

Le mensonge court plus vite que la vérité. Sur Twitter, les fausses informations se répandent six fois plus rapidement que les vraies¹. Comment les rattraper ? Le rapport du groupe d'experts réunis en 2018 à l'initiative du ministre de l'Agenda numérique² recommande de favoriser l'éducation et les « *outils concrets qui aident les citoyens à mieux s'informer et à identifier plus rapidement la désinformation* ». Voilà une nouvelle mission pour les journalistes : informer sur la désinformation. Est-ce à dire qu'ils doivent passer plus de temps dans les classes et moins dans les rédactions ?

« *C'est important d'y aller, comme des résistants* », encourage Anne-Sophie Leurquin, journaliste au « Soir ». Même si, dans les classes, les journalistes ne sont pas toujours attendus avec des pralines... En 2017, une étude LA PRESSE.be/Dedicated Research³ évaluait le degré de confiance des jeunes francophones envers différents métiers. Les journalistes obtenaient un mauvais score (27%), loin des bien-aimés médecins (54%) et des profs (42%). Seuls les hauts fonctionnaires de l'administration (21%) et les politiciens (10%) obtenaient une plus mauvaise cote que les professionnels des médias.

C'est d'ailleurs le premier conseil que donnerait Benjamin Hermann, journaliste à « L'Avenir » qui a participé à des animations avec des jeunes autour de la désinformation et des théories du complot : « *veiller à ne pas débarquer comme un grand seigneur-journaliste, en imaginant que notre métier représente encore quelque chose de prestigieux à leurs yeux* ».

« *Je pense qu'il faut leur montrer toutes les raisons pour lesquelles, malgré les erreurs commises, on peut encore faire confiance aux médias* », ajoute André Linard, ancien secrétaire général du Conseil de déontologie, qui consacre un peu de son temps libre à aborder le sujet dans le cadre de Journalistes en classe.

En pratique, ce n'est pas simple. Et la tâche est immense. Cette brochure a pour objectif d'outiller les journalistes en classe – et pourquoi pas aussi les enseignants, les éducateurs ou les parents – qui souhaitent aborder la question de la désinformation (« fake news »).

Pourquoi un outil pédagogique sur la désinformation ?

Depuis quelques années, la question de la désinformation s'invite systématiquement dans les classes. En témoignent les enseignants, animateurs et journalistes qui sont en contact avec les jeunes et qui sont régulièrement amenés à traiter cette question. Les rapports, tant d'experts belges⁴ qu'européens⁵, mettent en avant l'importance d'une approche éducative

1. D'après une vaste étude du Massachusetts Institute of Technology (MIT) publiée en 2018 dans la revue «Science»: <http://ide.mit.edu/news-blog/news/truth-about-false-news>

2. <https://www.decree.be/fr/un-groupe-d%E2%80%99experts-formule-des-recommandations-pour-lutter-contre-les-fake-news>

3. « Ce que pensent et vivent les jeunes francophones (11-18 ans) en 2017: Vague 2 », LA PRESSE.be/Dedicated Research.

4. Rapport du groupe belge d'experts pour la formulation de recommandations pour lutter contre les fake news. <http://www.crid.be/pdf/public/8519.pdf>

5. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

face à cette problématique complexe, systémique ainsi que sur le développement d'outils relatifs au développement de l'esprit critique et à la vérification des sources d'information. La désinformation ne s'arrêtera pas uniquement avec des lois.

Le CSEM, en collaboration avec l'AJP, a dès lors décidé de consacrer un outil à cette thématique avec deux objectifs : éclairer les professionnels en leur fournissant des balises et des pistes de réflexion d'une part et proposer quelques outils utilisables directement en classe d'autre part. Le CSEM et l'AJP ont confié la rédaction de l'outil à Madame Céline Gautier, journaliste indépendante et participante à l'opération « Journalistes en classe ».

En lien avec la désinformation, le CSEM a par ailleurs organisé une journée de réflexion en mars 2019 « Fake news et désinformation : éduquer plutôt que réguler... oui mais comment ?⁶ ». Le CSEM a également consacré un numéro de la série « Repères » à destination des parents et éducateurs : « Déjouer les pièges de la désinformation : fake news, pièges à clics, propagande... »⁷.

Un outil sur la désinformation : pour qui ?

Le présent outil a été conçu prioritairement pour les journalistes participant à l'opération « Journalistes en classe⁸ » (JEC). Cette opération vise à organiser une rencontre en classe entre un journaliste et des élèves à partir de la 5^e primaire. Partager un éclairage sur son métier, sur les médias, sur une technique ou un thème d'actualité : il s'agit essentiellement d'un témoignage et non d'un cours théorique qui remplacerait celui de l'enseignant. Les rôles de chacun sont complémentaires : à l'enseignant d'intégrer l'invitation du journaliste dans une démarche pédagogique, au journaliste de témoigner et de répondre aux interrogations des jeunes.

Pour aider le journaliste à préparer ces rencontres, il existe déjà le « Manuel pédagogique des Journalistes en classe⁹ » publié par l'AJP et ACMJ. Il fournit quelques conseils pour préparer l'intervention, pour démonter les stéréotypes sur le journalisme, pour faire comprendre aux jeunes le système médiatique et ses langages et les amener à connaître l'envers des médias pour en devenir des usagers – ou des acteurs – avertis. Cet outil se veut un complément thématique au manuel pour traiter de la désinformation.

Le présent outil est également à disposition de tous les autres acteurs éducatifs : enseignants, éducateurs, animateurs, parents, services pédagogiques...

6. Le rapport final et les comptes-rendus des ateliers sont téléchargeables : http://csem.be/actualite/fake_news_et_desinformation_eduquer_plutot_que_reguler_oui_mais_comment

7. L'outil est téléchargeable et contient une série de conseils pratiques <http://csem.be/reperesfakenews>

8. « Journalistes en classe » est une opération organisée par l'Association des Journalistes professionnels (AJP) et financée par le Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM) de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Infos : www.ajp.be

9. http://www.ajp.be/telechargements/jec/manuel_pedagogique.pdf

Un outil en deux volets : une partie théorique et des fiches pratiques

Précédé par une « petite histoire de la désinformation », l'outil est structuré en deux volets : une série de fiches explicatives et une série de fiches pratiques.

Les fiches de synthèse ou fiches explicatives sont destinées aux professionnels (journalistes, enseignants, etc). Elles contiennent un éclairage sur les principales questions posées par les jeunes. Elles visent à faire le point sur une série de thèmes liés à la désinformation : les mots pour dire le faux, les intentions derrière la désinformation, notre raison face à la désinformation, la propagation de la désinformation, le fonctionnement des médias, l'information journalistique et questionner une information.

Les fiches pratiques ou fiches d'activités sont exploitables en classe avec les jeunes. Libre au journaliste ou à l'enseignant d'adapter l'activité en fonction du parcours pédagogique et/ou de l'âge des élèves. Ces fiches permettent de réfléchir aux pratiques par l'action, d'apprendre « en faisant ». Info ou opinion ?, vrai ou faux ?, désinformation ou mésinformation ?, les effets de la désinformation, questionner une info...

Des pistes de ressources pédagogiques complémentaires ainsi qu'un portfolio de documents pour les animations viennent compléter l'outil.

Un outil pour renforcer les compétences médiatiques des jeunes

Le CSEM et l'AJP espèrent ainsi répondre concrètement à une préoccupation majeure de notre société et permettre à chaque citoyen, aujourd'hui plus encore qu'hier, d'être « actif, autonome et critique envers tout document ou dispositif médiatique dont il est destinataire ou usager (...) pour préparer les individus à être des citoyens responsables, capables de contribuer au développement d'une société démocratique ».

Nous vous en souhaitons bonne lecture !

Avril 2020



TABLE DES MATIERES

Introduction

Partie 1 : petite histoire de la désinformation

Partie 2 : synthèses

- 2.1. Les mots pour dire le faux
- 2.2. Les intentions derrière la désinformation
- 2.3. Notre raison face à la désinformation
- 2.4. La propagation de la désinformation
- 2.5. Le fonctionnement des médias
- 2.6. L'information journalistique
- 2.7. Questionner une information

Partie 3 : fiches pédagogiques

- 3.1. Info ou intox
- 3.2. Où se cachent les faits et opinions
- 3.3. Vrai ou faux ?
- 3.4. Les intentions derrière la désinformation
- 3.5. Les effets de la désinformation
- 3.6. Questionner une information

Partie 4 : sélection de ressources pédagogiques

Vidéos didactiques
Dossiers pédagogiques et matériel didactique
Acteurs de l'éducation aux médias

Partie 5 : portfolio pour les exercices et les animations en classe

- 5.1 Faux de faux
 - 5.1.1. La barbe et le coronavirus
 - 5.1.2. Du Nutella moins cher
 - 5.1.3. Les gentils extraterrestres
 - 5.1.4. La crevette du siècle
 - 5.1.5. Le mari, l'épouse et l'amant
 - 5.1.6 La fin du SIDA
 - 5.1.7 Attention enlèvements
- 5.2 Vrai de vrai
 - 5.2.1. Un sauveteur courageux
 - 5.2.2. Une fusée faite maison
 - 5.2.3. Un bébé pour Diaz

PARTIE 1 : PETITE HISTOIRE DE LA DÉSINFORMATION

DE LA DÉESE DES RAGOTS AU PRÉSIDENT AMERICAIN

Il n'a pas fallu attendre l'invention de Twitter pour que l'humanité découvre l'intérêt de la désinformation pour affaiblir un adversaire politique, vendre sa soupe ou redorer son blason. La mythologie gréco-romaine avait déjà ses déesses des « fake news ». Dans la mythologie grecque, Apaté, qui incarnait le mensonge et la duperie, était l'un des grands maux de l'humanité arrivés sur terre dans la boîte de Pandore. A Rome, Fama possédait deux trompettes : l'une pour la renommée (qui a inspiré une chanson à Brassens) et l'autre pour la diffusion de ragots pouvant servir les intérêts de l'un ou l'autre dieu – à l'origine de l'expression « mal famé ». Sur terre, les humains usent du même procédé depuis des siècles. Dans « L'Art de la guerre », traité de stratégie militaire chinois du 4^e siècle avant Jésus-Christ, le général Sun Tzu évoque la meilleure manière de duper l'ennemi : « feindre le désordre » et « simuler l'infériorité », le laisser se jeter sur vous et l'écraser par surprise¹⁰.

L'invention de l'imprimerie au 15^e siècle et les améliorations successives apportées aux techniques d'impression au cours des 18^e et 19^e siècles (presses à bras puis mécaniques et rotatives) permettent la diffusion beaucoup plus large de l'information – et de la désinformation. Avant de désigner des journaux tout entiers, le terme « canard » se rapporte d'ailleurs à des faits divers illustrés, plein de femmes à deux têtes et de navires foudroyés, qui ont circulé dans les rues de

Paris entre les 17^e et 19^e siècles, et assureraient les ventes. « *Le canard est une nouvelle quelquefois vraie, toujours exagérée, souvent fausse*, écrit Gérard de Nerval en 1844 dans « Histoire véridique du canard ». *Ce sont les détails d'un horrible assassinat, illustré parfois de gravures d'un style naïf : c'est un désastre, un phénomène, une aventure extraordinaire ; on paye cinq centimes, et l'on est volé.* »

Au 18^e siècle, les journaux anglais, qui connaissent un essor considérable, ont même créé une fonction sur mesure pour le colportage de rumeurs lucratives, celle des « paragraphe men ». Dans un style très « putes à cliques », ces rédacteurs collectent les on-dit dans les cafés et en font des textes courts, qui sont ensuite insérés dans les espaces vides du journal. En France, les « nouvellistes » font le boulot de manière plus artisanale : ils reproduisent leurs (més) infos sur des bouts de papier, qu'ils abandonnent sur les bancs publics, au vent de la rumeur. Autour de la Révolution française, de nombreuses « fake news » publiées dans les canards visent la reine Marie-Antoinette, ses amants, ses goûts de luxe et ses attitudes de diva. Bien qu'on ne puisse mesurer précisément leur impact, elles ont certainement contribué, estime l'historien américain Robert Darnton, « à la haine de la reine qui a conduit à son exécution le 16 octobre 1793 »¹¹. La puissance de la désinformation fait dire à Jonathan Swift (auteur des « Voyages de Gulliver ») en 1733 dans « L'Art du men-

10. Source : « Plongée dans l'origine des fake news », RTS Culture, Paléofutur. <https://www.rts.ch/info/culture/9761965-dans-la-mythologie-greco-latine-on-trouve-deja-des-fake-news.html>

11. Sources : Robert Darnton, « The True Story of Fake News », The New York Review of Books. Article disponible en français sur Le Monde.fr. https://www.lemonde.fr/idees/article/2017/02/20/la-longue-histoire-des-fake-news_5082215_3232.html et Dominique Kalifa, « Fausses nouvelles et vérités alternatives avant les 'fake news' », Histoire et Civilisations. <https://www.histoire-et-civilisations.com/fausses-nouvelles-verites-alternatives-fake-news/>

songe politique » qu'« *il faut plus d'art pour convaincre le peuple d'une vérité salutaire que pour lui faire accroire et recevoir une fausseté salutaire* ».

Les Martiens attaquent

L'invention de la radio et de la télévision, dans la première moitié du 20^e siècle, offre un nouveau terrain de jeu aux faussaires de l'information. En 1938, Orson Welles, le réalisateur de « Citizen Kane », met en scène un canular d'anthologie sur les ondes du réseau de radios américain CBS. Il adapte le roman de science-fiction « La Guerre des mondes » d'H.G. Wells, qui décrit l'humanité en proie aux attaques d'extra-terrestres. En pleine émission, il simule une interruption de programme et annonce un débarquement de Martiens sur la côte Est des Etats-Unis. Cette mise en scène aurait créé un vent de panique que le « New York Times » qualifiera d'« hystérie de masse ». Mais il apparaît que ce mouvement de foule a été bien exagéré par les médias. Pour le sociologue Dominique Cardon (« Fake news panic »¹²), cette soi-disant panique de « La Guerre des mondes » a été « littéralement fabriquée par la presse écrite de l'époque, qui reprochait notamment à la radio d'aspérer tous les revenus publicitaires ». Elle servait la théorie des « effets forts », selon laquelle la radio était coupable d'écerveler les publics populaires.

