



Déjouer les pièges de la désinformation : *fake news*, pièges à clics, propagande ...

Repères

conseil supérieur
de l'éducation
aux médias

CSEW



Le CSEM et l'éducation aux médias en bref



Le Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM) a pour missions principales de promouvoir l'éducation aux médias et de favoriser l'échange d'informations et la coopération entre tous les acteurs et organismes concernés par l'éducation aux médias en Fédération Wallonie-Bruxelles ; notamment les secteurs des différents médias, l'enseignement obligatoire et l'éducation permanente. Le CSEM assure une large diffusion de toutes ces initiatives via le site internet www.csem.be.

Fake news en bref

Par *fake news*, on entend une information fausse (article, photo, vidéo, etc.) produite et diffusée en ligne de façon volontaire à des fins de manipulation politique ou commerciale. Le terme désinformation est toutefois privilégié par les experts des médias¹ car l'expression *fake news* a été récupérée par des personnalités politiques, Donald Trump en tête, pour dénigrer des informations simplement critiques à leur égard.

L'éducation aux médias (EAM) permet à chaque citoyen d'améliorer sa compréhension des médias, d'en maîtriser les usages et de poser un regard critique sur ceux-ci. L'objectif de l'EAM est de transmettre à tous (enfants, ados, adultes) des savoirs, savoir-faire et des compétences indispensables à une utilisation éclairée des différents médias. Les carnets du CSEM se penchent plus spécifiquement sur le média internet.

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

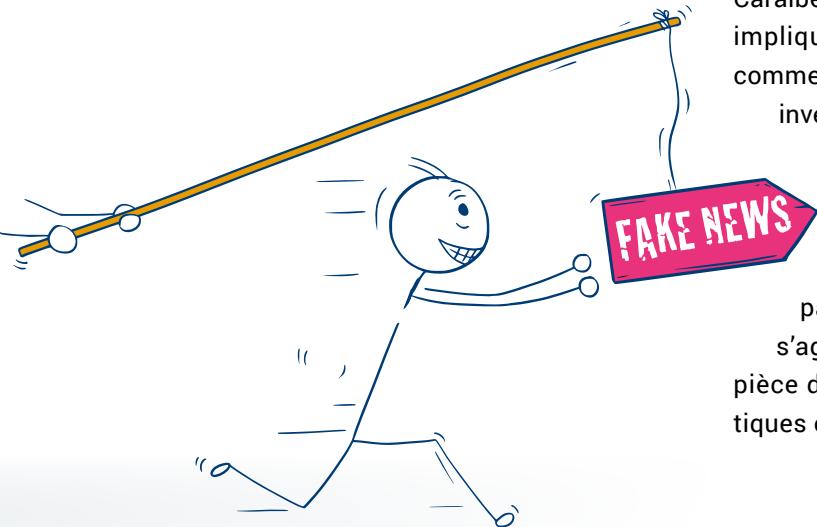
http://csem.be/csem/textes_positionnement/education

Le CSEM et la désinformation

Pour faire face à la problématique complexe de la désinformation, le CSEM propose des pistes concrètes pour accompagner les jeunes dans leur usage des réseaux sociaux et développer leur esprit critique. Cet outil s'adresse aussi bien aux familles qu'aux professionnels de l'éducation et de l'animation.

¹ « A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation », Commission européenne, mars 2018, p.3

Comprendre les enjeux



La tempête Irma a provoqué un raz-de-marée de requins aux Caraïbes, l'ancien directeur de campagne d'Hillary Clinton est impliqué dans un réseau pédophile qui utilise une pizzeria comme couverture, le réchauffement climatique est une fable inventée par la Corée du Nord pour nuire à l'économie américaine, l'Arabie saoudite a financé Macron pendant la campagne présidentielle française ... En surfant sur Internet, nous avons tous croisé ce genre d'informations surprenantes. Peut-être même les avons-nous partagées avec nos « amis » sur les réseaux sociaux. Il s'agit pourtant de fausses nouvelles fabriquées de toute pièce dans le but, par exemple, d'influencer nos choix politiques ou de nous attirer vers un site commercial.

Groupements politiques, hackers en quête de gloire, services secrets, entrepreneurs douteux... Il n'est pas toujours évident d'identifier les auteurs de ces supercheries. Une certitude, en revanche, c'est que ceux-ci n'atteindraient pas leur but sans l'aide des millions d'internautes qui diffusent leurs mensonges. La désinformation peut par exemple porter atteinte à la réputation d'une personne ou d'une communauté, créer des mouvements de panique, véhiculer des conseils néfastes pour la santé publique : ne soyons pas complices.

