intéressants et utiles pour la science, l'éducation et la société en général, mais elle présente aussi des zones d'ombre. Elle fait émerger, par exemple, de nouvelles formes plus précises et plus subtiles de censure en ligne, de

discrimination et de désinformation, notamment à travers des images, des contenus audio ou des textes générés par IA qui déforment la vérité.

➔ Nétiquette

La nétiquette (mot-valise formé par le mot anglais « *net* » et le mot français « *étiquette* ») désigne l'ensemble des règles destinées à réguler les comportements sur les réseaux informatiques ou sur Internet. À l'origine, Arlene H. Rinaldi (Florida Atlantic University) l'avait conçue comme un recueil de règles de bon sens comme : *Il ne faut pas fouiller dans les fichiers des autres !* En rappelant les aspects juridiques, sociaux et moraux, elle sert de guide pour la communication numérique. Elle interdit, par exemple, les propos discriminatoires ou les incitations à commettre des infractions.

➔ Participation citoyenne en ligne

Internet permet de nouvelles formes politiques de participation et de droit de décision au-delà des élections traditionnelles. Sur les réseaux sociaux, les citoyen-ne-s interagissent directement avec des responsables politiques, des syndicats ou des organisations de la société civile. Il arrive que des groupes d'intérêt se forment en dehors des structures établies et s'expriment en dehors du cadre parlementaire, comme les gilets jaunes en France ou le mouvement *Fridays for Future*. Cet engagement peut être ponctuel et concerner uniquement des aspects spécifiques de la société, sans nécessairement reposer sur une idéologie comme c'est le cas pour les partis. L'État lui aussi propose des formes de participation numérique, comme les pétitions en ligne de la Chambre des Députés. Depuis 2009, les citoyen-ne-s de l'UE peuvent aussi soumettre une initiative citoyenne en ligne à la Commission européenne. À l'échelle communale aussi, des enquêtes en ligne permettent de demander l'avis ou la contribution des habitant-e-s pour des projets spécifiques.

➔ Pièges à clics

Les pièges à clics sont utilisés sur les réseaux sociaux ou les sites web qui cherchent à gonfler leur trafic. On les reconnaît à leurs titres tapageurs et aux informations partielles qui laissent

volontairement des zones d'ombre pour susciter la curiosité des internautes. Leur objectif est d'augmenter les revenus publicitaires ou la notoriété de la page en question.

➔ Réseaux sociaux

En plus des contenus partagés par les utilisateur·trice·s, les réseaux sociaux enregistrent des métadonnées, telles que la localisation, les contacts ou les centres d'intérêt, pour leur proposer des publicités personnalisées. Cela fait partie de leur modèle commercial. Les utilisateur·trice·s peuvent toutefois améliorer la protection des données et de leur vie privée dans les paramètres du navigateur et de l'appareil mobile. Le fait que les discussions politiques se déroulent aussi en ligne témoigne bien entendu d'un intérêt pour la politique, ce qui est en soi considéré comme positif. Mais, sur le plan politique, les réseaux sociaux représentent aussi un terrain propice aux mensonges et à la désinformation pour les sociétés ouvertes. Il est devenu presque impossible de faire la différence entre des images réelles et celles générées ou retouchées par l'IA. Il est aussi devenu difficile de distinguer entre les vraies informations et les informations mensongères en ligne, ce qui nous rend vulnérables à la désinformation, même quand il n'y a pas de volonté de désinformer.

De plus, les robots sociaux, à l'aide d'algorithmes, contribuent à faire passer des théories du complot ou des opinions populistes et extrémistes depuis les marges jusqu'au cœur du débat public. Les émotions fortes, la polarisation et les scandales attirent plus d'attention et maintiennent les utilisateur·trice·s plus longtemps sur la plateforme, indépendamment de la véracité des publications. Dans le modèle économique des réseaux sociaux, cela se traduit par une hausse des revenus et du pouvoir d'influence.

➔ Robots sociaux

Les robots sociaux sont des programmes informatiques qui se comportent comme des utilisateur·trice·s humain·e·s en ligne et diffusent par exemple des fake news pour en amplifier l'impact. L'objectif est d'influencer les utilisateur·trice·s, en particulier

les électeur·trice·s potentiel·le·s, et de renforcer l'impact des fausses informations. Les robots sociaux se dissimulent derrière des photos de profil de vraies personnes. À l'aide de hashtags et de mots-clés, ces bots identifient des publications, les likent et les relayent. Des textes préparés à l'avance peuvent ainsi être publiés en continu. Les bots peuvent aussi analyser les publications de tierces personnes et s'en inspirer pour générer de nouveaux textes. Ils ne travaillent pas seuls, mais dans des « armées de bots » pour générer un maximum de likes. Les utilisateur·trice·s voient alors apparaître sur les réseaux des publications qui semblent largement appréciées. Les robots sociaux servent donc à manipuler l'opinion publique sur les réseaux sociaux.

➔ Théories du complot

Les théories du complot mêlent des faits vérifiables, des demi-vérités et des affirmations inventées de toutes pièces pour produire de nouvelles interprétations fantaisistes. Pratiquement toutes les théories du complot reposent sur l'idée qu'un groupe ou une organisation secrète mène des actions subversives ou malveillantes. Les défenseur·euse·s de la théorie mettent en avant tous les éléments qui vont dans le sens de l'hypothèse. Tout ce qui contredit la théorie est passé sous silence. De ce fait, ces « théories » ou récits ne doivent pas être confondus avec des théories fondées sur la méthode scientifique. Certains croient encore que la Terre est plate, malgré les preuves scientifiques apportées depuis l'Antiquité et la présence constante de satellites et d'astronautes dans l'espace.

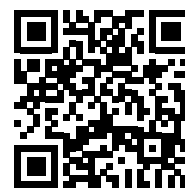
Les récits conspirationnistes déforment les faits pour qu'ils viennent confirmer leur théorie. Ils s'accompagnent souvent de discours de haine, car ils reposent sur des préjugés qui ciblent certains groupes et peuvent reprendre des stéréotypes antisémites.

Signalez les contenus illégaux, faites preuve de courage civil !

Internet est un espace public. Chacun peut y participer activement et publier ses propres contenus en ligne. Des lois s'appliquent sur Internet. Au Luxembourg, certains propos et comportements sont aussi illégaux en ligne, notamment :

- les représentations d'abus sexuels sur mineurs ;
- le racisme, le révisionnisme et la discrimination ;
- le terrorisme.

La **BEE SECURE Stopline** permet au grand public de faire preuve de courage civil en signalant des contenus illégaux en ligne.



<https://stopline.bee-secure.lu/fr/>

<https://police.public.lu/fr/prevention/dangers-sur-internet.html>



Des conseils utiles pour se protéger contre les escroqueries en ligne ou les autres actes criminels sont disponibles sur le site de la police. Vous y trouverez des informations sur la cybercriminalité et les mesures préventives.

Suggestions pour aborder le sujet

Créer des nuages de mots – Que représente Internet pour toi ?



20 minutes



À partir de 12 ans



Tablette ou poste de travail avec ordinateur, questionnaire en ligne



Séance de remue-méninges à l'aide d'un outil en ligne pour introduire le sujet. Un premier échange d'idées doit permettre d'identifier ce que représente Internet pour les jeunes dans leur quotidien, ainsi que leurs centres d'intérêt ou les sujets qui les interrogent.

Déroulement

La séance de remue-méninge doit à la fois permettre un premier échange d'idées et initier les apprenant-e-s à l'utilisation d'un outil en ligne. En tapant les mots-clés « outils en ligne + sondage », on trouve de nombreuses plateformes comme Wortwolken.com ou AnswerGarden, qui permettent de créer des questions sans inscription préalable et d'envoyer le lien généré à la classe.

Chaque apprenant-e doit proposer au moins cinq mots (substantifs ou verbes à l'infinitif) en réponse aux questions suivantes et les saisir dans l'outil :

- Que t'évoque spontanément le mot « Internet » ?
- À quelles fins utilises-tu Internet ?
- À quelles fins utilises-tu ton téléphone portable ?
- Quels sont les dangers liés à Internet ?

Les réponses des apprenant-e-s apparaissent sous la forme d'un nuage de mots, où les termes les plus fréquents sont affichés en plus grand. Le résultat doit être présenté à l'aide d'un vidéoprojecteur et servira de point de départ à une discussion.

Les questions suivantes peuvent servir de base pour lancer la discussion :

- Quels termes sont le plus souvent cités ?
- Quels termes ne sont pas clairs ?
- Des termes importants manquent-ils ?
- Quels sujets aimerais-tu approfondir ? Pourquoi ?

Le radar – Mon profil personnel



15 minutes



À partir de 12 ans



Fiches à copier, tableau



Réfléchir à ses propres sources d'information et remettre en question la qualité des contenus.