Tout au long du 20^e siècle, les journalistes occidentaux seront encore visés par la propagande politique, notamment pendant les deux guerres mondiales et la Guerre froide, où les forces en présence désinforment à tour de bras. Mais le journalisme se professionnalise – en 1886, naît l'Association Générale de la Presse Belge, arrière-grand-mère de notre Association des Journalistes professionnels (AJP). La défense d'un statut reconnu et d'une formation va de pair avec le respect de critères déontologiques, au rang desquels le respect de la vérité. En 1948, les journalistes belges constituent une première Commission permanente de déontologie professionnelle, « chargée de favoriser une saine pratique du journalisme, et de codifier les lois et usages de la presse »¹³.

Cet élan éthique n'empêche malheureusement pas les médias les plus réputés d'encore tomber dans le panneau de la



Membres du comité de l'Association des journalistes républicains, H. Laissement 1907

12. Dominique Cardon, « Fake news panic » dans « Cultures numériques », Presses de Sciences Po, 2019.

13. Source : « L'Association des journalistes professionnels de Belgique fête ses 125 ans ». <http://www.ajp.be/historique/>

désinformation, victimes de manipulateurs extérieurs ou de menteurs « maison ». « *Le faux charnier de Timisoara est sans doute la plus importante tromperie depuis l'invention de la télévision* », écrit Ignacio Ramonet en 1990 dans le « Monde diplomatique »¹⁴. Il fait référence à l'emballage médiatique qui s'est produit en décembre 1989 dans la couverture de la révolution roumaine. Nicolae Ceausescu, à la tête d'un régime communiste totalitaire, est dépeint par les médias occidentaux comme un monstre sanguinaire, parent de Dracula. Aussi, quand arrivent, via une télévision d'Europe de l'Est, des images d'un charnier découvert à Timisoara, l'émotion est à son comble. On aurait retrouvé des milliers de corps, parmi lesquels ceux d'une mère et de son bébé. L'aveuglement est total parmi les médias occidentaux, notamment français, et une partie de la classe politique. Mais on découvrira rapidement qu'il s'agissait d'une mise en scène opérée par les révolutionnaires. Ils avaient déterré une vingtaine de corps d'un cimetière pour les exposer devant les caméras. La mère en question avait simplement succombé à une cirrhose du foie. Et la petite fille, qui n'était pas sa fille, de la mort subite du nourrisson¹⁵.

Les faussaires parmi nous

Des cas de désinformation peuvent aussi être le fait de journalistes en quête de gloire, prêts à tout pour alourdir leur CV. Janet Cooke publie ainsi en 1980 dans le « Wash-

ington Post » un récit bouleversant, « Le monde de Jimmy »¹⁶, sur un petit toxicomane de 8 ans du ghetto noir de Washington, initié aux drogues dures par le compagnon de sa mère. Cet article lui vaut un prix Pulitzer l'année suivante et des recherches sont entamées par la police – sans succès – pour tenter de retrouver l'enfant. Quelques jours après la remise du prix, la journaliste avoue à son rédacteur en chef qu'elle a inventé l'histoire de A à Z. Le « Washington Post » présente ses excuses et rend le Pulitzer.

Plus récemment, en 2018, l'hebdomadaire allemand « Der Spiegel » a été contraint de lancer une enquête interne pour comprendre comment le jeune journaliste-star Claas Relotius avait réussi à berner toute une rédaction. Son voyage en bus aux côtés d'une Américaine qui assistait aux exécutions ou son portrait d'un jeune Syrien qui écoute « Get Lucky » de Daft Punk toutes les nuits depuis l'attaque chimique de la Ghouta étaient des récits « parfaits ». Mais bidon. Les vérifications faites par l'un de ses collègues soupçonneux ont conduit Claas Relotius à avouer qu'il parlait de faits et de personnes réels pour en faire des créatures journalistiques. Un comble pour le « Spiegel » dont le système de fact checking est jugé exemplaire. « *C'est comme si des paparazzi avaient surpris le pape dans un bordel* », résume le tabloïd allemand « Bild »¹⁷.

Avec un même talent de mise en scène mais une intention radicalement différente,

14. Ignacio Ramonet, « Télévision nécrophile », Le Monde diplomatique. <https://www.monde-diplomatique.fr/1990/03/RAMONET/18658>

15. Source : Serge Halimi, « Les vautours de Timisoara », Acrimed. <https://www.acrimed.org/Les-vautours-de-Timisoara>

16. L'article est toujours disponible sur le site du « Washington Post », précédé d'un avertissement.

17. Source : Violette Bonnebas, « Claas Relotius, journaliste vedette du 'Spiegel', pris en plein délit de falsification », Libération. https://www.liberation.fr/planete/2018/12/20/claas-relotius-journaliste-vedette-du-spiegel-pris-en-plein-delit-de-falsification_1699026

Le site du Spiegel propose une série d'articles sur cette affaire sous le nom « Der Fall Claas Relotius ».

citons aussi « Bye Bye Belgium », le docu-fiction monté en 2006 par la RTBF, dans le but de secouer l'opinion publique sur l'avenir de la Belgique. Ce soir-là, l'émission de télévision « Questions à la Une » est interrompue. François De Brigode, le présentateur du JT, annonce que « l'heure est grave » et que la Flandre va annoncer son indépendance. Malgré les avertissements et les clins d'œil, de nombreux téléspectateurs croient à l'annonce du démantèlement de la Belgique. Les réactions fusent au centre d'appel de la RTBF et sur les forums des médias. Philippe Dutilleul, le concepteur de l'émission, a admis avoir été surpris par « *le volume de l'émotion* » tout en assumant le procédé. « *Nous n'avions pas fait cette émission pour l'émotion, mais surtout pour la réflexion* », a-t-il expliqué. Suite à des plaintes, la RTBF a reçu un avertissement du Conseil supérieur de l'audiovisuel. L'événement a contribué à la création du Conseil de déontologie journalistique en Fédération Wallonie-Bruxelles en 2009¹⁸.

La vitesse de l'électron

Alors que la désinformation a, de tous temps, été utilisée pour tirer un avantage politique ou économique, une amplification exceptionnelle lui a été donnée avec internet, dont l'utilisation s'est répandue au début du 21^e siècle. Dans les années 2000, apparaissent des « canulars informa-

tiques » ou « hoax », qui se répandent via les courriers électroniques et les forums. Un groupe d'anciens élèves du Massachusetts Institute of Technology (MIT) avait par exemple monté un site internet¹⁹ qui faisait la promotion des « chatons bonsaïs », élevés en bouteille dans un but décoratif, sur un principe similaire à celui des arbres bonsaïs. Les amis des chatons (nombreux, on le sait) ont crié au scandale.

En 2001, une chaîne de mails avertit que le service de messagerie en ligne MSN Hotmail veut se débarrasser de ses utilisateurs inactifs et recommande à chacun de faire suivre le message à tous ses contacts pour prouver qu'il utilise bien son compte. L'entreprise a dû démentir. Le procédé, qui affecte directement la réputation d'une entreprise ou d'un service, a depuis lors été régulièrement recyclé, avec par exemple l'annonce de la fin de la gratuité de Whatsapp ou de Facebook²⁰.

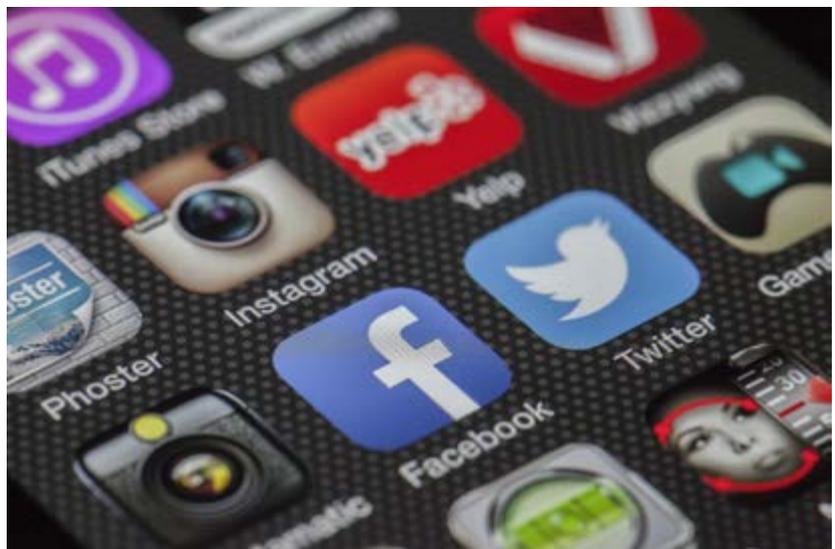


Photo Pixabay.

18. Source : RTBF. https://www.rtbef.be/info/medias/detail_bye-bye-belgium-en-2006-le-docu-fiction-de-la-rtbf-creait-un-electrochoc?id=9479103

L'émission Bye bye Belgium est disponible sur le site des archives audiovisuelles de la Sonuma : <https://www.sonuma.be/archive/bye-bye-belgium-du-13122006>

19. Le contenu du site original Bonsai Kitten a été transféré à l'adresse : www.ding.net/bonsaikitten

20. Décryptage du hoax et démentis de MSN Hotmail accessibles sur www.hoaxkiller.fr

L'explosion des réseaux sociaux

En 2004, Mark Zuckerberg lance, avec des amis d'Harvard, un réseau social destiné aux étudiants de leur université. Ils l'appellent « Trombinoscope » ou « Catalogue de visages ». En anglais : « Facebook ». Ce nom fait référence aux albums circulant sur les campus américains et reprenant les photos et noms de toute une promotion. Deux ans plus tard, le réseau social s'ouvre aux personnes extérieures à l'université. Il affirme compter aujourd'hui plus de 2 milliards d'utilisateurs actifs (qui se connectent au moins une fois par mois)²¹. L'un des objectifs annoncés par la société est d'aider les personnes à « savoir ce qu'il se passe dans le monde, et partager et exprimer ce qui leur tient à cœur ».

Facebook a initié un mouvement d'une ampleur phénoménale, comparable, dans la diffusion de l'information à l'invention de l'imprimerie. Aujourd'hui, plus de la moitié des Belges se rendent au moins une fois par jour sur les réseaux sociaux ; ils sont 80 % parmi les 16-24 ans (Statbel, 2018). Mais, au fil du temps, la confiance dans ces outils s'est ébranlée. D'après l'étude « Trust in Media 2019 » de l'European Broadcasting Union (EBU), seuls 20% des Belges accordent encore leur confiance aux réseaux sociaux. Ils n'y passeraient plus « que » 1h24 par jour, alors que la moyenne européenne

est de 1h57 (contre 4h01 aux Philippines et 45 minutes au Japon). Selon le consultant en réseaux sociaux Xavier Degraux, l'érosion de Facebook en Belgique (où il était particulièrement bien implanté) s'accélère dans toutes les tranches d'âge. En cause : un effet d'usure, la propagation de « fake news » et le flou concernant l'utilisation des données personnelles, accru depuis le scandale « Cambridge Analytica » révélé en 2018. Mais pas d'inquiétude pour Mark Zuckerberg : « D'autres plateformes ont pris le relais de Facebook, en particulier les messageries instantanées Whatsapp et Messenger, ainsi qu'Instagram. Tous trois appartiennent... au groupe Facebook », rappelle Xavier Degraux, qui suit de près l'évolution en Belgique des principaux réseaux sociaux (Twitter, Snapchat, TikTok, Pinterest, etc)²².

Quelques exemples de désinformation²³, qui ont circulé sur les réseaux sociaux :

Les dents de l'ouragan. C'est devenu un classique de tempête : des requins (il existe une variante avec les alligators) grouillent dans les rues inondées. Parfois aussi, ils sont aspirés par le cyclone et propulsés dans les airs. On a entendu de telles rumeurs, assorties de photos retouchées, lors des dernières catastrophes naturelles touchant les côtes de l'Atlantique nord : Harvey (2017), Florence (2018) ou Irma (2019)²⁴.

21. Source : Newsroom Facebook. <https://about.fb.com/fr/>

22. Sources : Global web Index et Xavier Degraux www.xavierdegraux.be

23. A ce sujet, voir la série de documentaires « La Fabrique du mensonge » de Félix Suffert Lopez et Arnaud Lievin, qui analyse la désinformation autour des vaccins, du Brexit ou du poids de la Russie dans l'élection de Macron. Accessible uniquement depuis la France sur FranceTV.

24. Pour une analyse des photos de requins qui ont circulé pendant l'ouragan Sandy en 2012 : « Ouragan Sandy : attention aux fakes », Slate. <http://www.slate.fr/lien/64105/ouragan-sandy-new-york-attention-fake>

Les camionnettes blanches. Les pédophiles Marc Dutroux et Michel Fournirait enlevaient tous deux leurs victimes avec des camionnettes blanches. Est-ce ce qui explique la panique que suscite régulièrement ce type de véhicule, en Belgique ou en France ? Des rumeurs courent, alimentées parfois par de faux témoignages d'enfants et/ou une forme de racisme envers les Roms²⁵.

L'économie du Brexit. Un chiffre a marqué la campagne en faveur du Brexit en 2016 : 350 millions de livres sterling (412 millions d'euros). C'est soi-disant la contribution hebdomadaire de la Grande-Bretagne à l'Union européenne. Il a été repris durant toute la tournée en bus rouge de Boris Johnson et a fait l'objet d'un matraquage sur les réseaux sociaux, avec un hashtag dédié. Ce chiffre était pourtant lourdement exagéré (près de trois fois la réalité) et sorti de tout contexte²⁶.

