

Intitulé de l'épreuve : Italien (composition)

Nombre de copies : 1

Numérotez chaque page (dans le cadre en bas de la page) et placez les feuilles dans le bon sens.

Negli ultimi anni, i flussi migratori a destinazione dei paesi del sud dell'Unione europea, Italia e Grecia in primis, sono cresciuti fortemente a causa delle guerre e tensioni geopolitiche in Siria e Libia e della situazione disastrosa di alcuni paesi africani. Aldilà delle comprensibili e necessarie manifestazioni di solidarietà per i profughi, questa crisi migratoria ha suscitato ^{aspre} divisioni tra Stati dell'Unione e all'interno degli stessi Stati (I), sottolineando la necessità di una strategia globale di sicurezza e di sviluppo per rispondere a questa problematica (II).

La crisi migratoria degli ultimi anni ha suscitato emozione, di fronte alla sorte degli individui che trovano la morte cercando di raggiungere l'Europa. L'esempio più terribile è forse quello del piccolo Aylan, ritrovato morto nel 2015.

Però questa crisi ha anche messo alla prova la solidarietà tra Stati membri dell'Unione europea e rivelato divisioni sul tema dell'immigrazione e della gestione dei flussi di persone. I paesi più esposti a questi flussi hanno chiesto provvedimenti per migliorare la ripartizione dei migranti arrivati in migliaia sul loro territorio, dato che le regole stabilite a Dublino prevedono il rimpio dei migranti nei paesi dove hanno chiesto l'asilo in primo luogo. Ma è apparsa la mancanza di una posizione comune: ad esempio, alcuni Stati dell'est del continente, come l'Ungheria, hanno smesso di rispettare gli accordi di Schengen per chiudere le loro frontiere, mentre la Cancelliera tedesca Angela Merkel ha deciso di accogliere oltre 800.000 persone nel 2015.

N°

1/2

Alle divisioni tra Stati si aggiungono dibattiti tesi su quest'argomento all'interno dei paesi, sullo sfondo della crisi economica e del populismo.

Associazioni umanitarie e altre organizzazioni hanno criticato la politica di Stati che cercano di contrastare i flussi con interventi nel Mediterraneo, come dimostrato dalle polemiche tra ONG e governo italiano durante l'estate del 2017.

La gestione del problema migratorio è resa ancora più difficile dal clima politico e economico in Italia e in Europa. L'opposizione all'immigrazione è uno dei maggiori fattori della nascita di partiti populisti - come la Lega nord di Matteo Salvini in Italia - che possono vantare il sostegno di una parte delle classi medie.

In questo contesto, andrebbe messa in atto una strategia globale per dimostrare la capacità dell'Unione europea di gestire in modo umano i flussi migratori, senza contare sui accordi con Turchia e Libia per contenere questi flussi che potrebbero aumentare in futuro.

Nei dibattiti nazionali, i partiti di governo possono cercare di dimostrare che un'immigrazione scelta e controllata è un'opportunità di stimolare la crescita e di preservare i sistemi di welfare rallentando l'invecchiamento della popolazione (in particolare in Italia).

Allo stesso tempo la creazione di strumenti europei, come una guardia costiera comune, può consentire all'Unione di rinforzare la lotta all'immigrazione illegale e di proteggere meglio le sue frontiere.

In fine, vanno aiutati le regioni destabilizzate del Medio Oriente e del continente africano. L'Europa ha sicuramente il dovere morale di accogliere persone colpite dalla guerra, ma il problema più importante rimane quello delle politiche di sviluppo per i paesi più in difficoltà di queste zone.

(~ 500 metri).

N°

212

Intitulé de l'épreuve : Italien (traduction)

Nombre de copies : 1

Numérotez chaque page (dans le cadre en bas de la page) et placez les feuilles dans le bon sens.

Le coût des "fake news" : 400 000 dollars pour influencer les élections

Les "fake news" sont un terrain miné. Pas tant à cause de l'existence de celles-ci - elles existent, c'est un fait - qu'en raison des méthodes adoptées pour les combattre. Le débat est complexe et oppose la liberté d'expression à la censure. Les messages en ligne, cependant, ne sont plus seulement un "business" visant à attirer les clics. L'influence des "fake news" est démontrée dans des domaines importants comme celui des élections.

Trend Micro, une entreprise qui s'occupe de cybersécurité, a suivi l'évolution de la cyber-propagande, et l'a placée en haut du classement des principaux domaines d'activité cybercriminelle en 2017. Et aujourd'hui, les résultats d'une de ses études, intitulée "La machine à fake news : comment les propagandistes mentent sur internet et manipulent l'opinion", constituent une preuve étonnante. Le taux de pénétration

N°

..11.4

clerc d'internet a offert une opportunité d'utiliser le réseau comme un instrument pour influencer l'opinion publique. des chiffres qui en ressortent sont alarmants. L'étude de Trend Micro analyse les étapes clés utilisées pour influencer l'opinion publique, de l'identification du public cible à son recrutement à travers la préparation d'une fausse nouvelle, jusqu'à sa "militarisation" par l'intermédiaire des réseaux sociaux, avec le soutien d'une propagande toujours plus forte. Il apparaît qu'au terme de chaque action, le public est souvent délibérément distrait avec un nouveau sujet, afin de lancer un nouveau cycle. L'étude de la société californienne identifie les nombreux sites "underground" qui proposent des services en lien avec les "fake news", en garantissant l'anonymat pour toute personne ou organisation - y compris un Etat - qui cherche à influencer l'opinion publique. Les services de base proposés comportent la création de faux profils et de groupes sur les réseaux sociaux, l'élaboration de faux contenus, l'attribution de "likes" et de "retweets" pour accélérer leur diffusion, et même la construction de sites à l'apparence respectable. Avec un budget plus important,

il est ^{même} possible d'acheter de multiples sites, qui renvoient l'un vers l'autre pour accréditer la diffusion des contenus et donc l'authenticité de la campagne de "fake news".

Elan Trend Micro, une campagne de "fake news" d'une durée de 12 mois, susceptible d'influencer le résultat d'une élection, coûte 400 000 dollars. Mais ce n'est pas tout : on peut acheter une campagne visant à provoquer des manifestations de rue pour 200 000 dollars ; une campagne pour discréditer un journaliste peut coûter 55 000 dollars ; la création d'une fausse célébrité - ayant au moins 300 000 abonnés coûte 2600 euros.

Il est évident que dans un secteur d'activité aussi florissant, tous les pays ne sont pas égaux. Les principaux marchés des "fake news" analysés dans l'étude se situent en Chine, en Russie, au Moyen-Orient et en Angleterre. En Chine, par exemple, de fausses publicités peuvent être achetées pour 15 dollars, alors qu'en Russie il est possible, avec 621 dollars, de placer une vidéo sur la page d'accueil de Youtube. La recherche menée par Trend Micro analyse aussi la diffusion des "fake news" par des individus, comme par exemple le troll d'une victime de l'attentat de Manchester qui

poste de fausses photographies de victimes sur les réseaux sociaux.

La société californienne émet également une recommandation pour les utilisateurs, car se défendre des "fake news" est le seul moyen de les éloigner. La recommandation aux utilisateurs est de contrôler le plus possible les nouvelles et les faits, en croisant les sources et en vérifiant celles-ci, en se fiant si possible sur l'autorité des plus grands médias, en recherchant de savoir les auteurs et en approfondissant la lecture au-delà du titre de l'article ou de la publication.