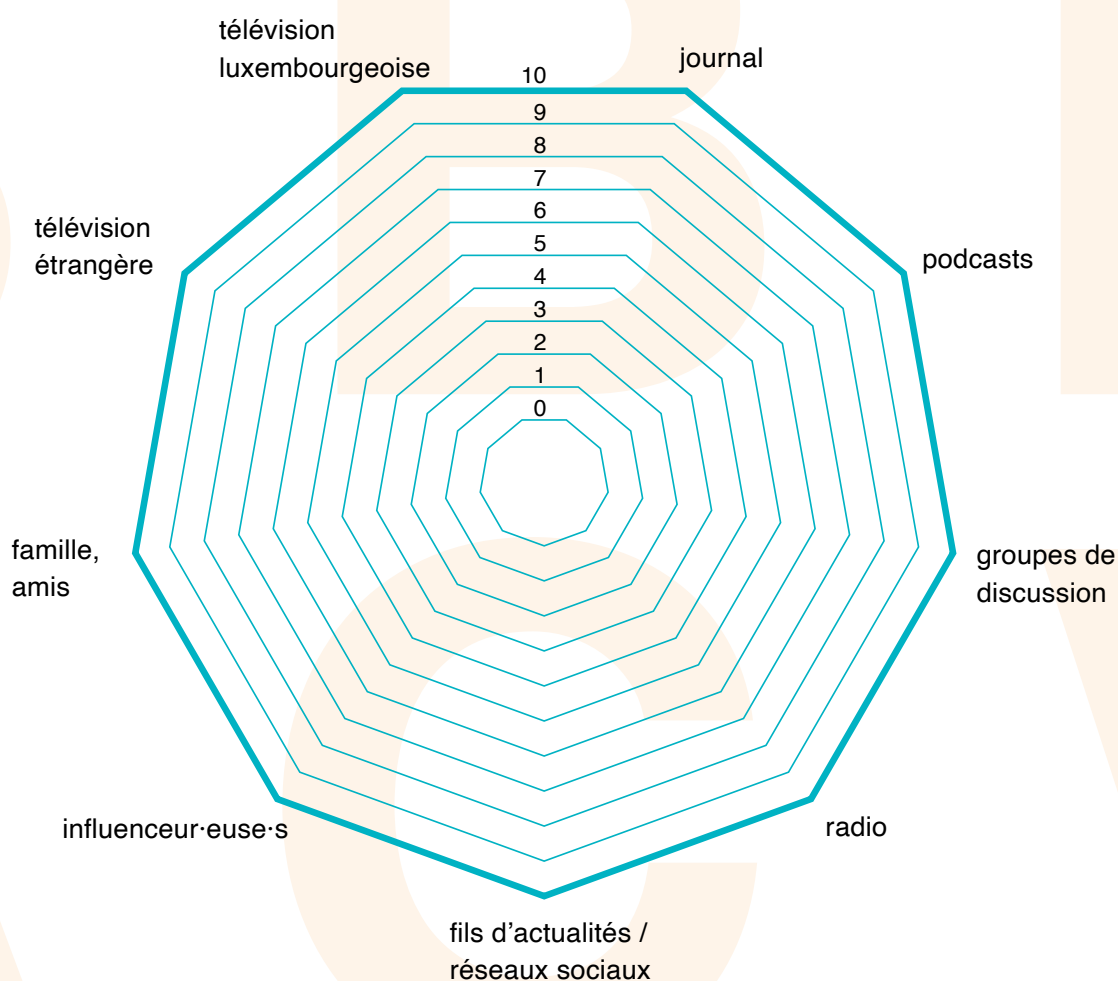
Avec la transformation numérique, l'utilisation des médias évolue. Autrefois, la population s'appuyait principalement sur les journaux, la radio, puis la télévision pour s'informer sur l'actualité politique, culturelle, sportive et sociétale. Internet, et surtout le téléphone portable, ont révolutionné notre accès aux informations et la manière dont nous les partageons.

- Sur le diagramme en radar, indique à l'aide de points à quelle fréquence tu utilises les différents médias pour t'informer sur l'actualité. Que constates-tu ?
- Analyse ton utilisation personnelle des médias.

Échelle : 0 = jamais

10 = plusieurs fois par jour

- Selon toi, quelle est la source la plus fiable ? Les journaux, la télévision, la radio ou les réseaux sociaux ?
- Créez un tableau des sujets actuellement abordés dans les quotidiens et les émissions d'information luxembourgeoises et comparez-les aux sujets évoqués dans les fils d'actualités sur les plateformes sociales. Que constatez-vous ?



Vrai ou faux ? Fake news



50 minutes



À partir de 12 ans



Cartes comprenant la lettre V ou F (W ou F en allemand) pour tou-te-s les apprenant-e-s, vidéoprojecteur et téléphones portables pour le questionnaire en ligne, tableau, outils de recherche (téléphone portable ou tablette)



Raconter des histoires et les présenter de manière convaincante. Réfléchir à la question de savoir s'il est possible de reconnaître un mensonge, et comment.

Outil en ligne sur
la propagande



<https://propaganda.guide/fr/>

Déroulement

Chaque apprenant-e reçoit une carte comprenant la lettre V ou F. Chacun-e garde pour lui-elle la lettre qu'il-elle a reçue. Les apprenant-e-s disposent d'environ 20 minutes pour raconter un récit exceptionnel sous la forme d'un reportage d'actualité. Il peut s'agir d'un fait qu'ils-elles ont vécu ou d'une information extraordinaire. Ils-Elles peuvent réaliser des recherches en ligne à ce sujet. Pour les détenteur-trice-s de la carte V, l'événement doit être vrai et vérifiable à l'aide de sources, si nécessaire. Les apprenant-e-s qui ont reçu la carte F doivent inventer une histoire fausse, mais crédible. Ensuite, chaque apprenant-e présente son histoire.

Après chaque présentation, les apprenant-e-s doivent déterminer si l'histoire entendue est vraie ou fausse. L'enseignant-e peut créer un sondage en ligne avec une question à laquelle les apprenant-e-s doivent répondre par « vrai » ou « faux ». Par exemple : est-ce que (Jean Dupont) dit la vérité ?

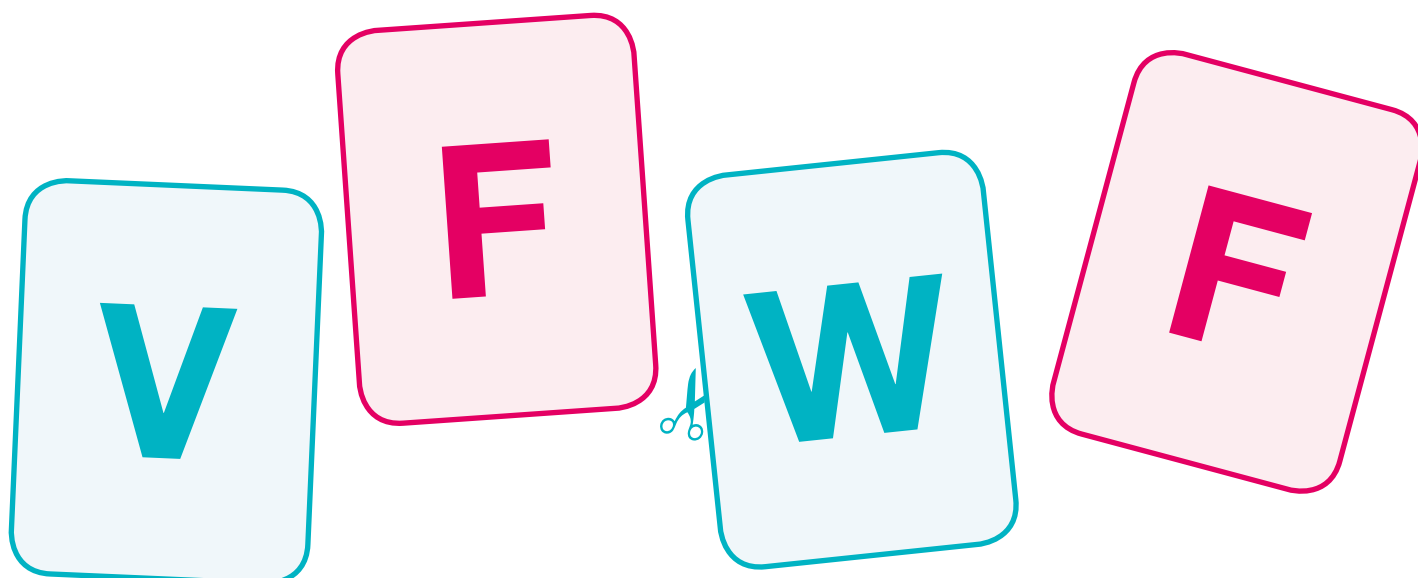
Les apprenant-e-s doivent alors se servir de leur téléphone portable ou de leur tablette pour voter. Le vote peut aussi se faire à main levée. Après le vote, les présentateur-trice-s dévoilent leur carte.

Une brève discussion suit chaque présentation pour comprendre ce qui a rendu l'histoire crédible. Le langage, les gestes ou les expressions faciales doivent faire l'objet d'une discussion.

- Quels éléments du récit ont semblé authentiques ?
- Quels détails ont semblé inventés ?
- Qu'est-ce qui a suscité des doutes ?
- Quelle impression générale les présentateur-trice-s ont-ils-elles donnée ?

Questions pour prolonger la discussion

- En quoi cet exercice diffère-t-il des mensonges diffusés sur Internet ?
- Comment repère-t-on les mensonges sur Internet quand on n'a pas la personne en face de soi ?



Offres du ZpB et ressources en rapport avec la transformation numérique

Outils web

Filterbubble.lu

Ce test interactif te permet d'évaluer à quel point tu es enfermé·e dans ta propre bulle de filtres.



www.filterbubble.lu/fr

INFORMATION ou MANIPULATION ? Trouve la réponse



<https://propaganda.guide/fr/>



Des bonnes notes pour des bon·ne·s citoyen·ne·s ?

Faut-il utiliser les grands ensembles de données (big data) et l'intelligence artificielle pour attribuer des notes aux personnes et en faire de « bon·ne·s citoyen·ne·s » ?



Le dilemme digital. Les droits fondamentaux à l'ère numérique.

Peut-on encore parler de vie privée dans un monde où de nombreux aspects de notre vie peuvent être numérisés, tracés et consignés ?