Le tournant « Trump »

En janvier 2017, Donald Trump devient président des Etats-Unis. Jusque là, le terme « fake news » désigne une « fausse nouvelle » ou quelque chose qui « se prétend une nouvelle » (en anglais, fake se dit d'une copie, d'une imitation – on dirait d'un faux sac Chanel que c'est un « fake » et non un « false »). Le nouveau président en est friand. L'économie américaine se porte bien ? Il

n'hésite pas à dire, début 2019, que sa fille et conseillère Ivanka a déjà créé « 14 millions d'emplois », alors que la vérité se situe sans doute trois fois plus bas²⁷. Dès son investiture, Trump et son équipe jouent sur les mots : Le porte-parole de la Maison Blanche prétend qu'il n'y a jamais eu une foule si nombreuse pour une telle cérémonie mais toutes les données disponibles prouvent que celle de Barack Obama avait attiré plus de monde. Le lendemain, le journaliste de NBC News Chuck Todd interpelle la conseillère Kellyanne Conway sur ce mensonge éhonté. Elle évoque alors l'existence de « faits alternatifs ». « Les faits alternatifs ne sont pas des faits, lui répond le journaliste. Ce sont des mensonges. »

Donald Trump détourne l'expression fake news et l'utilise pour discréditer les médias qui ne vont pas dans son sens. « Fake



Photo Gage Skidmore/Wikipedia.

25. Décryptage: Fabien Leboucq, « Camionnette blanche et enlèvements d'enfants : l'incroyable rumeur », Libération/Checknews. https://www.liberation.fr/checknews/2019/03/25/camionnette-blanche-et-enlevement-d-enfants-l-incroyable-rumeur_1717313 et Marie Frankinet, « Kidnapping à la camionnette blanche : Faut-il se méfier des rumeurs ? », Moustique. <https://www.moustique.be/23490/kidnapping-la-camionnette-blanche-faut-il-se-mefier-des-rumeurs>

26. Ecoutez le détail du calcul par Delphine Simon, « Le Royaume-Uni paie-t-il 350 000 millions de livres chaque semaine à Bruxelles ? » sur France Inter, Le vrai/faux de l'Europe. <https://www.franceinter.fr/emissions/le-vrai-faux-de-l-europe/le-vrai-faux-de-l-europe-24-juin-2016>

27. Source : « La Fake news de Donald Trump sur le nombre d'emplois créés par sa fille Ivanka », Le Nouvel Observateur. <https://www.nouvelobs.com/monde/20191113.OBS21032/la-fake-news-de-donald-trump-sur-le-nombre-d-emplois-crees-par-sa-fille-ivanka.html>

news », « Fake news », « Fake news », assènet-il aux reporters du « New York Times » ou de CNN qui osent lui poser des questions embarrassantes. « Fake news » finit donc par désigner tout et son contraire : une fausse information produite intentionnellement (qu'elle concerne des chatons ou des armes nucléaires) et une information dérangeante. On l'utilise parfois aussi, à tort, pour désigner une mésinformation, à savoir une erreur involontaire d'un journaliste, qui peut résulter d'une inattention, d'un manque de temps ou d'une négligence. Quant à Donald Trump, il a estimé, en septembre 2019, que le terme « fake news » n'était plus assez fort pour désigner la presse américaine. Désormais, il dira « corrupt news ».

En bref, on dit « désinformation » pour « *les informations fausses, inexactes ou trompeuses qui sont fabriquées, présentées et diffusées dans un but lucratif ou de manière à causer intentionnellement un préjudice public. Elle peut mettre en péril les processus et les valeurs démocratiques et viser spécifiquement divers secteurs tels que la santé, les sciences, l'éducation et la finance* », selon la définition proposée en 2018 par le groupe d'experts de haut niveau sur les fausses informations et la désinformation en ligne, mandaté par la Commission européenne²⁸.

Comme Trump, des sites réactionnaires ou fascistes (on trouve de tout : islamophobie, révisionnisme, homophobie, sexisme...) accusent eux aussi les médias traditionnels

de cacher ou de travestir la vérité au nom du « politiquement correct ». Certains de ces sites se présentent d'ailleurs comme des médias d'information. Ou plus exactement – pour reprendre leurs termes – de « réinformation ». Mais, dans les faits, il s'agit souvent de désinformation, résultat d'exagérations, d'amalgames ou de raccourcis servant leur idéologie. Dans cette grande « réinfosphère », on trouve par exemple Egalité et réconciliation, fondé par l'idéologue d'extrême-droite Alain Soral, Fdesouche qui réalise une revue de presse braquée « Islam-étrangers-insécurité » ou Novopress qui ambitionne de participer à un « écosystème réinformationnel »²⁹.

Sous le coup de l'émotion

La désinformation a un avantage sur l'information : elle parle au cœur. Plus séduisante, plus révoltante ou plus étonnante, elle titille nos émotions. Or, sous le coup de la colère, de la peur ou de l'indignation, nous avons le clic plus facile³⁰. Et au plus nous partageons un certain type de contenu, au plus nous y serons confrontés : les algorithmes du net et notre inconscient aveuglé oeuvrent ensemble à nous faire perdre la raison (sur les biais cognitifs et le pouvoir des algorithmes, voir la synthèse 3 « Notre raison face à la désinformation »). Si vous likez, par exemple, deux-trois articles favorables à la théorie de la Terre plate, vous risquez d'en recevoir d'autres, ce qui augmentera votre intérêt

28. Rapport du Groupe d'experts de haut niveau sur les fausses informations et la désinformation mandatée par la Commission européenne, 2018. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/IP_18_1746

Pour aller plus loin : Manon Berriche, Pourquoi faut-il éviter d'utiliser le terme « fake news ? », Medium.com.

<https://medium.com/@manonberriche/pourquoi-faut-il-%C3%A9viter-dutiliser-le-terme-fake-news-8b837bda62fe>

29. Source : Antoine Sari, « 'Réinformation' et désinformation : l'extrême droite des médias en ligne », Acrimed. <https://www.acrimed.org/Reinformation-et-desinformation-l-extreme-droite-des-medias-en-ligne>

30. Sur la vitesse de propagation de la désinformation, voir page 9.

pour cette thèse et vous donnera l'impression que tout le monde (autour de vous, en tous cas) est convaincu que la NASA nous ment. A force, vous finirez, peut-être, par rejoindre un cercle de platistes convaincus...

Ces mécanismes expliquent le succès des théories conspirationnistes ou complotistes³¹ comme celles minimisant l'impact des énergies fossiles sur l'environnement (qui serait exagéré par les gauchistes à vélo), mettant en cause la sécurité des vaccins (accusés d'avoir des effets secondaires supérieurs aux bénéfiques) ou la réalité des attentats du 11 septembre 2001 (qui pourraient bien avoir été orchestrés par les autorités américaines). Une étude de Conspiracy Watch montre que 79% des Français croient au moins à une théorie du complot ; 9% pensent que la Terre est plate³².

Pour l'historienne belge Marie Peltier³³, il faut veiller à ne pas ridiculiser les personnes attirées par les théories du complot. « *Les deux obsessions des conspirationnistes sont le désir de transparence et de justice, et donc paradoxalement, il y a une demande éthique derrière l'adhésion à ce type de croyances. (...) Il faut dénoncer les théories du complot et surtout l'idéologie qu'elles peuvent véhiculer et en même temps, on doit aussi entendre au niveau médiatique et politique l'interpellation qui est derrière. Ce discours pointe des failles et des dysfonctionnements qui sont réels.* »³⁴ D'ailleurs, des complots éma-

nant des cercles de pouvoir existent et ont existé (citons le mensonge des lobbyistes sur l'innocuité du tabac ou des gouvernements anglais et américains sur les armes de destruction massive en Irak). Même s'il faut se garder d'en voir partout.

L'ère de la « post-vérité » ?

Le 12 juillet 2016, peu après le vote en faveur du Brexit, la rédactrice en chef du « Guardian » Katharine Viner se demande si « la vérité compte encore ». Dans un long éditorial³⁵ qui a lancé le débat, elle dénonce le poids démocratique que prennent les contre-vérités qui foisonnent sur les réseaux sociaux et décrit la perte de pouvoir ultra-rapide des médias d'information professionnels. « *Les publications gérées par des éditeurs ont été remplacées par un flux d'informations*



Photo Pixabay.

31. Plusieurs sources utiles sur le sujet: <https://theoriesducomplot.be>, www.stopcomplot.be et www.conspiracywatch.info/

32. Source : Ifop, « Enquête sur le complotisme », 2018. <https://www.ifop.com/publication/enquete-sur-le-complotisme/>

33. Marie Peltier, « L'ère du complotisme : La maladie d'une société fracturée », Les petits matins, 2016 et « Obsession : dans les coulisses du récit complotiste », Inculte, 2018.

34. Extrait de l'émission « Théories du complot : 'Il faut prendre les conspirationnistes au sérieux' », Europe 1. <https://www.europe1.fr/societe/theories-du-complot-il-faut-prendre-les-conspirationnistes-au-serieux-2887427>

35. Katharine Viner, « How Technology Disrupted the Truth », The Guardian. <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth>

choisies par des amis, des contacts et la famille, et traitées par des algorithmes secrets. » En cette année 2016 chargée (Trump/Brexit), l'« Oxford Dictionary » fait de « *post-truth* » son mot de l'année. Il définit la post-vérité comme les « *circonstances dans lesquelles les faits objectifs ont moins d'influence sur l'opinion publique que ceux qui font appel à l'émotion ou aux croyances personnelles* ».

Mais certains commentateurs ont un problème avec cette théorie de la « post-vérité ». Pour Vincent Mariscal (UCL)³⁶, elle réduit les classes populaires à « *l'image de moutons de Panurge, d'individus incapables de penser de manière responsable, autonome et rationnelle* », opposé à une frange d'« *intellectuels professionnels, détenteurs légitimes de la vérité et de la raison* ». Le sociologue Dominique Cardon³⁷ dénonce quant à lui cette vieille tendance à rendre la technologie responsable des changements politiques. Il s'étonne que les études sérieuses³⁸ n'aient « *pas été beaucoup entendues dans ce tintamarre* ». Il y aurait pourtant quatre enseignements à en tirer :

1) « *Nous devons apprendre à ne pas être effrayés par les grands chiffres du numériques.* » Les 20 fake news les plus populaires de la campagne Trump/Clinton ont suscité 8,7 millions de partages, réactions et commentaires ? « *Cela ne représente que 0,006% des actions des utilisateurs américains de Facebook durant la même période.* »

2) On ne peut pas mesurer l'effet direct d'un message sur un comportement. Ce n'est pas parce que vous croisez une publicité politique que vous retournez votre veste d'électeur. « *Les agences chargées de vendre de l'influence politique exagèrent beaucoup lorsqu'elles affirment pouvoir faire basculer les votes d'un côté ou de l'autre.* »

3) « *L'exposition à une fausse information ne suscite pas nécessairement la croyance dans cette information.* »

4) « *Les internautes les plus exposés aux fake news sont des personnes très politisées et déjà convaincues. (...) 1% seulement des utilisateurs de Twitter ont été exposés à 80% des fake news et 0,1% ont relayé 80% des fake news.* »

Le génie du faux

Ce débat sur l'impact de la désinformation, très vif depuis 2016, prend aujourd'hui une ampleur supplémentaire avec la multiplication des « deepfake ». Cette technologie d'intelligence artificielle, accessible au grand public³⁹ permet de remplacer un visage par un autre ou des propos par d'autres sur une vidéo. En 2017, apparaissent sur le site Reddit les premières vidéos pornos dans lesquelles les visages des actrices ont été remplacés par ceux de célébrités comme Emma Watson ou Scarlett Johansson. En 2018, sur BuzzFeed, Barack Obama déclare que Do-

36. Vincent Mariscal, « La post-vérité : Un dispositif de stigmatisation des classes populaires ? », Action et Recherches culturelles ASBL (ARC). <https://arc-culture.be/blog/publications/la-post-verite-un-dispositif-de-stigmatisation-des-classes-populaires/>

37. Op. cit.

38. Comme celle de Yochai Benkler, Robert Faris et Hal Roberts, « Network Propaganda. Manipulation, Disinformation and Radicalization », American Politics, Oxford University Press, 2018.

39. Mais ce n'est pas si facile que ça. Voir le test réalisé par Morgane Tual, « On a essayé de fabriquer un deepfake (et on est passé à autre chose) », Le Monde. https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/11/24/on-a-essaye-de-fabriquer-un-deepfake-et-on-est-passe-a-autre-chose_6020323_4408996.html

nald Trump est « *une sombre merde* ». Il s'agit, là aussi, d'un trucage réalisé par le comédien Jordan Peele, dans le but d'illustrer le pouvoir de cette technologie. Dans une vidéo apparue sur Twitter en 2019 (voir portfolio)⁴⁰, Donald Trump annonce que « le SIDA, c'est fini » et que la maladie a été éradiquée (tollé sur la Toile). Si l'on regarde jusqu'au bout, on découvre qu'il s'agit d'un faux, réalisé par Solidarité SIDA pour interpeller les politiques sur leur responsabilité dans le devenir de la maladie.

Le check des faits

Dès l'apparition des canulars informatiques des années 2000, des chasseurs de bobards ont surgi sur la toile. L'un des premiers sites dédiés à cette traque dans le monde francophone est HoaxBuster.com, devenu aujourd'hui une « *plateforme collaborative contre la désinformation* ». Depuis le tournant Trump-Brexit, le « fact checking » ou « debunking » est devenue une activité très à la mode, qui mobilise autant des bénévoles (www.hoax-net.be), des YouTubers (Defakator ou Le Debunker des étoiles) que des journalistes (les Décodateurs du « Monde », Checknews de « Libération » ou la toute nouvelle plateforme « Fact check Vlaanderen », inaugurée en 2019 et soutenue par différents acteurs privés et publics : Vlaams Journalistiek Fonds, VRT, KULeuven, Erasmus Hogeschool, agence Belga, etc. Dans leur rapport sur la désinformation⁴¹, le groupe d'experts belges

constate que cette culture du fact checking « existe moins » dans notre pays que chez nos voisins français ou néerlandais.

Ces vérificateurs (humains) se prononcent sur la véracité des informations qui circulent. Mais « Le Monde » dispose aussi de son « Décodex », qui classe non plus les informations mais les sources elles-mêmes selon leur degré de fiabilité, sur la base de critères comme la citation des sources ou l'aspect militant du site. Les sites de fact-checking des médias font régulièrement l'objet de critiques, à cause de l'aide financière apportée par les géants du web (Google ou Facebook) à leur mise en œuvre⁴².

En octobre 2019, la RTBF a lancé une plateforme de lutte contre la désinformation, qui couple l'apport de Décodex (classement des sources) à d'autres outils d'analyse du contenu, de la subjectivité ou de la dissémination (reprises, diffusion, etc). Ce méta-moteur de



Photo Pixabay.