Si les enjeux sont sérieux, il convient toutefois d'aborder le débat sans culpabiliser et sans dramatiser. Les technologies de l'information et de la communication forment autant une menace qu'une opportunité. Jamais nous n'avions eu la chance de pouvoir accéder à autant de sources variées et d'élargir nos horizons ! Cultivons notre esprit critique, la solution est aussi à portée de clic.

Un phénomène complexe

Plus qu'un « simple » mensonge, la désinformation résulte d'une véritable 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 pour vendre des produits. Plus un site enregistre de visiteurs, plus il peut aussi rentabiliser ses espaces publicitaires. À côté de ces pièges à clics, la diffusion de fausses informations peut avoir pour objectif de nuire à la réputation d'un concurrent. À l'heure où Internet nous invite à évaluer en permanence tous les services et les produits que nous consommons, le phénomène des faux avis de consommateurs (*fake reviews*) est également une source de préoccupation croissante pour les entreprises et les utilisateurs ;

■ **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. La désinformation peut servir à justifier une intervention militaire contre un État ou une organisation, démoraliser ou diaboliser l'ennemi. La guerre est aussi une guerre de l'information. Des enquêtes menées par des journalistes et des ONG ont par ailleurs démontré l'existence d'équipes entières d'employés payés par des États pour diffuser des fausses informations et/ou publier massivement de faux commentaires visant à faire taire la dissidence en ligne (usines à trolls).²

C'est cette volonté explicite de manipuler en fabriquant des mensonges qui distingue la désinformation d'autres formes de fausses informations qui courent sur la toile : légendes urbaines, canulars, théories complotistes, articles pseudo-scientifiques, publicités déguisées... Même si ces catégories peuvent parfois se recouvrir : un article pseudo-scientifique peut avoir été monté sciemment pour faire cliquer sur une pub, une théorie complotiste être orchestrée dans un objectif de manipulation politique, etc.

² Selon Reporters sans frontières, une trentaine de pays dans le monde auraient mis en place des systèmes de ce type. « Cyber-soldats vietnamiens : RSF s'inquiète de l'augmentation des armées de trolls, prédateurs en ligne des journalistes », RSF, 9 janvier 2018. <https://rsf.org/fr/actualites/cyber-soldats-vietnamiens-rsf-sinquiete-de-laugmentation-des-armees-de-trolls-predateurs-en-ligne>



Pourquoi les *fake news* sont-elles si contagieuses ?

La manipulation de l'information existe depuis que les hommes communiquent. Les historiens évoquent des cas de propagande gravés sur des bas-reliefs datant de l'Égypte ancienne ! Du burin au clavier, le web a donné au phénomène une caisse de résonnance d'une ampleur inédite.

Aujourd'hui, 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.

Internet a bouleversé notre rapport aux médias³. A côté de la presse, de la radio et de la télévision, les réseaux sociaux sont devenus une source d'information à part entière.

Pour les plus jeunes, c'est parfois même la seule. L'information ne passe plus nécessairement par le filtre des journalistes qui la

sélectionnent, la hiérarchisent, la vérifient. Elle circule au gré des buzz et des passions.

La vitesse de diffusion et les logiques de partage rendent la désinformation particulièrement virale⁴. Sur les réseaux sociaux, nous avons tendance à faire facilement confiance aux contenus partagés par nos relations, sans vérifier d'où provient l'information initialement.

En relayant un faux, nous contribuons à notre tour à lui donner de la crédibilité dans notre cercle. Par ailleurs, les *fake news* présentent souvent un caractère inédit et il peut être tentant d'être le premier à partager pour gagner un peu de popularité sur les réseaux sociaux.



³ 39% des internautes belges déclarent utiliser Facebook comme une source d'information : «Digital news report», Reuters Institute, Ike Picone, VUB, 2018

⁴ Les informations fausses circulent six fois plus vite sur Twitter que les vraies d'après une enquête du MIT : « The spread of true and false news online », Massachusetts Institute of Technology (MIT), Science, mars 2018

Sentiments et préjugés

Sur les réseaux sociaux, il est possible de payer pour diffuser un message (contenu sponsorisé). Les auteurs de *fake news* ne se privent pas d'utiliser cette possibilité. La diffusion des *fake news* peut aussi être stimulée par des logiciels informatiques cachés sous de faux profils (*social bots*). Mais, bien souvent, c'est nous, les internautes en chair et en os, les premiers responsables de leur diffusion. **Les campagnes de désinformation ont souvent comme points communs de jouer sur le registre émotionnel, de susciter de l'étonnement, de la peur ou de l'indignation.** Autant d'affects qui nous poussent à réagir trop vite. Quoi de plus facile aujourd'hui que de manifester sa révolte d'un simple clic ?