Workshops

Digitalité & Demokratie

Dans les ateliers gratuits suivants, le ZpB explore avec vos élèves si le monde numérique rend notre quotidien plus confortable et plus sûr ou s'il donne davantage de pouvoir à nos prochains, aux entreprises ou aux autorités.



<https://zpb.lu/digitaliteit-demokratie/>



Je vois quelque chose que tu ne vois pas !

Des stratégies pour lutter contre les fausses informations et les théories conspirationnistes.

#deviensInfluenceur·euse

Explications pour le personnel enseignant

Âge	À partir de 12 ans
Référence au plan d'études	Apprendre à analyser des images et des textes, découvrir et utiliser les réseaux sociaux
Durée	4 à 6 heures
Compétences	Comprendre la composition et le pouvoir manipulateur des images, renforcer l'esprit critique, et analyser et expérimenter la communication visuelle, orale et écrite.
Méthodes	Travail de groupe, analyse d'images et de textes, présentation orale, discussion
Matériel	Fiches à copier, téléphone portable ou appareil photo, les apprenant·e·s devraient utiliser les plateformes sociales
Indications didactiques	Le projet devrait s'étendre sur au moins deux semaines afin de laisser aux apprenant·e·s le temps de créer leur propre campagne photo ou vidéo. L'enseignant·e devra obtenir préalablement l'autorisation des parents et des apprenant·e·s si les jeunes sont reconnaissables sur les images. Les fiches de travail 3 et 4 expliquent les notions de base pour comprendre la composition des images. Étant donné que de nombreux réseaux sociaux permettent de publier des vidéos courtes, il peut s'avérer judicieux de présenter aux apprenant·e·s les différents paramétrages pour les prises de vue.
Analyse	Dans un premier temps, les apprenant·e·s doivent présenter des influenceur·euse·s et analyser leurs stratégies ainsi que leur façon de se présenter en ligne (fiche de travail 1). L'objectif est de les inciter à réfléchir à la manière dont les contenus leur sont présentés. Des questions clés permettront de dégager les pratiques des influenceur·euse·s en ce qui concerne leur présence en ligne. Les apprenant·e·s doivent prendre conscience des stratégies visant à attirer l'attention, de la fréquence des publications, des intérêts commerciaux, des modèles de rôle liés au genre et des sujets dominants. Les apprenant·e·s doivent aussi être invité·e·s à réfléchir à leur propre manière de se présenter en ligne. Les fiches de travail 3 et 4 permettent d'analyser aussi les images et les hashtags ou les commentaires qui les accompagnent.
Pratique	<p>Les apprenant·e·s sont invité·e·s à passer à l'action et à mettre en pratique leurs connaissances (fiches 2, 3 et 4).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Première étape: les apprenant·e·s choisissent ensemble un sujet important pour la société et réfléchissent à la manière de transformer leurs idées en des contenus combinant image et texte. Ils·Elles doivent élaborer une campagne en ligne. Selon leurs préférences et leur plateforme de prédilection, ils·elles peuvent choisir entre des photos, des boomerangs, des reels ou des vidéos courtes. Ils·Elles peuvent aussi

combiner ces différents formats. L'idée est de créer une série de contenus pour qu'ils-elles puissent publier régulièrement pendant une période donnée.

- **Deuxième étape:**

Feedback/réunion de rédaction : les apprenant-e-s et les enseignant-e-s doivent avoir conscience qu'une campagne n'a d'impact que si elle est rendue publique. Ils-Elles doivent toutefois aussi porter un regard critique sur le média utilisé et sur la manière dont ils-elles partagent leurs données et photos dans cet espace public. Internet n'oublie jamais rien. C'est pourquoi les apprenant-e-s doivent analyser et commenter leurs images et textes en classe avant de les mettre en ligne. Cette séance doit permettre d'aborder les éventuels doutes, de thématiser les contenus problématiques et d'apporter des améliorations avant le lancement de la campagne ou la publication de contenus, comme lors d'une réunion éditoriale.

- **Troisième étape:**

Les apprenant-e-s lancent leur campagne sur le réseau social de leur choix. Ils-elles peuvent, par exemple, créer des storys. Sur Instagram, les images disparaissent au bout de 24 heures, mais restent accessibles dans l'archive du compte. La campagne doit durer au moins une semaine. Pendant cette période, les apprenant-e-s cherchent à attirer l'attention sur leur sujet.

Évaluation

Les apprenant-e-s et l'enseignant-e procèdent ensemble à l'évaluation des campagnes. Les groupes, les méthodes et les sujets ayant généré le plus d'impact sont identifiés. Qui ont-ils réussi à atteindre ? Sur les réseaux sociaux, on peut voir la popularité des publications. Y a-t-il eu d'autres retours (par exemple, des commentaires) ? La nature des commentaires doit éventuellement être examinée en classe. Elle en dit long sur notre interaction sociale dans l'espace numérique. Les apprenant-e-s doivent aussi réfléchir au temps consacré à leur campagne en ligne et à leur regard sur les influenceur-euse-s à l'issue de cette expérience.

Pour aller plus loin

Il serait aussi important d'examiner dans quelle mesure les réseaux sociaux permettent de participer individuellement aux débats publics dans une société démocratique. Les jeunes ont-ils-elles déjà interagi avec des mouvements de protestation, des partis ou des figures politiques en ligne ? Consomment-ils-elles ces publications de manière passive ou prennent-ils-elles des initiatives ? Pour quelles raisons certains contenus plutôt que d'autres leur sont-ils-elles proposés ?

#deviensInfluenceur·euse ①

Analyser les influenceur·euse·s

Le métier d'influenceur·euse est très prisé chez les jeunes. Le terme vient de l'anglais *to influence*. Avec leurs photos et vidéos courtes sur les voyages, la mode, la musique ou encore les événements, les influenceur·euse·s atteignent parfois plus de gens que les grands journaux ou les émissions télévisées. Leur succès se mesure au nombre d'abonné·e·s, qui détermine aussi leur valeur sur le marché.

- Quel·le·s influenceur·euse·s connaissez-vous ?
- Formez des groupes et présentez l'influenceur·euse de votre choix. Gardez à l'esprit les questions suivantes pour vous guider :
 - À quelle fréquence l'influenceur·euse publie-t-il-elle du contenu ?
 - Comment l'influenceur·euse se met-il-elle en scène ?
 - Les intérêts commerciaux jouent-ils un rôle ?
 - L'influenceur·euse a-t-il-elle des sponsors ?
 - La publicité est-elle clairement identifiée comme telle ? Quels types de contenus publicitaires apparaissent ?
 - Les images sont-elles mises en scène ou sont-elles prises sur le vif ? Qu'est-ce qui te permet de le dire ?
 - Choisissez des images et analysez leur composition (fiches de travail 3 et 4).
 - Quelle image ces photos et vidéos véhiculent-elles ?
 - Qu'est-ce qu'elles ne montrent pas ?
 - Quelle image des hommes et des femmes est véhiculée ?
 - Quels contenus ou sujets sont abordés ?
 - Te sens-tu influencé·e dans tes idées ou tes comportements ?
 - Ces contributions contiennent-elles un message politique ?
 - Te sens-tu influencé·e dans tes opinions politiques ?

Préparer une campagne en ligne

- Quels sont tes centres d'intérêt ?



Le terme « **marketing** » renvoie à la publicité. Une figure marketing est un personnage servant à augmenter la vente de produits.



Porter un regard critique sur son propre comportement sur les réseaux sociaux

Exercice 1 – Mise en scène de soi

- Que partagez-vous sur vous-mêmes ?
- Quels contenus, images ou vidéos vaudrait-il mieux éviter de publier à son sujet ? À quoi faut-il faire attention quand on publie des choses sur soi en ligne ? Discutez-en en classe et dressez une liste ensemble.
- Parenthèse : as-tu le droit de publier des photos d'autres personnes ? Quelles précautions faut-il prendre ? Discutez-en en classe.

Exercice 2 – Quels contenus (ne pas) partager ?

- Quel type de contenu partagez-vous sur les réseaux sociaux ? Pourquoi ?
- Vous est-il déjà arrivé de regretter d'avoir partagé un contenu ? Pourquoi ?
- À quoi devez-vous faire attention avant de partager des publications d'autres personnes ? Dressez une liste de vérification.