40. <https://twitter.com/SolidariteSida/status/1181086753693810689>

41. Op.cit.

42. Voir la réponse de Cédric Mathiot, « Est-il vrai que Facebook rémunère 'Le Monde' ou 'Libération' pour aider à trier les fake news ? », Libération. https://www.liberation.fr/checknews/2018/01/08/est-il-vrai-que-facebook-remunere-le-monde-et-liberation-pour-aider-a-trier-les-fake-news_1620972

vérification, appelé « Faky » (www.faky.be/), entend aider les journalistes ou internautes à estimer la fiabilité d'une info (texte ou image). Démonstration : prenons un article présenté comme une « tribune libre » sur le site Breizh info, qui dénonce la « propagande réchauffiste » et remet en cause la réalité du réchauffement climatique. Faky nous propose quatre résultats : une mise en garde du Décodex concernant la source (proche de l'extrême-droite et diffusant régulièrement de fausses infos) ; peu d'indices de désinformation trouvés lors de l'analyse syntaxique ; un taux de subjectivité estimé « léger » et une note « peu fiable » ressortant de l'étude de la dissémination. Nous voilà donc sur nos gardes...

Mais, à l'inverse, des articles de sources considérées comme fiables, comme ceux du magazine « Médor », reçoivent de mauvaises cotes. Sophie Lescrenier, qui anime le site penser-critique.be et la page Facebook Kramédias, fustige l'outil, basé sur l'intelligence artificielle: « (...) *Les algorithmes ne « réfléchissent » pas : ils appliquent. (...) Contrairement à d'autres domaines, l'analyse sémantique et/ou syntaxique ne peut pas être enfermée dans des règles simples et univoques (ce dont un algorithme a besoin) : c'est une des raisons de la beauté de la langue et de la créativité des locuteurs! Et quand bien même ce serait possible, il est très facile de contourner ces règles et de faire passer, par exemple, un discours militant en un discours objectif et neutre.* »

Le paquet sur l'éducation

Grâce à ces armées de fact-checkeurs et aux engins high-tech, serions-nous en train de gagner la guerre de l'info ? Pour répondre à la question, Sophie Lescrenier cite la « loi de Brandolini » ou « principe d'asymétrie des idioties » : « *La quantité d'énergie nécessaire pour réfuter du baratin est beaucoup plus importante que celle qui a permis de le créer.* » Selon elle, « *le fact checking et la réfutation sont importants parce qu'ils remettent les pendules à l'heure mais (...) l'effet réel reste globalement assez limité.* » Ça prend « *15 minutes chrono* » de bidouiller un article de blog disant que la vaccination provoque l'autisme mais apporter la preuve que, jusqu'à présent, aucune étude sérieuse n'a démontré de lien de cause à effet prend beaucoup plus de temps. La spécialiste ajoute que, même lorsque l'on parvient à faire un démenti, il « *sera toujours beaucoup moins extraordinaire, donc moins attrape-clics et au final moins visible* » que la désinformation. On ne s'en sortirait que par l'éducation à la pensée critique⁴³.

Cette question de la responsabilité collective dans la chasse à la désinformation a gagné les sphères politiques. En 2018, nos voisins allemands et français se sont dotés de législations « anti-fake news ». En Allemagne, elle porte le petit nom de Netzwerkdurchsetzungsgesetz (on dit « NetzDG ») et impose notamment aux réseaux sociaux de réagir plus rapidement dès que des contenus illi-

43. Sophie Lescrenier, « Les limites du fact-checking : pourquoi il faut investir dans l'éducation », Penser critique. <https://www.penser-critique.be/limites-du-fact-checking/>

cites sont repérés, avec de lourdes amendes à la clé. La députée nationaliste Beatrix von Storch en a fait les frais dès l'introduction de la loi. En janvier 2018, son compte Twitter a été bloqué pendant 12 heures, suite à un tweet anti-migrants, supprimé par Twitter et Facebook. La politicienne a dénoncé une « censure » et une dangereuse menace pour la liberté d'expression⁴⁴.

En France, la loi vise la période de campagne électorale. Emmanuel Macron a expliqué, lors de ses vœux à la presse en janvier 2018, vouloir s'en prendre aux contenus sponsorisés anonymes et « rendre publique l'identité des annonceurs et de ceux qui les contrôlent, mais aussi de limiter les montants consacrés à ces contenus ». A ce stade, les effets de ces lois, très critiquées pour leur côté liberticide, sont incertains⁴⁵.

Au niveau européen, le groupe d'experts de haut niveau sur les fausses informations et la désinformation, mis en place par la Commission européenne, met en garde, dans son rapport remis en 2018⁴⁶, contre les « solutions simplistes », ajoutant que « toute forme de censure publique ou privée devrait clairement être évitée ».

En Belgique, le groupe d'experts réuni en 2018, à l'initiative du ministre de l'Agenda numérique, Alexander De

Croo, recommande entre autres de promouvoir le journalisme de qualité et de favoriser l'éducation et les « outils concrets qui aident les citoyens à mieux s'informer et à identifier plus rapidement la désinformation »⁴⁷. Une mission passionnante et nécessaire pour les journalistes, qui dépasse de loin le cadre des « fake news » politiques. Car, pour conclure avec Dominique Cardon, « sur le web comme dans la vraie vie, nos conversations ne sont pas toujours très exigeantes ». Nous relayons volontiers des idées anodines croisées dans les « niches de bavardage du net », lors de réunions de famille ou dans les cours de récré « et même si nous n'y croyons pas vraiment, en relayant ces informations douteuses, nous participons à la remise en question des autorités scientifiques, du travail d'enquête journalistique et de la vérité factuelle ».



Photo Pixabay.

44. Source : « En Allemagne, un message entre haine et censure », Le Temps. <https://www.letemps.ch/monde/allemande-un-message-entre-haine-censure>

45. Voir l'argumentaire d'Emmanuel Macron, sur le site de l'Élysée et la critique du Monde, « fake news : une loi inutile ». <https://www.gouvernement.fr/argumentaire/fake-news-une-proposition-de-loi-pour-lutter-contre-la-manipulation-de-l-information> et https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/06/07/fake-news-une-loi-inutile_5311093_3232.html

46. Op.cit.

47. Op.cit.

PARTIE 2 : SYNTHÈSES

2.1. LES MOTS POUR DIRE LE FAUX

Désinformation : information fausse (texte, photo, vidéo, son, etc), produite de façon volontaire, à des fins de manipulation politique ou commerciale. C'est le terme recommandé pour éviter la confusion introduite par l'expression « fake news ».

Infox : mot-valise formé d'« info » et « intox ». Synonyme de désinformation.

Fake news : terme problématique. Il désignait au départ une désinformation. Mais Donald Trump, et d'autres à sa suite, l'ont utilisé pour qualifier le travail de journalistes critiques envers eux.

Deepfake ou hypertrucage : technique d'intelligence artificielle permettant de superposer des fichiers audio et vidéo. Dans le langage courant, « deepfake » désigne aussi le résultat de cette manipulation : de fausses vidéos sur lesquelles les visages ou les propos tenus ont été remplacés par d'autres.

Mésinformation : information fausse (texte, photo, vidéo, son, etc), produite de façon fortuite, sans aucune volonté de tromper. C'est une erreur due à un manque de rigueur ou de connaissances.

Fact checking : vérification des faits. Le terme désigne une étape normale du travail journalistique mais aussi une spécialisation consistant à vérifier la véracité d'informations qui circulent sur le net.

Démystificateur ou debunker : personne qui tente de démonter la désinformation, notamment dans le cadre de théories du

complot. On utilise aussi le verbe « debunker ».

Hoax : canular informatique, qui circule surtout par mail.

Piège à clics ou clickbait : contenu web destiné uniquement à attirer les internautes et donc à générer des clics, à des fins publicitaires. On dit aussi « putaclic » ou « pute à clics ».

Troll : dans l'argot du web, personne qui perturbe le débat en créant la polémique. On parle d'« usines à trolls » ou d'« armées de trolls » pour désigner des équipes engagées par des États pour diffuser de faux commentaires ou de la désinformation.

Bot : abréviation de « robot ». La désinformation peut être disséminée par des « social bots », des faux profils gérés par des logiciels pour publier des messages sur les réseaux sociaux.

Algorithmes : formules mathématiques servant à automatiser une action. Les algorithmes régissant les préférences sur les moteurs de recherche ou les réseaux sociaux suscitent beaucoup d'interrogations et de critiques pour leur opacité.

Théorie du complot, conspirationnisme ou complotisme : remise en cause abusive de l'explication communément admise d'un phénomène ou événement.

Réinformation : mot utilisé par des sites fascistes ou réactionnaires qui estiment que les

médias d'information traditionnels cachent ou travestissent la réalité. Ce terme désigne, selon eux, la « vraie » information.

Biais cognitifs : ensemble de mécanismes qui perturbent notre pensée logique et altèrent notre jugement. Par exemple, le biais de confirmation (ignorer les arguments contraires à nos croyances) ou l'homophilie (aller vers des personnes et des idées qui nous ressemblent).

Bulles de filtres : état d'isolement intellectuel dans lequel on se trouve sur internet, à cause de nos biais cognitifs et des algorithmes, qui mettent en avant les informa-

tions et idées proches de ce qu'on connaît ou qu'on aime déjà.

Hameçonnage ou phishing : technique utilisée par des cybercriminels pour voler des données ou de l'argent. Ces tentatives de fraudes jouent souvent sur la crédulité, par exemple en usurpant l'image d'une marque ou d'un service⁴⁸.

Engagement : ensemble des actions que peuvent réaliser les internautes sur les réseaux sociaux (liker, partager, laisser un commentaire, noter, cliquer sur une vidéo, ajouter aux favoris, etc) et qui contribuent à la diffusion ou à la popularité d'un contenu.

48. Test ludique et conseils pratiques pour éviter d'être victime de hameçonnage : <https://safeonweb.be/>

2.2. LES INTENTIONS DERRIÈRE LA DÉSINFORMATION

C'est la volonté explicite de manipuler l'opinion qui distingue la désinformation d'autres formes de fausses informations qui circulent sur internet (légendes urbaines, canulars, théories complotistes, articles pseudo-scientifiques, publicités déguisées...). Ces catégories peuvent toutefois se recouvrir. Par exemple, un article pseudo-scientifique peut avoir été monté sciemment pour générer du contenu publicitaire. C'est donc une désinformation produite à des fins économiques mais qui peut in fine nourrir une théorie du complot.

La désinformation résulte d'une stratégie de production et de diffusion pour obtenir un avantage :

- **économique.** La diffusion de fausses nouvelles à caractère sensationnel peut viser à augmenter le trafic vers un site web. Or, plus un site enregistre de visiteurs, plus il rentabilise ses espaces publicitaires – c'est ce qu'on appelle communément un « piège à clics ». Elle peut également participer d'une stratégie commerciale, qui vise à exagérer les mérites d'une marque, d'un service ou d'une personne ou à nuire à la réputation d'un concurrent. Dans ce cas, il peut y avoir aussi recours, hors du champ de l'information, à des faux avis de consommateurs (fake reviews).

- **politique.** La désinformation peut avoir comme objectif de calomnier un adversaire, favoriser des thèses politiques, influencer une élection ou un référendum. Cette forme de propagande peut porter sur la politique intérieure ou internationale, servir à justifier une intervention militaire, démoraliser ou diaboliser l'ennemi ou un opposant politique. Elle peut même servir une noble cause. Exemple : en août 2019, circulent de nombreuses photos-choc des incendies ravageant la forêt amazonienne. Parmi elles, des photos venant d'autres lieux ou d'autres périodes. Elles peuvent avoir été partagées de manière involontaire (il s'agit alors de mésinformation) ou, au contraire, tout à fait sciemment, dans le but de sensibiliser à la protection de l'environnement. Dans ce cas, même si l'intention est louable, il s'agit de désinformation⁴⁹.

Selon Reporters sans frontières, une trentaine de pays dans le monde auraient mis en place des systèmes du type « **armées de trolls** », à savoir des équipes entières de personnes payées par les États pour diffuser des fausses informations et faire taire la dissidence en ligne (notamment via le harcèlement). Les activistes et les journalistes sont parmi les premières cibles de ces agents de propagande⁵⁰.

49. Voir le décryptage « Les infos trompeuses des incendies en Amazonie », AFP/Factuel. <https://factuel.afp.com/les-photos-trompeuses-des-incendies-en-amazonie>

50. Voir l'article de Reporters sans frontières sur les « cyber-soldats vietnamiens ». <https://rsf.org/fr/actualites/cyber-soldats-vietnamiens-rsf-sinquiete-de-laugmentation-des-armees-de-trolls-predateurs-en-ligne>

D'une pierre deux coups

Le « New York Times » en parle comme d'une « fake news masterpiece », un chef d'œuvre de désinformation. En 2016, lors de la campagne pour les présidentielles américaines (Clinton vs Trump), Cameron Harris est directeur de campagne dans le camp républicain. Ce qu'il ne dit pas, c'est qu'il a un autre job sur le côté : il est l'auteur du site Christian Times Newspaper auquel il consacre, d'après ses dires, environ une demi-heure par semaine. Il y dénonce une fraude majeure inventée de toutes pièces (la découverte de bulletins de vote pré-remplis en faveur de Clinton). En poussant l'info sur les cinq comptes Facebook ouverts pour l'occasion, il parvient à toucher 6 millions de personnes. Résultat : Pour 5 dollars investis dans l'achat d'un nom de domaine, il aurait gagné plus de 100 000 dollars en revenus publicitaires. Selon le faussaire, c'est l'appât du gain et non la propagande politique qui aurait motivé son acte ⁵¹.

Du faux pour rire. Les fausses informations ont parfois comme objectif affiché de susciter le débat, faire rire ou se payer la tête de quelqu'un par le détour de la parodie. Ces fausses infos ne sont pas considérées comme de la désinformation car l'intention première n'est pas de tromper et des avertissements – certes parfois très discrets – éclairent sur les intentions des auteurs. Cela n'empêche pas que l'on puisse y voir une intention politique ou que cette activité génère des revenus.