Notre raison nous joue parfois des tours. Saturé par l'abondance de nouvelles qui circulent sur Internet (infobésité), notre cerveau a tendance à simplifier l'information, à sauter des étapes de la réflexion pour se rendre directement aux conclusions, voire à remplir lui-même les failles d'un raisonnement ! De plus, il n'aime guère la contradiction.

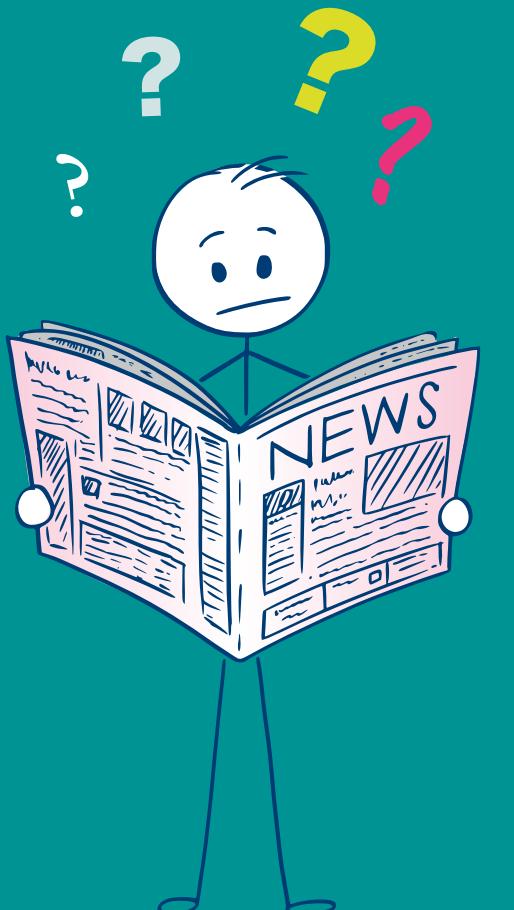
La désinformation fonctionne aussi parce qu'elle présente un message étonnant mais suffisamment conforme à nos préjugés pour nous inciter à y croire.

De même que nous sommes plus enclins à fréquenter des personnes qui nous ressemblent et qui pensent comme nous, inconsciemment, nous serons moins critiques quant aux informations qui confortent notre vision du monde. Cette tendance naturelle est renforcée par les algorithmes utilisés par les réseaux sociaux et les moteurs de recherche. Ces formules mathématiques s'appuient sur nos données personnelles (préférences exprimées, relations enregistrées, mots clés utilisés, articles lus, etc.) pour filtrer les contenus supposés nous plaire et nous enfermer dans une bulle de filtres. Ces algorithmes, dont les équations ne sont pas neutres et sont jalousement gardées secrètes par les géants du web, contribuent ainsi à renforcer nos préférences et mettent à l'épreuve notre esprit critique.



Fake news et médias

La désinformation prospère dans un contexte où les médias d'information professionnels ont perdu en partie la confiance du public. Ces médias ne sont évidemment pas à l'abri de la critique et la crise économique qui pousse certaines rédactions à couper dans l'emploi et à courir derrière les scoops vendeurs multiplie les risques d'erreurs.



Les journalistes professionnels sont soumis à un code de déontologie dont le premier article porte sur la recherche et le respect de la vérité. Ils doivent croiser leurs sources, donner la parole aux parties mises en cause, corriger de façon explicite et rapide les erreurs éventuellement commises. En Belgique, le Conseil de déontologie journalistique, composé de professionnels des médias et de membres de la société civile, veille au respect de ces principes. Tout citoyen peut saisir cet organe d'autorégulation pour obtenir un avis. Les journalistes, comme n'importe quelle personne qui diffuserait des allégations nuisibles et mensongères, s'exposent par ailleurs à se voir légalement poursuivis, par exemple, pour diffamation (lire aussi dans la collection Repères : « S'exprimer sur Internet dans le respect d'autrui et de façon responsable : la liberté d'expression et ses limites »).