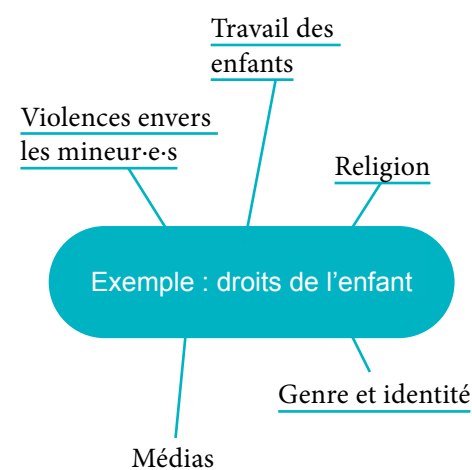
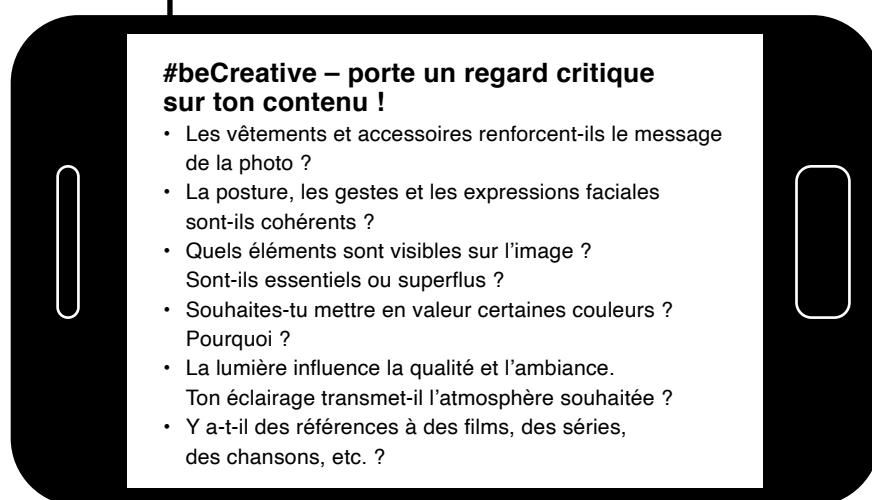
#deviensInfluenceur·euse ②

Imagine que tu utilises les réseaux sociaux pour attirer l'attention sur des sujets qui te tiennent à cœur. Les images ont le pouvoir de marquer nos esprits et de transformer notre perception. Comment peux-tu exprimer ton idée ou ton sujet avec des photos, des mèmes, des boomerangs, des reels, des vidéos courtes ou des storys pour éveiller l'intérêt des autres et les inciter à agir ?

ÉTAPE 1 – Définir le sujet et le planning

- Commencez par réfléchir en groupes au sujet qui vous semble important (p. ex. la protection des animaux ou de l'environnement, les droits de l'enfant, la rénovation de l'école). Donnez un nom à votre campagne.
- Déterminez ensemble un délai pour finaliser les images et une date de lancement de la campagne.

C'EST PARTI !



ÉTAPE 2 – Réunion de rédaction - Présentation de votre campagne

- Les images ou vidéos créées, accompagnées de leurs textes, hashtags ou sous-titres, sont présentées avant d'être mises en ligne. Discutez ensemble de ce qui a bien fonctionné. Avons-nous le droit d'utiliser les images ? Nos contenus n'offensent-ils personne ? Comment peut-on gérer d'éventuelles réactions négatives ?

ÉTAPE 3 – #goViral!

- En tant que classe, essayez de partager le plus largement vos projets pendant une semaine. Réfléchissez à la stratégie que vous pouvez adopter. Pour ce faire, on est toujours plus efficace en groupe.

ÉTAPE 4 – Analyse

- Faites le point au bout d'une semaine. Quelles stratégies avez-vous mises en place ? Lesquelles ont fonctionné ? Lesquelles ont moins bien fonctionné ? Qui avez-vous réussi à toucher ? Quelles publications ont eu le plus de succès ? Quelles pourraient en être les raisons ?



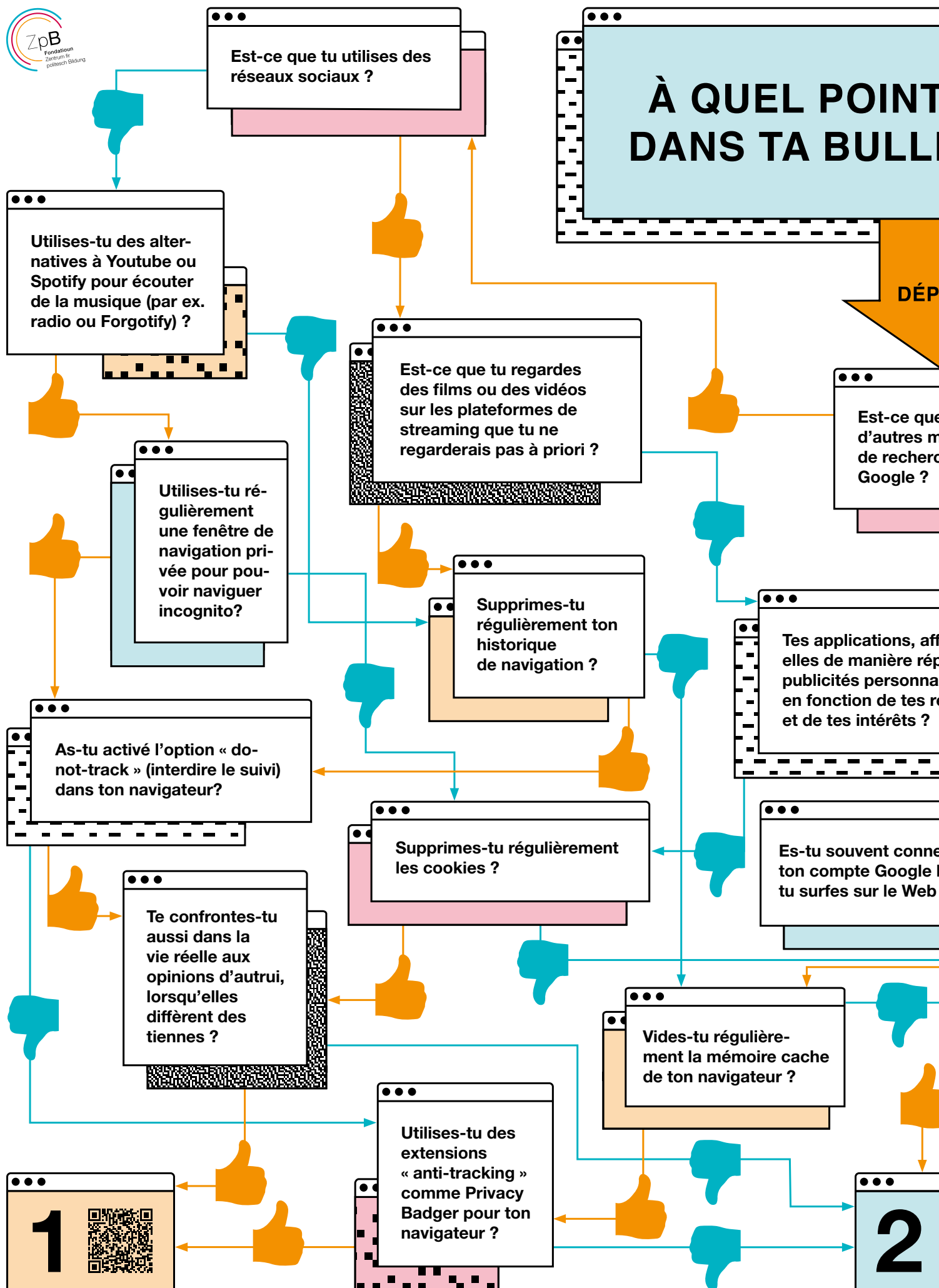
Repère des hashtags existants qui correspondent à ton sujet. Sois aussi créatif·ve.



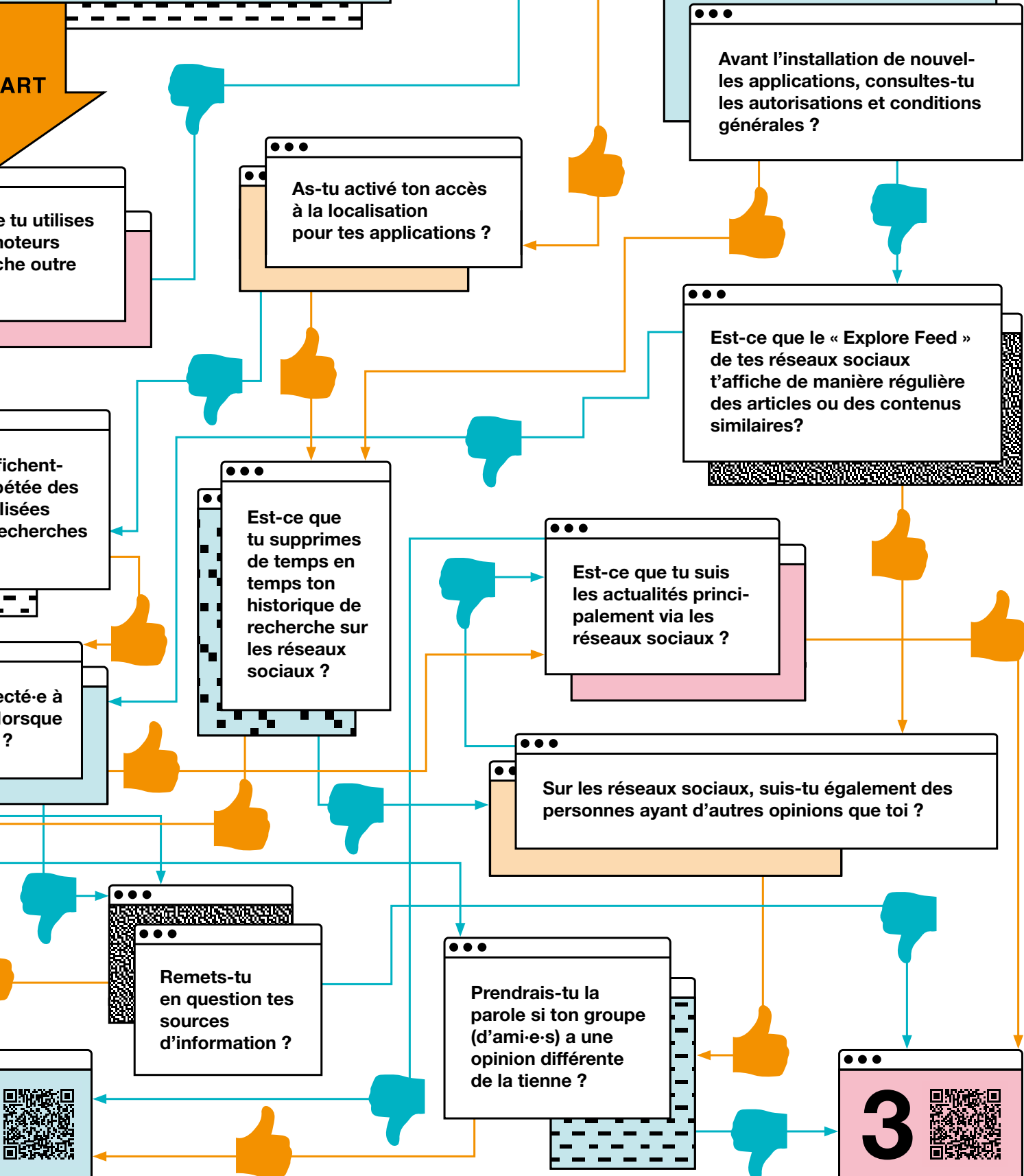
Utilise plusieurs réseaux sociaux pour toucher un public plus large.