Deux exemples :

- **Scienceinfo.fr**, sous les allures d'un vrai site d'info, publie « des informations tota-

lement fausses, voire archifausses et en plus, même pas vraies » (d'après sa section « à propos »). Assumant son côté parodique, il invite à avoir l'esprit critique et à ne pas croire tout ce qu'on trouve sur internet.

- **Le Gorafi** (www.legorafi.fr) ou **Nordpresse** (www.nordpresse.be) avertissent les internautes qu'ils se trouvent sur des sites parodiques, dont l'intention est plus de piéger ou de faire rire (ou, pour Nordpresse, de s'en prendre aux médias populaires du groupe Sudpresse) que de tromper. L'un comme l'autre hébergent de la publicité et génèrent donc des revenus.

51. Scott Shane, « From Headline to Photograph, a Fake News Masterpiece », New York Times. <https://www.nytimes.com/2017/01/18/us/fake-news-hillary-clinton-cameron-harris.html>

2.3. NOTRE RAISON FACE À LA DÉSINFORMATION

Face à des fausses informations, qui suscitent plus d'émotions que les vraies (étonnement, colère, joie, peur, indignation), nous avons tendance à agir de manière plus impulsive. Nous sommes victimes de nos biais cognitifs, un ensemble de mécanismes inconscients qui affectent notre pensée logique et altèrent notre jugement. Ceux-ci se trouvent renforcés par la logique des algorithmes qui régissent les réseaux sociaux et les moteurs de recherche. Il existe des centaines de biais cognitifs. En voici deux, très fréquents dans notre usage des réseaux sociaux, réels et virtuels:

Homophilie : fréquenter des personnes qui nous ressemblent et qui pensent comme nous. Les algorithmes des réseaux sociaux renforcent cette tendance naturelle en nous montrant en priorité les publications des personnes qu'on aime ou dont on a déjà partagé les contenus.

Biais de confirmation : ne retenir que les arguments qui confirment nos croyances et ignorer ceux qui les contredisent. Il est plus aisé et moins fatigant d'être d'accord avec des personnes qui sont d'accord avec nous que de remettre en question nos certitudes.

Exemple : Si je pense que les vaccins sont dangereux, je vais avoir tendance à n'accorder du crédit qu'aux articles « anti-vaccins » et à ignorer ceux qui en démontrent les bienfaits. Sur un moteur de recherche, je vais taper «vaccins + dangers» (et tomber sur des articles qui confir-

ment ma croyance) plutôt que « vaccins + bénéfiques ».

Algorithmes : formules mathématiques qui, dans les médias sociaux, s'appuient sur nos données personnelles et nos actes d'engagement (likes, partages, lectures, relations, recherches par mots clés, etc.) pour filtrer les contenus supposés nous plaire. Ces algorithmes, dont les équations ne sont pas neutres et sont gardées secrètes par les géants du web, contribuent à renforcer nos préférences et mettent à l'épreuve notre esprit critique.

Bulles de filtres ou chambres d'écho : expressions qui désignent l'isolement intellectuel dans lequel les réseaux sociaux nous enferment, en nous présentant en permanence des idées avec lesquelles nous sommes déjà d'accord. Ce concept a été théorisé par l'entrepreneur et militant américain Eli Pariser. Il dénonce l'appauvrissement de notre vision du monde : les algorithmes ont tendance à nous conforter dans nos certitudes et à favoriser notre intolérance face aux avis contraires. L'une de ses démonstrations (datée de 2010) continue d'être citée en exemple : deux internautes, l'un plutôt de droite et l'autre de gauche, lancent une recherche Google sur BP. Le premier obtient, en tout premier, des infos concernant les possibilités d'investir dans la British Petroleum et le second des articles sur la marée noire provoquée par la compagnie britannique⁵².

52. Frédéric Joignot, « Sur internet, l'invisible propagande des algorithmes », Le Monde. https://www.lemonde.fr/idees/article/2016/09/15/sur-internet-l-invisible-propagande-des-algorithmes_4998063_3232.html

Exemple

Vous êtes automobiliste et avez croisé plusieurs fois sur la route des cyclistes au comportement dangereux. Ça vous a énervé. Vous avez dès lors liké et partagé un post sur les réseaux sociaux qui dénonçait ces vélos qui se croient tout permis. Depuis, vous voyez régulièrement des publications qui vous confortent dans l'idée que les cyclistes sont plus imprudents que les autres usagers de la route – et que la situation ne fait qu'empirer. Vous les partagez (en les ayant rarement lues jusqu'au bout), parce que vous y voyez un combat nécessaire. Un ami cycliste vous envoie un article dénonçant le danger du GSM au volant et l'imprudence des voitures ? Vous aurez tendance à considérer cette réalité comme étant anecdotique et à ne pas accorder de crédit à cette information. Sur cette question sur laquelle vous avez un avis tranché, vous prenez rarement la peine de regarder d'où vient l'info et d'estimer sa fiabilité.

Connaître l'existence des biais cognitifs ne nous empêche pas de commettre des erreurs de jugement mais c'est certainement un pas dans la prise en considération de notre subjectivité et de notre responsabilité dans la diffusion de la désinformation. De nombreuses ressources existent pour s'initier à la pensée critique.

Pour aller plus loin

Sur son site penser-critique.be et sa Page Facebook « Kravmédiás », Sophie Lescrenier recense des centaines de ressources sur les biais cognitifs et l'éducation à la pensée critique :

www.penser-critique.be

<https://www.facebook.com/PenserCritique/>

Sur la chaîne Youtube « Hygiène mentale », un professeur défend l'idée que nous devrions tous nous former à l'auto-défense intellectuelle. Il diffuse des vidéos informatives et éducatives. :

<https://www.youtube.com/user/fauxsceptique/featured>

La chaîne Youtube « Point d'interrogation » est dédiée à la pensée critique. Mr Sam y décrypte la désinformation :

https://www.youtube.com/channel/UCh2YBKhyLy_LtFCln2Jycg

Un podcast de France Culture aborde la pensée critique, avec en invité Gérald Bronner, professeur de sociologie et auteur de « Déchéance de rationalité » :

<https://www.franceculture.fr/emissions/la-conversation-scientifique/quest-ce-que-lesprit-critique>

2.4. LA PROPAGATION DE LA DÉSINFORMATION

Selon une vaste étude réalisée en 2018 par le Massachusetts Institute of Technology (MIT), les fausses informations se propageraient six fois plus vite que les vraies⁵³. La responsabilité n'incomberait pas tant aux influenceurs ou aux algorithmes qu'aux internautes « ordinaires ».

Une histoire d'émotion. La désinformation est souvent plus attirante que l'information car elle joue sur le registre émotionnel. Elle suscite l'étonnement, la peur ou l'indignation, ce qui a tendance à mettre en veille notre esprit critique. Plus nous sommes dans l'affect, plus nous aurons tendance à partager une info sans l'avoir analysée avec attention. Les personnalités politiques qui jouent sur la désinformation le savent bien : l'émotion compte souvent plus que la vérité. Et une fois qu'une fausse information se répand, il est très difficile de la contrer. Les démentis ont rarement le même impact que la fausse information initiale.

Une affaire d'argent. N'importe quelle personne ou organisation peut publier un article, un témoignage, une opinion, mais aussi truquer un texte, une photo ou une vidéo et atteindre une audience mondiale. Sur les réseaux sociaux, il est possible de payer pour diffuser un message (contenu sponsorisé). La diffusion de certains contenus peut aussi être stimulée par de faux profils, derrière lesquels se cachent des logiciels informatiques (social bots) ou des humains payés pour ce travail de propagande (armées de trolls).

Une responsabilité partagée. L'engagement, dans le jargon du net, désigne toutes les actions qui s'offrent à nous sur les réseaux

sociaux (liker, partager, laisser un commentaire, noter, cliquer sur une vidéo, ajouter aux favoris, etc). Une publication deviendra virale grâce à un taux élevé d'engagement. Un clic d'une fraction de seconde, un cœur lâché sans y penser, un pouce levé... : ces petits gestes anodins contribuent à propager la désinformation, d'abord dans notre cercle proche, puis au-delà. Notre responsabilité est donc importante dans ce qui est diffusé sur la toile. Et plus nous partageons de fausses informations, plus nous y serons nous-mêmes exposés à l'avenir.

Le rôle des journalistes. Même animés des meilleures intentions, les médias d'information peuvent offrir une caisse de résonance à la désinformation. Il est en effet tentant de parler de ce qui fait le buzz et de donner un écho aux opinions qui circulent. Il a été, par exemple, démontré que les journalistes de la BBC, voulant respecter le principe du débat contradictoire, ont accordé le même temps d'antenne aux économistes anti-Brexit qu'aux économistes pro-Brexit. Pourtant, il s'avère que 90% des économistes étaient opposés au Brexit et que dans le camp minoritaire des « pro », des chiffres fallacieux circulaient⁵⁴.

Des conséquences sérieuses: La désinformation peut porter atteinte à la réputation d'une personne ou d'une communauté, orienter nos choix politiques, créer des mouvements de panique ou véhiculer des conseils néfastes pour la santé publique. Si l'efficacité des moyens de lutte contre les fausses informations est discutable, la nécessité de mieux informer les internautes sur leur responsabilité ne fait pas de doute.

53. Pour accéder à l'étude complète de Sinan Aral, «The Truth about False News», MIT: <http://ide.mit.edu/news-blog/news/truth-about-false-news>

54. Source : Hélène Rey, «L'influence des médias sur les élections doit les inciter à plus de rigueur», Les Echos. <https://www.lesechos.fr/2018/10/linfluence-des-medias-sur-les-elections-doit-les-inciter-a-plus-de-rigueur-1121191>

2.5. LE FONCTIONNEMENT DES MÉDIAS

Le « grand complot médiatique »

La désinformation prospère dans un contexte où les médias d'information professionnels ont perdu en partie la confiance du public.

Que leur reproche-t-on ?

- un traitement idéologique de l'actualité (par exemple, peu de remise en question des théories néo-libérales autour de la nécessité de soutenir la croissance économique) ;
- l'invisibilité de certaines catégories de la population (peu de femmes, de personnes d'origine étrangère, porteuses de handicap ou n'appartenant pas aux catégories socio-économiques supérieures dans les rôles d'experts) ;
- une accointance avec les milieux de pouvoir (politique, économique), une soumission à la publicité et l'appartenance à des grands groupes de presse liés à des entreprises privées;
- des erreurs factuelles (mésinformation) ou la diffusion d'infos copiées-collées ou de piètre qualité.

Ces reproches peuvent nourrir, chez certains individus, le sentiment d'être face à un « grand complot médiatique ». Les médias apparaissent alors comme incapables d'indépendance et de distance critique par rapport au pouvoir politique et économique.

Que répondre à ces critiques ?

- les journalistes, quelles que soient leurs opinions personnelles, doivent respecter la vérité et sont soumis à des règles de déontologie propres à la profession.

Ce que raconte un journaliste est donc a priori beaucoup plus contrôlé que ce que peut dire un citoyen « ordinaire ».

- les médias jouent un rôle de contre-pouvoir essentiel dans les démocraties – dès qu'un régime totalitaire s'installe, il tente de prendre le contrôle de la presse. Chez nous, la liberté d'expression permet aux journalistes de faire régulièrement des révélations dérangeantes pour le pouvoir politique et économique. Exemple : les enquêtes réalisées par le Consortium international des journalistes d'investigation (ICIJ) : Lux Leaks en 2014 et Panama papers en 2016 (évasion fiscale) ou les Implants files (conséquences sanitaires causées par les prothèses médicales) en 2018.

- le métier de journaliste est multiple. Il est abusif de mettre dans le même sac un reporter de guerre, un journaliste de mode, un critique gastronomique et un spécialiste de l'investigation. Les médias présentent des tendances, lignes éditoriales et pratiques variables (réactions ultra-rapides sur le net vs enquêtes de fond).

- le contexte économique difficile pousse effectivement les rédactions à couper dans l'emploi, à mettre une pression sur les journalistes, au détriment du travail de fond. La vitesse imposée par internet multiplie les risques d'erreur.

- l'absence de diversité, au sein des rédactions comme dans les contenus journalistiques, est une réalité objectivée et dénoncée par l'Association des journalistes professionnels (AJP)⁵⁵.

55. AJP, « Etude de la diversité et de l'égalité dans la presse quotidienne belge francophone », 2019. <http://www.ajp.be/egalite-et-diversite-dans-la-presse-quotidienne-nouvelle-etude-de-lajp/>

- il y a bien une tendance à la concentration des médias au sein de groupes ayant des intérêts industriels ou financiers, même si c'est plus flagrant en France qu'en Belgique⁵⁶. Cela n'empêche pas

l'existence de médias de service public (RTBF) ou indépendants.

- les journalistes sont souvent eux-mêmes critiques envers l'évolution du marché des médias et de leur profession.

Le cas de l'Avenir

En 2018, un conflit social a opposé les journalistes des Editions de l'Avenir et leur principal actionnaire, le groupe industriel Nethys (énergie et télécommunications), accusé de méconnaître le monde des médias et d'opérer un travail de sape au sein des rédactions. Une coopérative réunissant journalistes, lecteurs et investisseurs a été créée en 2019 et une sortie de Nethys est envisagée pour 2020.

A qui appartiennent les médias belges ?

Il existe cinq grands groupes de presse en Belgique, qui possèdent tout ou une partie des sociétés éditrices des principaux quotidiens et périodiques d'information⁵⁷:

- **Rossel** : Le Soir, Sudpresse (La Meuse, La Capitale, La Nouvelle Gazette, La Province, Nord Eclair), L'Echo, Grenz Echo, Métro, Le Soir mag
- **IPM** : La Libre Belgique, La Dernière heure - Les Sports, Paris Match
- **Mediahuis** : De Standaard, Het Nieuws-

blad, De Gazet van Antwerpen, Het Belang van Limburg

- **DPG Media** : Het Laatste Nieuws, De Morgen
- **Roularta** : De Tijd, Le Vif/l'Express, Trends-Tendances

Les périodiques « Médor » et « Wilfried » sont organisés en coopératives. La coopérative Notre Avenir a été créée en 2019 pour assurer une présence des salariés, lecteurs ou sympathisants au conseil d'administration des Editions de l'Avenir une fois celle-ci sorties du giron de Nethys.

Les médias internet

Les principaux médias disposent tous d'un site internet avec du contenu propre mais certains médias sont diffusés uniquement en ligne (pure players). Pour la Belgique francophone, citons 7sur7.be, Dailyscience.be ou Regional-it.be. Pour la Flandre, le magazine Apache (investigation), Rekto:Verso (art et culture) ou MO (international). Ils sont regroupés au sein de l'Association of Belgian Independent Pure Players (ABIPP). www.abipp.be

56. Voir à ce sujet: <https://www.monde-diplomatique.fr/cartes/PPA>

57. Pour plus d'infos, notamment sur la radio et la télévision: AJP, « Journalistes&médias » (Journalistes en classe), 2019.

2.6. L'INFORMATION JOURNALISTIQUE

Sur les réseaux sociaux, nous sommes inondés de messages de toutes sortes : des informations, mais aussi des opinions, des anecdotes, des coups de gueule, des témoignages personnels ou de la désinformation.

Qu'est-ce qu'une information ?

Dans le langage commun, une information désigne un message qui raconte ce qui s'est passé quelque part à un moment donné.

Au sens journalistique, l'information répond à trois critères⁵⁸:

- **l'intérêt public.** Une vidéo de chaton qui saute dans un aquarium peut être mignonne ou cocasse mais ce n'est pas une information. C'est une anecdote. A moins que le chaton ne se mette à nager le crawl... Dans ce cas, le journaliste pourrait considérer que cette aptitude étonnante est digne d'intérêt public.
- **une base factuelle.** Un fait, c'est une information objective, vérifiable qui ne se discute pas. Une opinion relève de notre subjectivité (le chaton est mignon) et peut donc se discuter (quelqu'un d'autre peut estimer qu'il est laid). Cela n'empêche pas le journaliste de choisir un angle (la façon de traiter l'info) : un article sur les comportements des chats (avec une interview d'un éthologue) ou plutôt sur ceux des internautes amateurs de vidéos de chats (avec une interview d'un spécialiste des réseaux sociaux).

- **l'obligation de vérifier.** Dans le cas du chaton nageur, le journaliste devrait avant tout vérifier que la vidéo n'est pas truquée, chercher la source et vérifier que les faits exposés sont réels (y a-t-il eu d'autres cas ? y a-t-il des témoins ?).

La déontologie des journalistes

Les journalistes doivent évidemment respecter la loi (ils peuvent être poursuivis, par exemple, pour diffamation). Mais ils disposent aussi d'un Code de déontologie⁵⁹, dont le respect est garanti par le Conseil de déontologie journalistique (CDJ), mis en place en Fédération Wallonie-Bruxelles en 2009. Ils sont dès lors soumis à des règles beaucoup plus strictes que les citoyens ordinaires lorsqu'ils diffusent des informations – y compris sur les réseaux sociaux.

Les journalistes observent quatre grands principes :

- 1. Le respect de la vérité.** Ils ont l'obligation de vérifier la source et la véracité d'une information et de la rapporter avec honnêteté (sans déformation, sans approximation et sans cacher une partie de la vérité). Les journalistes peuvent donner leur opinion personnelle mais cela doit être indiqué clairement, y compris sur les blogs et réseaux sociaux. Les rédactions doivent rectifier rapidement et explicitement les erreurs qu'elles auraient commises.
- 2. L'indépendance.** Les journalistes refusent toute pression, d'où qu'elle vienne. Ils ne

58. Source : « Qu'est-ce qu'une information ? », Le Monde/Les Décodeurs. https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/23/decodex-qu-est-ce-qu-une-information_5067721_4355770.html

59. Code de déontologie et fonctionnement du CDJ : <https://lecdj.be/>



peuvent pas accepter d'avantages qui nuiraient à leur indépendance. Ils évitent tout conflit d'intérêts.

3. La loyauté. Les journalistes n'ont pas recours à des méthodes déloyales telles que : dissimuler leur qualité de journaliste, tromper leurs interlocuteurs sur le but de leur intervention, utiliser une fausse identité, enregistrer clandestinement, rémunérer des sources d'information... Un journaliste peut néanmoins utiliser l'une de ces méthodes lorsqu'il est impossible de se procurer une

info d'intérêt général par d'autres moyens. Le Code de déontologie oblige également de respecter l'anonymat des informateurs quand celui-ci leur a été promis et oblige les journalistes à donner la parole aux personnes mises en cause.

4. Le respect du droit des personnes. Il s'agit notamment de mettre en balance l'intérêt général et le respect de la vie privée ou du droit à l'image avant de choisir de diffuser une information.

2.7. QUESTIONNER UNE INFORMATION

Face à un contenu suspect (texte, photo, vidéo...), l'internaute peut adopter une série de réflexes qui diminueront les probabilités de se faire avoir par une fausse information.

Les bonnes questions à se poser

Avant tout, il convient de se demander qui a produit cette info, quand, où, comment et pourquoi (c'est la fameuse « règle des 5W » utilisée par les journalistes). Plus précisément :

- Quelle est la **source** de l'information : Y a-t-il un auteur identifié (nom, prénom, fonction) et que peut-on savoir de lui ? De quel site provient l'info ? Que sait-on de cet éditeur/de ce site ? Se présente-t-il clairement ? Quels sont ses objectifs (vendre, faire le buzz, convaincre, informer) ?
 - Dans le doute, on peut faire appel au « Décodex » du « Monde », un moteur de recherche qui classe les sources selon leur degré de fiabilité (citation des sources, aspect militant, etc): <https://www.lemonde.fr/verification/>
 - On peut également faire appel à Faky, l'outil de la RTBF qui collabore avec le « Décodex » : <https://faky.be/fr> (voir plus loin)
- De quand **date** l'information ? Est-il possible qu'il s'agisse d'une information plus ancienne qui ressurgisse dans un autre contexte ?
- Les **faits** sont-ils présentés avec précision (identification des sources, données spatio-temporelles, etc)?

- Les photos ou vidéos laissent-elles entrevoir des **indices de trucage** (traces de détournement, mouvements des lèvres qui ne correspondent pas au son, altération de la voix, juxtaposition d'images sorties de leur contexte, sous-titrage non signé, etc.)?

Si cette première étape ne permet pas de conclure à la véracité de l'info, on consulte les sites de fact-checking, qui l'ont peut-être déjà décortiquée.

Les sites de fact-checking

Les **grands médias** français ont développé des sites sur lesquels des journalistes professionnels se prononcent sur la véracité des informations qui circulent: les Décodeurs (« Le Monde »), Checknews (« Libération »), les Observateurs (France 24), Factuel (AFP) ou Vrai ou Fake (France info). En Flandre, une nouvelle plateforme « Fact check Vlaanderen » a été inaugurée en 2019. <https://factcheck.vlaanderen/>

Les sites www.hoax-net.be ou www.hoaxbuster.com, animés par des **citoyens**, décortiquent également les infos (textes, photos, vidéos).

La vérification d'une photo

Il est possible de vérifier si une image a été modifiée ou sortie de son contexte en faisant une **recherche inversée**, dans le but d'essayer de retrouver la photo originale. Pour ce faire, les deux moteurs de recherche les plus connus sont Google Images et TinEye (en anglais uniquement)⁶⁰.

60. Mais il en existe d'autres. Pour une approche comparative, voir par exemple: <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2019/12/26/guide-to-using-reverse-image-search-for-investigations/>

Comment faire une recherche inversée sur Google :

- sauver la photo sur votre ordinateur
- aller sur images.google.be : cliquer sur le petit appareil photo et importer votre photo
- Google recherche les images semblables à la vôtre.
- Voir exemples dans le portfolio.

On peut encore **aller plus loin** dans la vérification d'une photo⁶¹:

- **Fotoforensics** (www.fotoforensics.com) donne des informations sur les manipulations qu'a subies une photo lors d'un passage par un logiciel de retouche.
- **Metapicz** (<http://metapicz.com>) permet de lire les métadonnées ou données EXIF (Exchangeable image file format), qui indiquent le type d'appareil utilisé, l'heure et, parfois, la localisation grâce aux données GPS.

La vérification d'une vidéo

Pour vérifier une vidéo, le plus simple est de la découper en photos et de faire ensuite une recherche inversée, comme expliqué ci-dessus. Un outil a été développé par le Citizen Evidence Lab (laboratoire de preuves recueillies par des citoyens) d'Amnesty International : le Youtube DataViewer (<https://citizenevidence.amnestyusa.org/>) donne la date à laquelle une vidéo a été postée sur YouTube et la découpe en vignettes.

Comment faire une recherche sur le Youtube DataViewer:

- Introduire l'URL d'une vidéo trouvée sur Youtube.
- L'outil donne la date de publication et produit une série de vignettes.
- Cliquer sur « Reverse Image Search » et la recherche inversée sur Google images se fait automatiquement

Un projet de plateforme de vérification des vidéos, mené par un consortium d'universités, de médias et d'acteurs privés européens, est en cours de développement : <https://www.invid-project.eu/>

L'avis de Faky

La RTBF a mis en place un méta-moteur de vérification, qui englobe l'apport du Décodex (classement des sources) et y ajoute d'autres outils d'analyse : www.faky.be

La première version, lancée en 2019, a fait l'objet de critiques car les indications sur la fiabilité d'une info émanant non pas d'humains mais d'algorithmes, ce qui donnait lieu à des réponses étonnantes (des sources généralement considérées comme fiables obtenaient ici un faible score). Depuis, l'outil a été amélioré et la présentation des résultats et des méthodes d'analyse rendue plus transparente. Prenons un exemple : un article présenté comme une « tribune libre »

61. Voir l'article didactique de la RTBF: https://www.rtb.be/info/medias/detail_comment-verifier-si-une-image-est-vraie-ou-fausse-en-trois-etapes?id=9733949



sur le site Breizh info, qui dénonce la « propagande réchauffiste » et remet en cause la réalité du réchauffement climatique. Faky nous propose quatre résultats : une mise en garde du Décodex concernant la source (proche de l'extrême-droite et diffusant régulièrement de fausses infos) ; peu d'indices

de désinformation trouvés lors de l'analyse syntaxique ; un taux de subjectivité estimé « léger » et une note « peu fiable » ressortant de l'étude de la dissémination. Dans ce cas précis, l'analyse nous met donc sur nos gardes sans trancher de manière définitive sur la teneur des informations...

PARTIE 3 : FICHES PÉDAGOGIQUES

Les fiches proposées ont pour but de vous aider à illustrer vos propos et à les rendre les plus concrets possibles, lorsque vous êtes invités à traiter de la désinformation devant des élèves. Le but du « Journaliste en classe » n'est pas de remplacer le professeur mais bien d'intégrer son apport dans un processus pédagogique en cours. L'intervention du journaliste et l'intégration pédagogique de la séquence par l'enseignant sont complémentaires.

Pour quel âge ou quel niveau ont-elles été pensées ?

Les exercices proposés ici sont destinés à des élèves à partir de la 5^e primaire jusqu'à la 4^e secondaire (entre 10 et 16 ans environ). Les exemples et le niveau de complexité de l'animation seront adaptés à l'âge, la préparation et les connaissances des élèves sur le sujet.

Comment utiliser ces fiches ?

Chaque fiche propose un ou plusieurs jeux ou exercices liés à l'un des enjeux de la désinformation. Les exemples d'informations ou de désinformations que vous pouvez utiliser en classe sont détaillés dans le portfolio.

Pour une intervention de deux périodes (2x50') dans une classe, vous pouvez par exemple proposer de démarrer par un jeu « vrai ou faux » (fiche 2) puis réfléchir avec les élèves sur les intentions (fiche 3), faire une petite pause et consacrer ensuite du temps à des questions sur le métier de journaliste que les élèves auront préparées. Avec des élèves peu expérimentés, vous pouvez vous contenter d'évoquer la différence entre faits et opinions (fiche 1) et consacrer le reste du

temps au témoignage sur votre métier ou à les aider à écrire pour le journal de leur école. La problématique de la désinformation pourra être abordée avec eux un autre jour. De nombreuses vidéos pédagogiques, souvent courtes, sont recensées page 39. N'hésitez pas à les montrer aux élèves.

Chaque fiche est structurée comme suit : informations pratiques, déroulement, inspiration, enjeux.

Trois conseils :

- Un contact préalable avec l'enseignant est indispensable afin de préparer l'intervention. Il est important de connaître quelque peu les élèves à rencontrer, leurs attentes ainsi que celles du professeur. La présence du professeur est requise durant toute la rencontre. N'hésitez pas à également à lui passer la main pour la conduite de la séance. Vous êtes invité dans sa classe ; vous n'êtes pas censé le remplacer.
- Pour un exercice pratique, comptez une vingtaine de minutes environ et n'en prévoyez pas plus d'une ou deux par période de cours (50 minutes). Les élèves ont besoin de temps pour s'installer, assimiler, poser des questions et passer à une autre activité.
- Ne surestimez pas les équipements disponibles dans les écoles. Il y a rarement du wifi. Renseignez-vous pour savoir s'il y a un tableau numérique ou un projecteur en ordre de marche avant d'envisager de montrer des vidéos.

3.1. INFO OU OPINION ?

INFOS PRATIQUES

Activité : faire la différence entre une opinion et un fait

Matériel à prévoir par le journaliste : une liste de faits et opinions.

DEROULEMENT

1. Le journaliste lit une liste de 10 phrases. S'ils pensent qu'il s'agit d'un fait, les élèves se tournent du côté de la porte. Si c'est une opinion, ils se tournent du côté opposé (ou : ils s'asseyent/restent debout).

2. Les élèves reprennent les phrases une à une et justifient leur choix. Ils cherchent comment distinguer faits et opinions.

3. Le journaliste établit deux colonnes au tableau avec les caractéristiques des faits (descriptions vérifiables et incontestables) et des opinions (appréciations personnelles, sujettes à discussion).

4. Les élèves, seul ou à deux, cherchent des exemples de faits et opinions puis partagent avec la classe.

INSPIRATION

Exemples de phrases :

- Le 1^{er} janvier est le premier jour de l'année.
- En 1969, on a marché sur la Lune.
- Le journaliste qui est venu dans ma classe était super-drôle.
- Le journaliste qui est venu dans ma classe portait un pull bleu.
- Quand la pression atmosphérique est normale, l'eau bout à 100 degrés.
- Le vert s'obtient en mélangeant du jaune et du bleu.
- Tout le monde devrait être sur TikTok (application mobile de partage de vidéos).
- Il est impossible de ne pas aimer la dernière chanson d'Angèle.
- La Belgique est arrivée en demi-finale de la Coupe du monde de football 2018.
- La Belgique aurait dû gagner la demi-finale.