Intègre ton sujet dans ton pseudo pour bénéficier de plus de visibilité sur les moteurs de recherche.



ES-TU PRIS-E E DE FILTRES ?



#deviensInfluenceur·euse ③

1. Conseils pour prendre des photos

Conseil 1 – Composition de l'image :

Il suffit de respecter quelques principes simples de cadrage pour rendre les photos ou les vidéos plus plaisantes à regarder. Les photos prises sur le vif ont aussi un charme authentique grâce à leur spontanéité.



Stickers : font-ils passer ton message ou le renforcent-ils ?

Conseil 2 – Horizontal ou vertical :

Le format horizontal correspond à notre champ visuel habituel. Le format portrait s'est imposé sur les réseaux sociaux, car nous tenons notre téléphone à la verticale. Quel format d'image est le mieux adapté à ton projet ?

Conseil n° 3 – Utilise les repères visuels.

Certains téléphones portables ou certaines applications le font automatiquement. Ces repères t'aident par exemple à cadrer l'horizon. Place les objets importants sur les quatre points d'intersection.

Utilise des hashtags différents pour chaque publication pour éviter d'être considéré·e comme un robot.



Ok? Wierklech? #siefKeenDrecksak
#bambesch #aktiounOpraumen
#ochdengwelt

Photo: Steve Hoegener

#deviensInfluenceur·euse ④

2. Liste de vérification pour créer des vidéos courtes, des reels, etc.

Contenu ✓

Quel message ou quelle histoire souhaites-tu véhiculer avec ta vidéo ? Tu devrais pouvoir résumer brièvement ton idée (en une seule phrase).



Longueur ✓

La durée idéale de la vidéo est de 15 à 60 secondes. Les gens arrêtent souvent de regarder les vidéos qui durent plus de 60 secondes.

Script ✓

Décris le déroulement de ta vidéo avec des mots-clés.

Son ✓

Si tu comptes garder le son original, veille à ce qu'il soit de bonne qualité. Est-ce que tu entends des sons parasites ? La personne qui parle est-elle suffisamment proche du téléphone ou de la caméra ? Quelle est la source du son principal ?

Teaser ✓

Le sujet, le titre et surtout la première image (fixe) de ta vidéo, de même que les trois premières secondes sont décisifs pour capter l'attention du public. En trois secondes, les gens décident s'ils visionnent la vidéo ou s'ils passent à autre chose.

Format ✓

Privilégie le format vertical pour les plateformes sociales habituelles. Sur YouTube, par contre, le format horizontal est plus adapté.



Éclairage ✓

Un bon éclairage est essentiel. Il n'influence pas seulement la qualité de l'image, mais aussi l'atmosphère que la vidéo dégage.



Texte ✓

Pense à utiliser des sous-titres pour afficher du texte. En effet, les vidéos sont souvent visionnées sans le son, les contenus oraux doivent être traduits et les informations supplémentaires doivent être affichées - par exemple un appel à l'action.



Tu peux utiliser la musique libre de droits d'auteur gratuitement et en toute légalité dans tes vidéos. Tu devrais malgré tout toujours veiller à mentionner la source, ne fût-ce que par respect pour les musicien·ne·s.

➤ D'après toi, quels autres aspects faut-il prendre en compte ? Complétez la liste ensemble.

Moteurs de recherche – Quel est leur mode de fonctionnement ?

Comparer les prix des baskets ? Combien d’habitant-e-s compte le Luxembourg ? Quels films sont à l’affiche au cinéma ? La plupart des gens utilisent des moteurs de recherche lorsqu’ils recherchent des informations. Mais quel est leur mode de fonctionnement ? Découvre-le par toi-même !

- En binômes, choisissez un mot-clé et effectuez une recherche sur votre téléphone portable. Comparez vos principaux résultats.
- Identifie les différents moteurs de recherche qui existent. Quelle est la part de marché de chaque moteur de recherche et qu’est-ce que cela implique ?
- Recherche les sources de revenus des moteurs de recherche.
- Inspire-toi du modèle ci-dessous pour créer un tableau et note les différences entre les différents moteurs de recherche.

Vérifie ton moteur de recherche !

Moteur de recherche				
Catégories de recherche (Web, images, actualités, vidéos)				
Paramètres que tu peux définir toi-même.				
Les 5 premiers résultats				
Publicité				
Ton activité est-elle enregistrée ?	Oui Non	Oui Non	Oui Non	Oui Non

- Quel moteur de recherche est le plus adapté pour toi ? Dresse une liste avec des arguments.

Qui détermine l’ordre d’affichage des liens ?

C’est ici que réside le secret des différents exploitants de moteurs de recherche. Ils se servent d’algorithmes pour déterminer selon quels critères personnaliser les résultats pour toi. Les éléments décisifs sont, entre autres, le nombre de fois que des pages ont déjà été consultées, leur date de mise à jour, le nombre de sites qui y renvoient, ta localisation, l’historique de tes recherches et ton comportement de clic. Si tu cherches une pizzeria, il est logique que le navigateur te propose un restaurant qui se trouve à proximité.

Algorithmes – De quoi s'agit-il ?

Interview avec Christophe Folschette, fondateur et partenaire d'une start-up luxembourgeoise qui aide les entreprises à prendre des décisions et à protéger leurs marques grâce à l'analyse de données.



1. Qu'est-ce qu'exactly un algorithme ?

De manière générale, un algorithme propose une procédure pour résoudre un problème. Cette procédure est mise en œuvre pour convertir par étapes successives des informations d'entrée en résultats de sortie. Même l'indice de masse corporelle (IMC), utilisé pour évaluer le poids, est en théorie un algorithme. Les algorithmes jouent un rôle fondamental dans la programmation, mais on les trouve aussi dans d'autres domaines que l'informatique ou les mathématiques.

2. Que savent les algorithmes sur notre vie privée ?

En général, ils n'ont accès qu'aux données que nous décidons de dévoiler. En effet, un algorithme en ligne se base uniquement sur les informations que nous avons nous-mêmes fournies à un moment donné. Et cette décision finale nous revient. C'est nous qui décidons ou non de cliquer sur un texte proposé et qui choisissons comment nous l'évaluons. C'est nous qui décidons quelles informations personnelles nous partageons et si nous continuons à utiliser Google ou Facebook comme source d'information principale.

3. Quels avantages les algorithmes offrent-ils ? En quoi les algorithmes peuvent-ils devenir une source de revenus pour une entreprise ?

Les algorithmes font partie de notre quotidien, même si nous n'en sommes pas toujours conscients. Les champs d'utilisation des algorithmes sont très diversifiés : ils nous montrent l'itinéraire le plus rapide dans le système de navigation GPS, nous battent lorsque nous jouons aux échecs contre l'ordinateur, vérifient notre syntaxe dans Microsoft Word, ou nous recommandent des restaurants ou des destinations de vacances. Les algorithmes sont donc intégrés dans de nombreuses applications techniques. Ils sont là pour nous faciliter le quotidien. Quand une entreprise implémente efficacement une telle solution, elle peut avoir un impact positif sur la vie des gens.

4. Les algorithmes peuvent-ils aussi nuire à la société ? Peuvent-ils orienter les décisions d'une personne ?

Il y a de nombreuses discussions sur l'introduction d'une éthique des algorithmes, voire sur son encadrement politique. Les algorithmes ne sont pas là que pour nous aider. Ils peuvent aussi analyser nos comportements. Cette analyse ne se fait pas seulement a posteriori, mais aussi en amont. On peut donc affirmer que les algorithmes modifient notre vision des choses et nous influencent personnellement. Google, Facebook et les autres plateformes anticipent nos envies avant même que nous en ayons conscience et filtrent les contenus qui nous sont proposés. Deux personnes peuvent obtenir des réponses totalement différentes pour une même recherche sur un moteur de recherche. Le but est toujours de proposer à chacun le résultat qui lui correspond le mieux. Dans une société informée, tout-e utilisateur-trice devrait avoir conscience du fonctionnement des algorithmes.

(Interview : Steve Hoegener, octobre 2019)

- Dresse une liste des moments où, d'après le texte, tu en es en contact avec des algorithmes dans ta vie quotidienne. Fais des recherches pour compléter ta liste.
- « Les algorithmes ne sont pas là que pour nous aider. Ils peuvent aussi analyser nos comportements. » En classe, créez ensemble un tableau avec les aspects positifs et négatifs de cette capacité des algorithmes.
- Selon vous, à quoi devrait ressembler une éthique des algorithmes ? Qui devrait fixer les règles pour l'utilisation de nos données ?
- Les algorithmes peuvent-ils représenter un risque pour ta liberté ?