ENJEUX

- Comprendre qu'un fait est incontestable mais qu'on n'est pas obligé d'être d'accord avec une opinion.
- Les messages et informations que l'on trouve dans les médias d'information et sur les réseaux sociaux mêlent souvent faits et opinions. C'est important de pouvoir les distinguer.

Possibilité de prolonger l'activité avec la fiche 2.

3.2. OÙ SE CACHENT LES FAITS ET LES OPINIONS ?

INFOS PRATIQUES

Activité : distinguer les faits et les opinions dans les médias et sur les réseaux sociaux.

Matériel à prévoir par le journaliste: des copies (une par élève) de coupures de journaux et de posts trouvés sur les réseaux sociaux. Se limiter aux titres, chapreaux et à quelques extraits de textes.

INSPIRATION

Des critiques culturelles ou chroniques sportives peuvent être de bons exemples d'articles mêlant des faits vérifiables (score : 2-0) et des opinions (« Ils méritaient de gagner »).

DEROULEMENT

1. Chaque élève lit les extraits reçus et souligne en bleu ce qui est factuel et en rouge ce qui relève de l'opinion.
2. Mise en commun. Les élèves exposent et justifient leurs choix (voir aussi fiche 1).
3. Le journaliste explique que les articles de journaux peuvent être plus factuels (dépêche d'agence) ou plus subjectifs (éditos, critiques culturelles).
4. Débat avec la classe : où classer les messages des réseaux sociaux ? Ils peuvent contenir des faits et des opinions mais on ne sait pas toujours si les faits sont avérés.

ENJEUX

- Réaliser qu'on trouve des faits et des opinions partout. Mais les journalistes sont obligés de vérifier les faits et de présenter les opinions comme telles (en donnant la source). Ils peuvent donner leur opinion mais doivent le faire d'une manière claire.
- Sur les réseaux sociaux, tout le monde peut s'exprimer mais un citoyen ordinaire n'a pas les mêmes obligations qu'un journaliste (vérification des faits, correction d'une erreur, indépendance, etc). Il faut donc être prudent... Certains diffusent de fausses informations (désinformation) pour gagner de l'argent ou nous influencer.

Possibilité de prolonger l'activité par un travail d'écriture d'un court article (10-15 lignes) sur le quotidien des élèves (la venue du journaliste en classe, la préparation de la fancy-fair, etc). Les élèves recueillent des opinions de leurs condisciples et des faits qu'ils peuvent eux-mêmes vérifier et veillent à les présenter comme tels.

3.3. VRAI OU FAUX ?

INFOS PRATIQUES

Activité : repérer les vraies et fausses informations

Matériel à prévoir :

- Par le professeur : un projecteur et un écran.
- Par le journaliste : un ordinateur connecté à internet (partage de connexion) ou une série de captures d'écrans. A défaut, des copies individuelles des articles (captures d'écrans ou retranscription).

DEROULEMENT

1. Le journaliste expose trois informations qui ont circulé sur internet (dont minimum 2 fausses). Les élèves les classent en « vrai » ou « faux » et débattent.
2. Le journaliste annonce quelles infos sont fausses et les décrypte.
3. Il interroge les élèves sur la connaissance des concepts de « désinformation », « fake news », « intox » ou « clickbait/putaclics ». Ont-ils des exemples (mort de célébrités, etc) ?
4. Les élèves rédigent une fausse information crédible en quelques lignes.

INSPIRATION

- Des exemples de désinformations se trouvent dans le portfolio.
- Il existe également des jeux « vrai ou faux » accessibles en ligne :
 - « Info ou intox ? » : 5 fausses infos. <https://www.geoado.com/hors-series/teste-toi-fake-news/>
 - « What The Fake ?! » : mélange de vraies et fausses infos. <https://www.whatthefake.ch/>
 - « Which Face Is Real » : deux visages dont un créé par une AI ou intelligence artificielle, soit un deep fake. <http://www.whichfaceisreal.com/index.php>
- Tentez un débat mouvant : ceux qui pensent que c'est vrai se placent du côté de la porte ; ceux qui pensent que c'est faux de l'autre côté de la classe ; ceux qui doutent restent au centre. Les deux groupes de convaincus donnent leurs arguments à ceux du centre pour tenter de les attirer. Chacun a le droit de changer d'avis – et donc de place – au fil du débat.

ENJEUX

- Réaliser qu'on se fait facilement duper. Il faut toujours prendre le temps de réfléchir avant de partager ou de commenter une information.
- Le bon sens ne suffit pas toujours à départager le vrai du faux. Il est donc utile d'acquérir quelques réflexes d'auto-vérification.

Possibilité de prolonger avec une vidéo éducative sur la désinformation (voir page 39).

3.4. LES INTENTIONS DERRIÈRE LA DÉSINFORMATION

INFOS PRATIQUES

Activité : découvrir les motivations des auteurs de « fake news »

Matériel à prévoir par le journaliste: des exemples de désinformations (voir portfolio), copiés pour les élèves.

Synthèse 2.

INSPIRATION

Avec des élèves plus âgés ou plus expérimentés, on peut ajouter des contraintes : demandez-leur que ces infos soient plausibles et/ou proposez-leur de rédiger un texte complet. N'hésitez pas à vous inspirer du jeu « Get bad news » (disponible en anglais ou en néerlandais), qui donne des conseils pratiques pour faire une bonne fake news sur Twitter : <https://getbadnews.com/#intro>

DEROULEMENT

1. Les élèves, seuls ou en groupes, s'interrogent sur les désinformations : à qui leur diffusion profite-t-elle ?
2. Le journaliste explique la différence entre désinformation et mésinformation (erreur involontaire).
3. Les élèves rédigent une désinformation (4-5 lignes) qui peut servir leurs intérêts, ceux de leur classe ou ceux de leurs parents.
4. Mise en commun. Quelles seraient les conséquences si ces textes étaient postés sur les réseaux sociaux ?

ENJEUX

- Comprendre ce qui distingue la désinformation (intention politique ou économique) de la mésinformation (erreurs involontaires) ou des blagues sans conséquences.
- Comprendre que, pour rester crédibles, les auteurs de désinformation déforment, exagèrent ou manipulent de vraies informations ou les illustrent de manière erronée.
- Adopter un bon réflexe : se demander qui pourrait tirer profit du fait que je partage une info.

3.5. LES EFFETS DE LA DÉSINFORMATION

INFOS PRATIQUES

Activité : Détecter les émotions que suscite la désinformation et identifier nos erreurs de jugement (biais cognitifs).

Matériel à prévoir par le journaliste: un exemple de désinformation (voir portfolio), copié pour les élèves. Et un exemple d'article de presse.

Synthèse 3.

INSPIRATION

Pour cette activité, vous pouvez puiser dans les exemples du portfolio. Vous pouvez aussi piéger les élèves en leur disant que, sur votre trajet, vous avez lu une information importante qui les concerne (les vacances sont raccourcies, l'accès à un smartphone sera interdit avant 18 ans, etc).

DEROULEMENT

1. Le journaliste lit une désinformation et observe la réaction des élèves.
2. Il lit ensuite une information vraie tirée d'un journal (sérieux).
3. Débat : Ressent-on le même type d'émotion ? A-t-on autant envie d'en parler ? Le choix des mots et de la ponctuation nous influence-t-il ?
4. Le journaliste explique la responsabilité des internautes dans la diffusion de la désinformation.

ENJEUX

- Comprendre qu'une « bonne » désinformation fait appel à nos émotions (peur, colère, étonnement,...). Notre raisonnement s'en trouve altéré. Plus nous avons envie d'y croire (parce que cela confirme que les dirigeants sont tous nuls, par exemple), plus nous diffuserons.
- La désinformation se diffuse six fois plus vite que l'information. La responsabilité revient aux internautes que nous sommes.

Possibilité de prolonger avec une vidéo éducative sur la propagation de la désinformation (voir page 39).

3.6. QUESTIONNER UNE INFO (TEXTE, PHOTO OU VIDÉO)

INFOS PRATIQUES

Activité : questionner et vérifier une information douteuse

Matériel à prévoir :

- Par le professeur : un projecteur et un écran. Mieux encore : une salle avec plusieurs ordinateurs connectés.
- Par le journaliste : un ordinateur connecté à internet (partage de connexion) ou, à défaut, des captures d'écran réalisées préalablement.

Synthèse 7

ENJEUX

- Réaliser qu'on peut soi-même trouver des indices sur la fiabilité d'une information.
- Apprendre quelques techniques simples pour vérifier une information (article, photo, vidéo).

DEROULEMENT

1. Le journaliste expose aux élèves une information (texte, photo, vidéo) tirée d'un média et une fausse info (voir portfolio) d'un format équivalent.
2. Les élèves cherchent les indices qui peuvent nous faire penser que l'une est vraie et que l'autre est fausse (sources, date, légende, signature, précision, rubrique « à propos » du site...).
3. Ils testent sur le ou les ordinateurs des manières de vérifier l'info (que taper dans un moteur de recherches ?).
4. Le journaliste présente quelques outils de fact-checking.

Possibilité de prolonger avec une vidéo éducative sur vérification d'une photo ou vidéo (voir page 39).

PARTIE 4 : SELECTION DE RESSOURCES PEDAGOGIQUES

Voici une liste non-exhaustive de liens qui peuvent vous être utiles dans la préparation de vos animations.

Vidéos didactiques

Les Fake news en général :

- « Qu'est-ce qu'une fake news ? » (4'51) par le Youtubeur philo Cyrus North.

<https://primabord.eduscol.education.fr/qu-est-ce-qu-une-fake-news>

- « C'est quoi les fake news » (1'42), un petit dessin animé de la série « Un jour, une question ». <https://www.youtube.com/watch?v=pAa80STbngQ>

La diffusion de la désinformation :

- « Macron et les fake news » (25'). Tiré de la série « Stop intox ». Le début évoque la rumeur sur l'homosexualité du président (pourquoi on a envie d'y croire, pourquoi ça s'est répandu). <http://www.stopintox.fr/enquetes/macron-et-les-fake-news/>

- « L'intox, c'est nous », Libération. Episode 1 « Pourquoi croit-on aux fake news » (7'20). Plutôt pour ados ou adultes. https://www.liberation.fr/futurs/2019/05/04/decouvrez-en-avant-premiere-les-deux-premiers-episodes-de-la-serie-l-intox-c-est-nous_1724549

- « Tomates pourries » (18'54): le rôle des

biais cognitifs dans la propagation des fake news expliqué par le Youtubeur. Accessible aux enfants. https://www.youtube.com/watch?time_continue=9&v=Cf0W3uGiD3c&feature=emb_title

- « Tous FactCheckeurs : Réseaux sociaux, vérifiez l'information avant de la partager » France Télévisions et Rue 89 (2'47). Sur la falsification d'images et la responsabilité de l'utilisateur des réseaux sociaux. Accessible aux enfants. <https://www.youtube.com/watch?v=jDhtXrHGU4A>

- « OMF Oh my Fake » : La série sur les fake news du site 20minutes.fr répond entre autres à la question « Coronavirus : Pourquoi les intox par WhatsApp sont si virales ? » en pointant les arguments d'autorité et d'homophilie. <https://www.20minutes.fr/societe/2754567-20200404-coronavirus-pourquoi-intox-whatsapp-si-virales-explique-oh-my-fake>

La vérification de photos et vidéos :

- La série « Tous FactCheckeurs » propose de courts films didactiques :

« Vraies images, gros mensonge » explique comment vérifier une vidéo grâce à la recherche inversée <https://www.youtube.com/watch?v=rwHnjF10oGU> et « Photos choc, infos fake » comment vérifier une photo <https://www.youtube.com/watch?v=k9x3ypoyDyQ&t=55s>

Dossiers pédagogiques et matériel didactique

« **Penser critique** ». Une plateforme belge réalisée par Sophie Lescrenier et recensant toutes les ressources didactiques liées à la désinformation et à la pensée critique. www.penser-critique.be/

« **Enseigner l'éducation aux médias avec Youtube** ». Une liste de vidéos utiles pour l'éducation aux médias, recensée par l'Académie de Paris. https://www.ac-paris.fr/portail/jcms/p1_1855204/enseigner-l-emi-avec-youtube

« **30 secondes avant d'y croire** ». Une méthode qui encourage l'esprit critique des jeunes internautes, développée par la Fédération professionnelle des journalistes du Québec. www.30secondes.org/

« **Faux que ça cesse** ». Un kit pédagogique développé par le Centre canadien d'éducation aux médias et de littératie numérique. <https://habilomedias.ca>

« **Complotisme, fake news et grosses rumeurs** ». Un carnet pédagogique sur la désinformation, réalisé par la ville de Verviers. www.saferverviers.be/

« **Théories du complot. Ressorts et mécanismes** ». 14 capsules thématiques et 6 capsules d'exercices développées par Média Animation, pour aborder les théories du complot et l'esprit critique en classe. www.theoriesducomplot.be/

Hygiène mentale. Une chaîne Youtube, animée par Christophe Michel, qui propose de nombreuses vidéos (sous licence libre) sur le fonctionnement du cerveau et les biais cognitifs. <https://www.youtube.com/channel/UCMFCMhePnH4onVHt2-ltPZw>

Acteurs de l'éducation aux médias

Conseil Supérieur de l'éducation aux médias (CSEM), Fédération Wallonie-Bruxelles. www.csem.be/

Media Animation, centre de ressources pour l'enseignement libre en Fédération Wallonie-Bruxelles. www.media-animation.be

Le CAF – Centre d'Autoformation et de Formation continuée, centre de ressources de l'enseignement officiel organisé par la Fédération Wallonie-Bruxelles. www.lecaf.be

Le C.A.V.L – Centre Audiovisuel de Liège, centre de ressources en éducation aux médias reconnu par la Fédération Wallonie-Bruxelles. www.cavliege.be

PARTIE 5 : PORTFOLIO POUR LES EXERCICES ET ANIMATIONS EN CLASSE

5.1. FAUX DE FAUX

Dans cette section, vous trouverez une série de fausses informations que vous pouvez utiliser pour vos animations autour de la désinformation. Vous pouvez évidemment en trouver d'autres sur les sites suivants :

- **faux articles illustrés et mis en pages** (sites satiriques)

www.scienceinfo.fr

www.nordpresse.be

www.legorafi.fr

www.nouvelordremondial.cc

- **faux tweets:**

<https://twitter.com/afpresque?lang=fr>
(Agence France Presque)

- **de fausses photos de personnes** (générées par l'intelligence artificielle) :

<https://thispersondoesnotexist.com/>

- **fausses infos décryptées**, voyez des sites de fact checking comme :

www.hoaxbuster.com

www.hoax-net.be

www.lemonde.fr/les-decodeurs/

www.liberation.fr/checknews/

<https://observers.france24.com/fr/>

<https://factuel.afp.com/>

<https://www.francetvinfo.fr/vrai-ou-fake/>

<https://factcheck.vlaanderen/>

5.1.1. La barbe et le coronavirus.

Pour éviter d'attraper le corona virus, il faut se raser. Une infographie présente les coupes de barbes et de moustaches déconseillés pendant la pandémie.

Analyse : Il s'agit d'une désinformation intéressante car elle présente un fond de vérité, sortie de son contexte. Lorsque la pandémie a commencé à toucher les pays occidentaux, début 2020, l'infographie, publiée sur Twitter, a largement circulé, accompagnée d'appels au rasage, notamment dans le magazine Foozine. La recommandation émanait des Centers for Disease Control and Prevention américains (CDC). Mais, en réalité, cette infographie humoristique (les coupes s'appellent « Zorro » ou « Brosse à dents ») a été publiée en 2017 sur un blog des CDC, en réaction à la campagne No-Shave November qui appelle les hommes à ne pas se raser pendant un mois pour sensibiliser à la lutte contre le cancer. L'article entendait simplement rappeler que certains types de barbes ne sont pas recommandés pour les personnes qui portent un masque dans le cadre de leur travail. L'adhérence sur la peau est en effet amoindrie par les poils. Jamais les CDC n'ont appelé la population générale au rasage

pour se prémunir du corona virus. L'information a été déformée, exagérée et sortie de son contexte. Il est difficile de savoir quelle était l'intention de la personne qui a ressorti l'information. Si son objectif était louable, il s'agirait alors plus d'une mésinformation que d'une désinformation.



5.1.2 Du Nutella moins cher.

Les incendies qui ont ravagé la forêt amazonienne au mois d'août 2019 feront baisser le prix du Nutella. En effet, les incendies accélèrent la déforestation et laissent place à de nouvelles terres agricoles. Les nouvelles friches sont très prisées pour les plantations de palmistes, dont on extrait l'huile de palme. Celle-ci sera donc produite en plus grande quantité et de ce fait moins chère. Le Nutella étant constitué à plus de 30% d'huile de palme, son prix baissera grâce aux incendies. <http://www.scienceinfo.fr/les-incendies-qui-ravagent-lamazonie-auront-pour-conséquence-inattendue-de-faire-baisser-le-prix-du-nutella/>

Analyse : On peut reconnaître une certaine logique à la démonstration mais cette info est bien inventée de toutes pièces. Elle provient d'un site de fausses informations scientifiques (Science info). Dans l'onglet « A propos », l'intention du site est clairement expliquée (faire réfléchir). Indices : l'article n'est pas signé et ne contient aucune source. L'intention n'est probablement pas de nuire ni de gagner de l'argent car le site ne contient pas de publicité.

5.1.3 Les gentils extraterrestres.

« Le FBI a déclassifié un document de consultation incroyablement intéressant qui leur a été fourni par un universitaire anonyme qui affirmait que des êtres interdimensionnels rendant régulièrement visite à la Terre viendraient en réalité d'une autre dimension avec un but pacifique. » <https://lumieresurguia.com/document-du-fbi-des-etres-dun-monde-parallele-ont-rendu-visite-a-la-terre/>

Analyse : L'article est daté et signé (Laurent Freeman). Malgré l'apparence de sources sérieuses (le FBI, un professeur), celles-ci sont très floues (qui est ce « professeur » ? que dit le FBI de ce document ?) et le vocabulaire utilisé donne une impression d'approximation (un document « clairement lu par plusieurs individus, dont beaucoup ont fait des annotations détaillées »). On comprend, en avançant dans la lecture, que le document en question date de 1947 mais on n'apprend rien sur l'identité du « professeur »,

même si l'auteur de l'article insiste : il a plusieurs diplômes universitaires. Cet article est publié sur le site Lumière sur Gaia <https://lumieresurgaia.com> On y trouve des articles complotistes, présentés comme de la « réinformation ». La présentation du site et de son auteur (Comment est né le site lumieresurgaia ?) évoquent la « recherche intérieure » et une « phase d'éveil » mais ne donnent aucune garantie sur la démarche effectuée par l'auteur.

5.1.4 La crevette du siècle.

Des pêcheurs canadiens ont capturé une crevette mesurant pas moins de 2,80 mètres de long et pesant plus de 145 kg, ce qui en fait le plus grand crustacé de ce type à jamais avoir été attrapé.



Article original : <https://www.nouvelordre-mondial.cc/2016/05/19/des-pecheurs-canadiens-ont-capture-une-crevette-geante-de-145-kilos/>

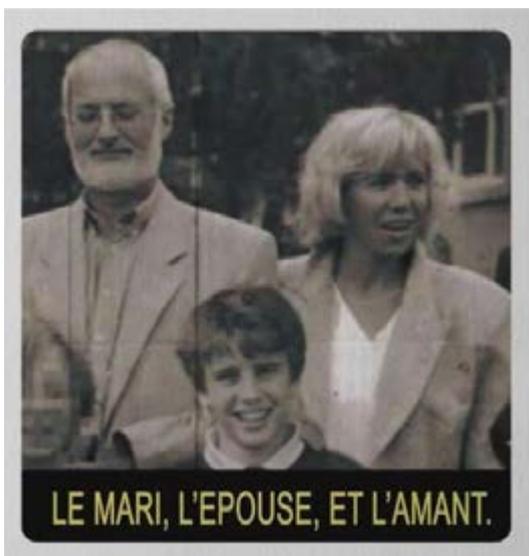
Analyse : Le texte qui accompagne cette photo fait mention de différentes sources, qui peuvent avoir l'air sérieuses. Il n'est signé que d'un prénom (Emmanuel). Une recherche inversée sur Google images nous renvoie vers la photo originale. Il s'agit au départ d'une photo de poisson-chat pêché en Italie et tirée d'un site de pêche (<http://www.team-black-cat.com/>)



L'analyse complète de cette manipulation se trouve ici : <https://hoax-net.be/non-une-crevette-geante-de-145-kg-na-pas-ete-pechee-au-canada/>

5.1.5 Le mari, l'épouse et l'amant.

Cette photo a été prise à l'époque où Emmanuel Macron a rencontré sa future épouse, Brigitte Auzière, qui était alors sa professeure et était mariée à André-Louis Auzière (à gauche sur la photo). Le président français et son épouse ont 24 ans de différence. Titrée « Le mari, l'épouse et l'amant », ce cliché a été partagée des milliers de fois en 2018 et a ressurgi parmi les groupes Facebook de Gilets jaunes en 2019, provoquant des réactions outrées, du type : « cette relation est immorale, c'est de la pédophilie, si ce n'étaient pas les Macron, ils seraient déjà en prison ». Un article présentant cette photo comme réelle est disponible sur le site Afrikmag. <https://www.afrikmag.com/cette-image-qui-fait-le-buzz-le-mari-lepouse-la-mant/>



Analyse : Une recherche inversée nous conduit vers des sites de fact-checking qui ont retrouvé la photo originale et décrypté le trucage. L'homme sur la gauche n'est pas l'ex-mari de Brigitte Macron mais un collègue professeur. Et l'image d'Emmanuel Macron enfant a été rajoutée. Il est d'ailleurs beaucoup plus jeune sur cette photo que l'âge auquel il a rencontré sa future épouse (15 ans). La photo originale est extraite d'un documentaire de France 3. Il y a ici clairement une intention de nuire (donner une image négative du couple Macron). C'est donc bien de la désinformation. Décryptage de la supercherie : <https://hoax-net.be/non-cette-photo-ne-montre-pas-emmanuel-macron-avec-brigitte-macron-et-son-premier-mari/> Ou en vidéo, ici : https://www.liberation.fr/desintox/2018/04/06/macron-le-mari-l-epouse-l-amant-et-l-intox_1641450



5.1.6 La fin du SIDA.

Dans une vidéo apparue sur Twitter en octobre 2019, Donald Trump annonce que « le SIDA, c'est fini ». Pourtant, la maladie fait encore des ravages. Cette déclaration du président américain a été immédiatement critiquée sur les réseaux sociaux, des internautes le jugeant irresponsable ou criminel. <https://www.youtube.com/watch?v=8dKux8-ZmCI>

Analyse : Cette vidéo est ce qu'on appelle un deep fake : la voix de Donald Trump a été manipulée. Après 37 secondes, la vidéo s'interrompt et affiche « Ceci est une fake news ». Cette mise en scène a été réalisée par Solidarité Sida, qui voulait faire réfléchir sur la possibilité d'une éradication de la maladie, si l'on décidait d'y mettre les moyens. Elle fait aussi réfléchir sur la nécessité de bien lire ou regarder les infos jusqu'au bout avant de donner son avis ou de partager. La méthode a été critiquée : des associations progressistes peuvent-elles avoir recours à une procédé de manipulation de ce type ? https://www.lavenir.net/cnt/dmf20191007_01390380/donald-trump-annonce-que-le-sida-c-est-fini-une-fake-news-de-sensibilisation
Décryptage du montage : <https://lareclame.fr/lachose-bilan-deepfake-solidarite-sida-donald-trump-225386>

5.1.7 Attention enlèvements.

Dans une vidéo diffusée en juillet 2019 sur le réseau social Tik Tok, sous le hashtag #Humantrafficking, l'influenceuse Makaila recommande la plus grande prudence aux femmes lorsqu'elles montent dans une voiture. Des kidnappeurs placeraient des petits liens de plastique sur les véhicules des femmes seules pour distraire leur attention et se jeter sur elles.

Analyse : La vidéo a été likée 700 000 fois et partagée avec des variantes. Elle a finalement été retirée par le réseau social et ne peut donc plus être analysée en classe. L'exemple demeure néanmoins intéressant car Tiktok est un réseau social très prisé des ados et préados. Décryptage complet de ce cas : <https://www.numerama.com/tech/537464-tiktok-a-aussi-ses-theories-conspirationnistes-de-masse.html>

5.2. VRAI DE VRAI

Des infos surprenantes mais vérifiables que vous pouvez utiliser dans vos animations (par exemple, pour un jeu « vrai ou faux »).

5.2.1. Un sauveteur courageux.

En mai 2018 à Paris, Mamadou Gassama, un jeune Malien de 22 ans, sans-papiers, a escaladé un immeuble pour sauver un enfant de 4 ans, suspendu à un balcon. Son acte de bravoure lui a valu d'être reçu par le président de la République, qui lui a offert la naturalisation et a indiqué que le jeune homme intégrerait les sapeurs pompiers. La vidéo du sauvetage : <https://www.youtube.com/watch?v=hCefhzJVhpg>
L'histoire complète de Mamadou : <https://www.youtube.com/watch?v=ogHVbf3dEyK>

Analyse : Il s'agit bien d'une histoire vraie, reprise par des médias de référence. La vidéo de Brut donne des indications précises. Mais elle a suscité beaucoup de commentaires dubitatifs (comment l'enfant a-t-il eu la force de tenir ? ; pourquoi le voisin n'est-il pas intervenu ?). Des internautes ont suggéré qu'il s'agissait d'une mise en scène avec un petit mannequin visant à donner une image positive du jeune Malien sans-papiers. Une autre vidéo accessible via le lien ci-dessous montre pourtant que l'enfant est bien vivant et que le voisin était empêché d'intervenir par une vitre. Si les élèves ont des doutes sur la véracité de cette vidéo, demandez-leur de faire une recherche inversée via le Youtube data viewer.

Décryptage :

<https://www.ladepeche.fr/article/2018/05/30/2807823-sauvetage-mamoudou-gassama-video-met-fin-theorie-complot.html>

5.2.2. Une fusée faite maison.

Mike Hughes, un Américain de 61 ans, a construit sa propre fusée avec des matériaux recyclés pour s'envoler dans l'espace. Il espérait ainsi pouvoir ramener des photos qui auraient prouvé que la Terre est plate. Il est mort en février 2020 dans le crash de la fusée qu'il pilotait. <http://www.leparisien.fr/archives/cet-homme-va-decoller-dans-sa-propre-fusee-pour-prouver-que-la-terre-est-plate-23-11-2017-7411143.php>

Analyse : Cette info insolite est bien vraie. Elle a été publiée dans un média d'informations professionnel (Le Parisien).

5.2.3. Un bébé pour Diaz.

L'actrice Cameron Diaz a annoncé, début janvier 2020, avoir donné naissance à une petite fille, à l'âge de 47 ans. C'est son premier enfant. La petite s'appelle Raddix Madden. La star a précisé qu'elle ne posterait pas de photos du bébé, pour préserver son intimité. <https://www.lalibre.be/lifestyle/people/a-47-ans-cameron-diaz-accouche-de-son-premier-enfant-5e1032de9978e-272f9987b5c>

Analyse : Les médias d'informations qui ont relayé le tweet de Cameron Diaz ont insisté sur son âge mais l'info est bien réelle.

EN CONCLUSION...

Nous espérons que cette brochure vous permettra d'aborder plus facilement ces questions complexes avec les jeunes.

Ce sujet est évolutif, de nouvelles situations de désinformation émergeront probablement dans l'avenir. Si vous avez l'une ou l'autre contribution concrète à ajouter (par exemple d'autres illustrations de cas de désinformation), n'hésitez pas à nous contacter.

Le CSEM et l'AJP continuent à se mobiliser sur cette thématique. Nous vous invitons à consulter nos sites web pour découvrir d'autres ressources.

<http://www.csem.be/>

<http://www.ajp.be/>