La bulle de filtres comme zone de confort

Fais le test : à quel point es-tu enfermée-e dans ta bulle de filtres ? Il s'agit de répondre à une série de questions sur ton usage d'Internet au quotidien pour déterminer dans quelle mesure tu es enfermée-e dans une bulle de filtres. L'objectif est de réfléchir à sa propre utilisation des réseaux sociaux, du téléphone portable, des moteurs de recherche et des applications, et d'identifier des manières de faire éclater la bulle de filtres.

Suivi en classe :

- Comment la classe s'en est-elle sortie globalement ?
- Qui s'était déjà interrogé-e auparavant sur les traces qu'il-elle laisse en ligne et sur sa vie privée ?
- Ce test vous a-t-il été utile ?
- Quel conseil donneriez-vous à d'autres ? Expliquez pourquoi.
- Quel conseil n'appliquerez-vous pas ? Expliquez pourquoi.
- Quelles bulles de filtres avez-vous identifiées en dehors d'Internet ?
- Quelles conséquences les bulles de filtres ont-elles sur notre vivre ensemble ?
- Les conséquences représentent-elles une menace pour la démocratie ?
- Y a-t-il des avantages à faire éclater sa bulle de filtres ? Pour quelles raisons est-ce une bonne chose ? Qu'est-ce qui vous fait dire que ce n'est pas une bonne chose ?



www.filterbubble.lu/fr/



Débat virtuel sur les valeurs démocratiques avec un chatbot basé sur l'IA



Comment puis-je vous aider ?

...

Objectif : développer des arguments pour et contre les principes démocratiques, et les comprendre.

1. Choix des sujets pour le débat :

- « Faut-il abaisser l'âge du droit de vote à 16 ans ? »
- « Faut-il interdire le port du voile à l'école ? »
- « Faut-il obliger tout·e·s les résident·e·s dans le pays à apprendre le luxembourgeois ? »

2. Étapes :

- Sers-toi d'un chatbot basé sur l'IA pour recueillir des arguments pour et contre.
- Examine les propositions. Les faits indiqués par l'IA sont-ils exacts ? Rédige tes propres arguments.
- Engage un débat simulé avec un chatbot basé sur l'IA pour consolider ta position.

Pose des questions !

Demande au chatbot des chiffres, des exemples et des études. L'argument du chatbot est-il pertinent dans le contexte luxembourgeois ?

3. Réflexion :

- Quels arguments étaient convaincants ?
- En quoi l'échange virtuel de points de vue divergents contribue-t-il à la démocratie ?

Cet exercice a été rédigé à l'aide de ChatGPT.

Suivi en classe

- Qu'avez-vous tiré de l'échange avec le chatbot ?
- L'intelligence artificielle présente-t-elle des biais ou des limites ?
- Avez-vous relevé des erreurs dans les réponses de l'IA ?
- L'IA vous a-t-elle donné de nouvelles idées ?

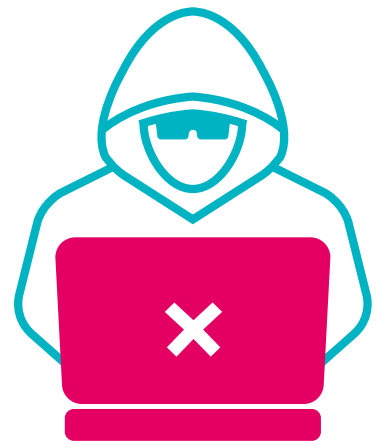
Cyberattaques – La mise en réseau nous rend-elle vulnérables ?

R1

Cyberattaques. Où en est le Luxembourg en matière de cybersécurité des implants cardiaques ?

(...) Où en est le Luxembourg en matière de cybersécurité des implants cardiaques ? La députée du LSAP Liz Braz a posé cette question à la ministre de la Santé Martine Deprez [CSV] dans une question parlementaire, car des chercheurs de l'université de Trèves mettent en garde contre le risque d'attaques informatiques visant ce type de dispositifs médicaux. Ces implants modernes sont conçus pour communiquer des informations sans connexion filaire. Selon la ministre, le règlement UE 2017/745 (relatif aux dispositifs médicaux) oblige les fabricants à prendre des mesures de sécurité informatique rigoureuses. Elles incluent la protection contre les accès non autorisés ainsi que la garantie de l'intégrité et de la confidentialité des données des patients. (...)

Source : tageblatt.lu (03/09/2024) Lien : <https://www.tageblatt.lu/headlines/wie-steht-luxemburg-in-bezug-auf-cybersicherheit-bei-herzimplantaten/> (date de dernière consultation : 10/09/2024). Traduction : Nadia Taouil.



R2

Le Luxembourg fait face à sa première cyberattaque de grande ampleur

(...) Plusieurs systèmes informatiques luxembourgeois ont été visés par une cyberattaque ce jeudi [21/03/2024]. Plusieurs sites web de l'État étaient inaccessibles par intermittence ce jeudi matin jusqu'en début de soirée (...). Les autorités ont indiqué qu'il s'agissait d'une attaque par déni de service (DDoS). Le but d'une telle attaque est de saturer les ressources des systèmes visés. Le site Internet de la Chambre des Députés a fait l'objet d'une attaque ciblée (...). (...) Le Premier ministre Luc Frieden a convoqué une cellule de crise sous la direction de la ministre de la Digitalisation (...) pour discuter des « mesures à entreprendre ». (...) Un message circulant sur Twitter et Telegram attribue l'attaque à un groupe de pirates informatiques prorusses. (...) Les premières attaques détectées visaient le site Internet de l'armée, mais au-delà des sites étatiques, des sites web d'entreprises privées au Luxembourg ont également été ciblés (...). (...) Les autres cibles étaient (...) le ministère de la Mobilité et l'Administration de gestion de l'eau.

Source : wort.lu (21/03/2024) <https://www.wort.lu/politik/luxemburg-wehrt-sich-gegen-erste-groessere-cyberattaque/9603373.html> (date de dernière consultation : 10/09/2024) Traduction : Nadia Taouil.

R3

Le Luxembourg subit en moyenne 1 173 cyberattaques par semaine

Des centaines, voire des milliers de cyberattaques ciblent des entreprises et institutions luxembourgeoises chaque jour. Et ce qui est inquiétant, c'est que cette tendance est clairement à la hausse. (...) Le secteur bancaire et financier reste (...) la cible privilégiée, avec en moyenne 764 attaques par semaine.

Source : wort.lu (20/08/2024) Lien : <https://www.wort.lu/politik/luxemburg-wird-jede-woche-opfer-von-1.173-cyberangriffen/18009274.html> (date de dernière consultation : 10/09/2024)

R4

Cyberattaque au Luxembourg : questions aux experts



[...] La plupart des cyberattaques [...] sont toujours des virus, appelés ransomware, qui cryptent les données et les rendent ainsi inutilisables jusqu'à ce qu'une rançon soit payée. Mais aussi des attaques distribuées du type « denial of service » [...] Pour ce type d'attaque, on utilise généralement d'autres systèmes qui étaient mal protégés et qui ont déjà fait l'objet d'une intrusion. C'est pourquoi il est si important que nous soyons tous attentifs à la cybersécurité, que nous tenions à jour les systèmes d'exploitation de nos appareils et que nous vérifiions de temps en temps l'absence de virus. Pour les attaques majeures [...] nous, les humains, sommes [...] généralement le maillon le plus faible de la chaîne. Nous utilisons des mots de passe faibles ou faciles à deviner et utilisons les mêmes mots de passe dans différents systèmes. [...] Le nombre [...] de cyberattaques a augmenté dans le monde entier. Les raisons ne sont pas seulement la guerre en Ukraine ou au Proche-Orient, mais aussi la cupidité [...].

Source : science.lu (25/03/2024) Lien : <https://science.lu/fr/cybersecurite/cyberattaque-luxembourg-questions-aux-experts> (date de dernière consultation : 10/09/2024)

- Lis les textes (R1-R4) et résume, à l'aide de mots-clés, les formes que prennent les cyberattaques, leurs causes et leurs objectifs.
- Quel intérêt des États peuvent-ils avoir à mener des cyberattaques ? Qu'en est-il des acteurs privés ? Quelles conséquences peuvent avoir les cyberattaques sur la société et l'économie du pays en question ? Travaillez en petits groupes. Présentez vos réflexions.
- Quelles actions peut-on ou doit-on entreprendre personnellement ? Faites une recherche.
- Cherchez des exemples actuels ! Expliquez d'où viennent ces attaques et quels pourraient être leurs objectifs.

➤ Question pour les experts : menace hybride

- 🕒 Qu'entend-on par « guerre hybride » ? Quel rôle les cyberattaques peuvent-elles jouer dans ce type de conflit et quels sont les dangers pour les démocraties ?

Les responsables politiques luxembourgeois sur les réseaux sociaux

Pour les responsables politiques, la présence en ligne est devenue indispensable pour communiquer et soigner leur image. Malgré tous les efforts pour se montrer sous un bon jour, un commentaire ou un like irréfléchi ou une photo maladroite peuvent nuire à la perception des électeur·trice·s. Un tel comportement peut provoquer ce qu'on appelle un *shitstorm*, un déferlement de réactions qui ont des répercussions dans le monde réel.



- Formez des groupes et faites des recherches sur un parti politique luxembourgeois ou sur une personnalité politique.
 - Sur quels réseaux sociaux le parti ou la personne sont-ils actifs ?
 - À quelle fréquence des publications sont-elles mises en ligne ? Quelle est la publication la plus récente ?
 - Quels sujets sont abordés dans les dernières publications ?
 - Observez le ton et le style des publications. Y a-t-il quelque chose qui vous frappe ?
 - Comment les abonné·e·s réagissent-ils-elles aux publications ?
 - Y a-t-il des responsables politiques qui ont fait le choix de ne pas être présent·e·s sur les réseaux ?

Pour quelles raisons suis-tu des figures publiques sur les réseaux sociaux ? Coche les cases correspondantes et explique !

- ☐ Activités menées dans la fonction publique
- ☐ Opinions personnelles
- ☐ Contenus du parti
- ☐ Informations privées
- ☐ Je ne suis pas de figures publiques



À vous de jouer !

Prenez le rôle d'un·e responsable politique et rédigez une publication pour affirmer votre position.

- Choisissez un sujet qui vous est cher et rédigez une courte publication (maximum 280 caractères).
- Utilisez des hashtags pertinents pour attirer l'attention en ligne.
- Concevez une affiche qui ressemble à une publication en ligne et présentez-la à vos camarades de classe.
- Discutez de vos publications en classe. Quels problèmes avez-vous rencontrés au niveau de la formulation ? Publieriez-vous ce contenu dans la vraie vie ou non ? Quelles sont vos réticences ?

Discours de haine

Le discours de haine peut être dirigé contre une personne ou contre des groupes.

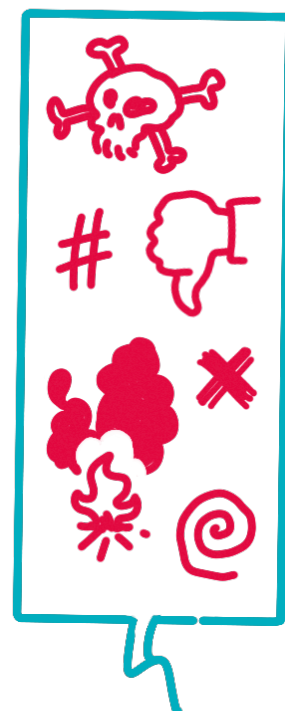
Il peut se manifester par des propos racistes, xénophobes, sexistes, homophobes, transphobes, antisémites ou islamophobes. Parfois, ces propos haineux en ligne viennent de trolls. Les trolls sur Internet peuvent être des personnes privées, c'est-à-dire des personnes rémunérées dans des usines à trolls, ou encore des robots sociaux.

Les robots sociaux sont des logiciels qui se font passer pour des humains sur les réseaux sociaux. Ils cherchent à perturber les débats en jouant sur les émotions fortes et les propos incendiaires, comme des théories du complot, afin d'influencer l'opinion des utilisateur·trice·s, y compris celle des électeur·trice·s.

Tournures de langage et modes d'expression utilisés par les trolls en ligne

Quelques formes de discours de haine	Exemples
<input type="checkbox"/> Propagation délibérée de fausses affirmations	<i>Les réfugié·e·s se voient offrir une maison dès leur arrivée ici.</i>
<input type="checkbox"/> Incitation ou appel à la violence	<i>Autrefois, on les aurait fusillé·e·s / gazé·e·s / pendu·e·s sans hésiter. Une bonne raclée, ça va les calmer.</i>
<input type="checkbox"/> Appel à des agressions sexuelles	<i>P. ex. menace de viol</i>
<input type="checkbox"/> Opposition entre « nous » et « les autres »	<i>Ils viennent ici pour nous piquer nos emplois.</i>
<input type="checkbox"/> Recours à l'ironie ou l'humour pour masquer la haine	<i>Moi aussi, je veux me loger gratuitement. Il faudra que je sois demandeur d'asile dans une prochaine vie.</i>
<input type="checkbox"/> Langage insultant et injurieux	<i>Pédé, pute</i>
<input type="checkbox"/> Diffusion de préjugés et stéréotypes	<i>Afflux massif de demandeurs d'asile, lobby gay, « Heckefransous »</i>
<input type="checkbox"/> Généralisations	<i>Les étranger·ère·s ne font pas l'effort d'apprendre le luxembourgeois !</i>
<input type="checkbox"/> Théories du complot	<i>Le changement climatique est une invention chinoise.</i>
<input type="checkbox"/> Assimilations simplistes	<i>responsables politiques = corrompus musulmans = terroristes</i>

- As-tu déjà été confronté·e à ces tournures de langage ? Coche les cases appropriées.
- Selon toi, existe-t-il des limites à la liberté d'expression ? Pourquoi ? Pourquoi pas ?
- Que dit la législation à ce sujet ?
- Nétiquette ? Informe-toi en ligne sur ce terme. Réfléchissez aux critères que vous retiendriez pour une nétiquette et réalisez une affiche, que vous accrocherez en classe.



Le courage civil dans l'espace numérique

Il existe différents types de courage civil en ligne. On peut, par exemple, contrer les propos haineux par le contre-discours.

Le contre-discours consiste à agir contre la haine en ligne et les mensonges, en affirmant avec détermination, mais avec respect que la discrimination n'est pas tolérée. Plusieurs

approches ont fait leurs preuves. Il faut rester prudent-e et ne pas se mettre dans une situation dangereuse ! Garde à l'esprit que le but n'est pas de changer l'avis des auteur-trice-s de discours de haine. Le contre-discours vise surtout à faire réfléchir les lecteur-trice-s silencieux-euses avec des arguments et du courage civil, et à soutenir les victimes.

R2

Stratégies de contre-discours

Démystification (*debunking*) : réfuter les théories du complot à l'aide de faits vérifiables

Contre-arguments objectifs : mener une discussion sans y mêler d'émotions

Satire : répondre avec humour à la haine et aux absurdités

Appel à l'éthique : montrer que le commentaire est dévalorisant et qu'il blesse les personnes / leur cause du tort

Identifier le discours de haine : exposer le discours de haine et le condamner

Positivité : répondre avec bienveillance, en disant par exemple du bien de la personne visée

R1



Finis les plaisanteries : quand les commentaires deviennent des infractions

La liberté d'expression est régie par la loi, notamment pour ce qui est des propos racistes ou discriminatoires.



Huit jours à deux ans de prison et/ou une amende de 251 à 25 000 € risquent d'être infligés au Luxembourg à :

- quiconque incite publiquement à la haine et la violence contre des personnes, des groupes ou des communautés ;
- quiconque appartient à des groupes qui incitent à la haine et à la violence ;
- quiconque produit ou diffuse des écrits, des images, des enregistrements audio ou des vidéos incitant à la haine ou à la violence à l'égard d'une personne, d'un groupe ou d'une communauté.

- Examine les mèmes (R1). Quel message véhiculent-ils ? Quels mèmes actuels connaissez-vous et lesquels vous font réfléchir ? Quel est le vrai message derrière ces mèmes ?
- Tu souhaites faire quelque chose ? Les mèmes sont souvent utilisés pour faire passer un contre-discours avec humour. Crée un mème pour réagir à un sujet qui te met en colère.
- Échangez en classe autour de vos mèmes. Les contenus sont-ils amusants ou offensants ? Quand va-t-on trop loin ?
- Fais le lien entre les stratégies de contre-discours et leur importance.

Signalez les discours de haine & faites preuve de courage civil !

La BEE SECURE Stopline permet de signaler les contenus illégaux en ligne. Sont visés les images, les vidéos ou les textes qui sont publiés sur les réseaux sociaux, les forums, les blogs ou les sites web et qui contiennent des commentaires haineux.

BEE SECURE



Tu souhaites en savoir plus ?

Tu trouveras des exercices et des informations sur le sujet des crimes de haine dans la publication « duerchbléck 12 – Le droit et la justice » :



<https://duerchbleck.zpb.lu/fr/>

La vérification des faits en toute facilité

Sur Internet, tout le monde peut faire entendre sa voix et partager des images ou des vidéos avec le monde entier. Les réseaux sociaux nous inondent d'images et de contenus. Ils ne parviennent à capter notre attention que quelques secondes. Cette brève exposition suffit pour influencer notre opinion dans un sens ou dans l'autre. C'est pourquoi un canular (*hoax*) peut aussi générer des tensions dans un débat politique. Un canular est souvent rapidement relayé et sans vérification.

R1

La Kinnekswiss après la manif pour le climat. D'autres questions ? 🍌🍌🍌



👍👍👍 and 62 others

11 comments 460 shares

Source: facebook.com (7.10.2019)

Démystification (dévoiler ou démasquer)

- Vérifie si la photo (R1) a bien été prise après une manifestation pour le climat en septembre 2019 à Luxembourg. Pour ce faire, utilise des outils d'IA comme AI or Not (<https://www.aiornot.com/>) ou Illuminarty (<https://illuminarty.ai/de/image/ai-generierte-bilder-erkennen.html>).
- Quels éléments révèlent que cette photo n'a pas été prise lors de la manifestation ? Dresse une liste des résultats de ton travail d'investigation.
- Examine comment les organisateurs de la manifestation ont réagi (R2).
- Recherche d'autres exemples passés ou récents où des photos ou des vidéos ont été utilisées ou falsifiées à des fins de désinformation.
- Réfléchissez ensemble aux motivations politiques qui se cachent derrière la désinformation. Comment peut-on combattre ce phénomène ?

- Cherche des vidéos ou des sites web qui expliquent comment vérifier des faits dans les médias.
- Dresse une liste des critères qui permettent de vérifier des informations.

R2



Youth For Climate Luxembourg

September 22 at 4:00 PM · 🌐

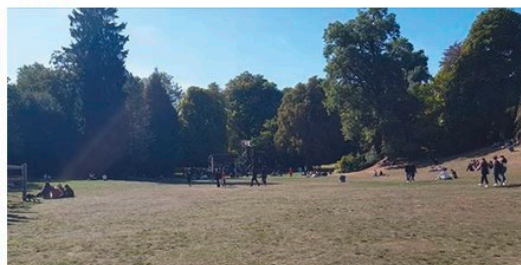
There are some fake news going around about how the students had left trash at Kinnekswiss after Fridays climate strike.

In reality, we had a team whose role was to make sure no trash was left behind, but they didn't even have that much of picking up to do, because the climate strikers are very clean.

The first picture is from Friday at the end of the rally at Kinnekswiss.

The other two pictures are from our Clean Up Action yesterday in Esch.

It's so sad that people try to discredit our efforts by making up lies. We would love to see this post being shared at least as much as the fake news! 🌍



👍👍👍 826

87 Comments 977 Shares

👍 Like

💬 Comment

➦ Share

Source: facebook.com (22.9.2019)

Le bien-être numérique et le droit à la déconnexion numérique

Qu'est-ce que le bien-être numérique ?

Le terme « bien-être numérique » (*digital wellbeing*) désigne l'utilisation responsable et saine des médias numériques. Il s'agit d'adopter des habitudes qui contribuent à promouvoir / encourager son propre bien-être dans le monde numérique.



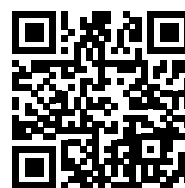
Car une utilisation irresponsable ou excessive des médias numériques peut avoir des effets négatifs : stress, troubles du sommeil, faible estime de soi, difficultés de concentration, isolement social, etc.

Pour améliorer son bien-être numérique, il faut d'abord s'interroger sur sa propre utilisation des écrans et des réseaux sociaux.

- Comment utilisez-vous votre téléphone portable ?
- Consultez les statistiques pour déterminer combien de temps vous avez passé sur votre téléphone au cours des sept derniers jours. Comparez vos temps d'écran respectifs. Que constatez-vous ?
- Êtes-vous surpris-e par votre temps d'écran ? Pourquoi (ou pourquoi pas) ?
- Réfléchissez à ce que vous ressentez quand vous perdez la notion du temps en faisant défiler inlassablement votre fil d'actualités. Est-ce que vous vous sentez bien ou mal après avoir passé beaucoup de temps sur les réseaux sociaux ? Que révèle cette situation ?
- Comment vous sentez-vous quand vous oubliez votre téléphone portable (par exemple à la maison) ? Pourquoi ?

Changement de perspective

- Faut-il interdire l'utilisation du téléphone portable non seulement en classe, mais aussi pendant les récréations, à la cantine ou lors d'excursions scolaires ? Formez de petits groupes et réfléchissez à des arguments pour et contre cette interdiction. En tant que groupe, adoptez un rôle ou une perspective spécifique, par exemple un groupe représente les parents, un autre les enseignant-e-s et un troisième les apprenant-e-s.

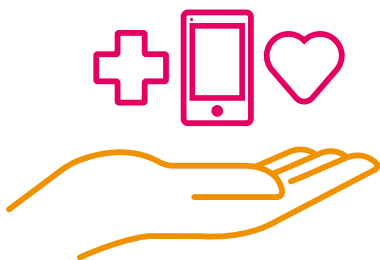


BEE SECURE
Autotest SuperUser

www.superuser.lu/en

Pistes utiles

Parmi les conseils suivants, lesquels appliques-tu déjà au quotidien ? Lesquels aimerais-tu mettre en pratique à l'avenir ? Coche-les en utilisant des couleurs différentes.



- ☐ Fixer des limites de temps (pour les applications) → ☒
- ☐ Désactiver les notifications push
- ☐ Mettre les discussions de groupe en sourdine
- ☐ Garder à l'esprit le temps d'écran personnel et se fixer des objectifs (quotidiens/hebdomadaires) : par exemple, deux heures d'écran maximum par jour
- ☐ Intégrer activement des moments sans écran dans le quotidien (p. ex. repas, sport, hobbies, amis)
- ☐ Mettre délibérément de côté son téléphone quand quelqu'un te parle
- ☐ Activer le *mode sombre* (qui ménage tes yeux, surtout avant le coucher)



Droit à la déconnexion



La loi luxembourgeoise garantit le droit à la déconnexion (numérique) depuis 2023. Elle stipule que les salarié-e-s ne sont pas tenu-e-s d'être joignables en dehors de leurs heures de travail. En d'autres termes, les employeurs ne peuvent pas exiger, par exemple, que l'on consulte ses e-mails ou qu'on réponde à des messages professionnels le soir avant de se coucher. En cas de non-respect de ce droit, les employeurs s'exposent à des amendes administratives allant de 251 à 25 000 €.



Double page dans DB 9 :
« My home – my school – my office? » sur la déconnexion numérique et le télétravail

- Que pensez-vous de cette loi ? Devrait-elle également s'appliquer aux élèves et aux enseignant-e-s ? Quelle est la situation dans votre école ? Vous est-il déjà arrivé d'envoyer des messages ou des questions à votre enseignant-e tard le soir ou pendant le week-end ? Ou vous a-t-on peut-être envoyé des devoirs supplémentaires par ce biais ? Le considérez-vous comme problématique ou non ?
- Définissez ensemble des règles acceptables pour les enseignant-e-s et les élèves.

Tu souhaites approfondir ce sujet ? Alors, consulte la publication « duerchbléck! 9 – Wunnen zu Lëtzebuerg » à ce sujet.

Guide pratique de la communication en ligne

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Le numérique au service de la démocratie – signer des pétitions

Une pétition permet d'exprimer une plainte ou une requête. Tou-te-s les citoyen-ne-s ont le droit de faire une plainte ou une requête auprès du Parlement. Il est important que les citoyen-ne-s puissent exprimer des problèmes, des souhaits et des idées, car, dans une démocratie qui fonctionne, le Parlement et le gouvernement représentent les intérêts de la population.

Au Luxembourg, il existe deux types de pétitions : les **pétitions publiques** et les **pétitions ordinaires**.



Les pétitions publiques peuvent être signées sur le site du Parlement pour demander un débat public et un examen officiel de la plainte à la Chambre des Députés.

Une **pétition ordinaire**, en revanche, ne recueille pas de signatures en ligne et n'est pas non plus débattue publiquement à la Chambre des Députés. Elle offre plutôt la possibilité de formuler une plainte ou un souhait dans une lettre.

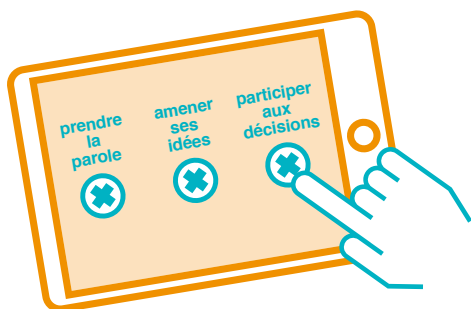


Pour pouvoir signer ou déposer soi-même une pétition publique, il faut :

- avoir au moins 15 ans ;
- posséder un numéro d'identification national (également appelé « numéro de sécurité sociale à 13 chiffres » ou « matricule »).

La pétition doit recueillir au moins 4 500 signatures en six semaines pour qu'un débat public ait lieu.

Attention : une seule signature par personne est autorisée pour chaque pétition !



➤ Rendez-vous sur le site petitions.lu (« Les pétitions »). Consultez les différentes pétitions affichées sur le site. Pourquoi pensez-vous que certaines pétitions ont été jugées « irrecevables » ?



➤ Réfléchissez : quelle pétition aimeriez-vous déposer ? Formez de petits groupes et rédigez ensemble votre requête ou votre plainte. Réfléchissez à une problématique qui vous tient à cœur. Choisissez ensuite un titre et l'objectif de votre pétition, que vous devez justifier brièvement (150 mots maximum).

➤ Comparez en classe : quelles pétitions les autres groupes aimeraient-ils soumettre ? Existe-t-il des thématiques communes ? Pourquoi (ou pourquoi pas) ?

➤ Déterminez si vous seriez disposé-e-s à signer ces pétitions. Justifiez brièvement votre position.

➤ Pourriez-vous envisager de soumettre ou de signer vous-mêmes une pétition ? Pourquoi (ou pourquoi pas) ?



➤ Informez-vous sur d'autres moyens de participation numérique au niveau national ou local.

Toutes les publications *duerchbléck!* en un coup d'œil!

Disponible en téléchargement
sur <https://zpb.lu/duerchbleck/>





duerchbléck!

Impressum

Éditeur :

Zentrum fir politesch Bildung,
Fondation d'utilité publique, RCSL G236
138, boulevard de la Pétrusse
L-2330 Luxembourg
info@zpb.lu
www.zpb.lu

Rédaction :

Steve Hoegener, Guido Lessing, Daniel Weyler,
Marnie Ecker et Celine Schortgen
Test de la bulle de filtres et cartes de résultats :
Lisa Jasch

Crédits photos :

Page 18/ 41 : © pixabay
Page 18/ 41 : Ok? © Steve Hoegener 2019
Page 21/44 : Avec l'aimable autorisation
de Christophe Folschette

Mise en page :

Bakform
Lisa Jasch (test de la bulle de filtres
et cartes de résultats)

Impression :

Reka Print +, Ehlerange

Date de dernière consultation des statistiques
et des liens : mai 2025

Droits d'auteur :

Le texte et les illustrations sont soumis au droit
d'auteur. Le texte peut être reproduit gratuitement
à des fins d'enseignement.

Le ZpB décline toute responsabilité quant au
contenu des sites web auxquels il est fait référence.