L'Allemagne a été le premier pays à adopter une loi spécifique pour combattre les fake news. D'autres pays pourraient suivre l'exemple. Cette approche répressive suscite la polémique. Pour les défenseurs de la liberté d'expression, ces législations ouvrent la porte à la censure alors qu'il existe déjà suffisamment d'instruments juridiques pour encadrer des contenus problématiques. L'enjeu est d'abord de renforcer l'éducation aux médias, de soutenir le pluralisme des médias et d'exiger davantage de transparence de la part des géants du web.

À la maison

Du piège à clics grossier à la campagne de propagande bien orchestrée, la désinformation peut prendre des formes plus ou moins sophistiquées. Leurs auteurs n'hésitent pas à imiter le ton et la présentation des médias classiques, les plus organisés allant jusqu'à renvoyer vers des sources falsifiées. Même les professionnels de l'information s'y font parfois prendre. Néanmoins, quelques conseils permettent déjà d'éviter de nombreux pièges

■ apprenez à votre enfant à **vérifier la provenance de l'information**.

Le contenu est-il signé ? L'auteur indique-t-il ses sources ? Peut-on identifier les responsables du site qui le diffuse ? Y a-t-il une rubrique « à propos » dans laquelle on peut trouver des informations sur la ligne éditoriale ou les orientations idéologiques pour éclairer la lecture ? Une adresse de contact est-elle mentionnée ? L'absence de ces données doit inciter à la prudence surtout si l'information n'est reprise par aucun média traditionnel ;

■ expliquez à votre enfant que **l'image n'est pas une preuve infallible**. Il est facile de manipuler une photo et même une vidéo. Des logiciels en accès libre permettent, par exemple, de remplacer un visage par un autre sur une vidéo (deep fake). Mais un simple recadrage ou l'ajout d'une légende peut aussi changer complètement le sens d'une image. Des moteurs de recherche inversée d'images permettent de vérifier le contexte dans lequel une image a été initialement présentée ;

■ **encouragez votre enfant à ne pas partager trop vite une information, en particulier quand elle surfe sur le registre émotionnel**. Recommandez-lui de ne pas s'arrêter au titre et au chapeau d'un article qui s'affiche sur les réseaux sociaux et de lire le texte en entier pour voir si celui-ci semble cohérent et équilibré ou non.

On estime qu'une information prend en moyenne quelques minutes pour devenir virale et qu'un faux met des heures à être vérifié! Si le doute subsiste, le meilleur réflexe reste de ne pas partager.

Fact-checking

Si tout le monde peut truquer un contenu, tout le monde peut aussi débusquer la supercherie. Internet voit fleurir une multitude de sites qui se proposent de démêler le vrai du faux. Ces sites peuvent être animés par des médias traditionnels, des écoles de journalisme, des citoyens. Les réseaux sociaux et Google ont également annoncé ou pris des initiatives en ce sens.

Aujourd'hui, le *fact-checking* qualifie la chasse aux *fake news*, aux légendes urbaines, aux déclarations politiques trompeuses, aux imprécisions, aux déformations volontaires ou non de l'information. Cependant, on peut aussi reprocher à ces sites de se positionner en arbitre de la vérité. Leur efficacité est par ailleurs mise en doute : même quand les fausses informations sont démenties, les préjugés qu'elles ont renforcés restent généralement bien ancrés⁵.

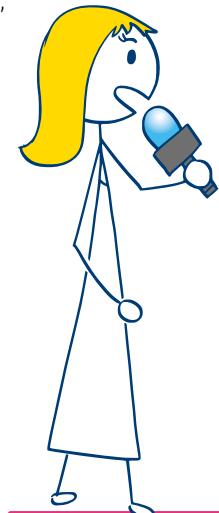
Ces sites ne constituent pas une recette miracle. Néanmoins, encourager leur consultation reste un bon réflexe, en particulier quand ils s'inscrivent dans une démarche participative et citoyenne. Ils contiennent des outils et des conseils pertinents pour affiner son esprit critique.

⁵ « Facts, Alternative Facts, and Fact Checking in Times of Post-Truth Politics » Oscar Barrera Rodriguez, Paris School of Economics, Sergei M. Guriev, Sciences Po, Emeric Henry, Sciences Po, Ekaterina Zhuravskaya, Paris School of Economics, 24 Sep 2018 https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3004631

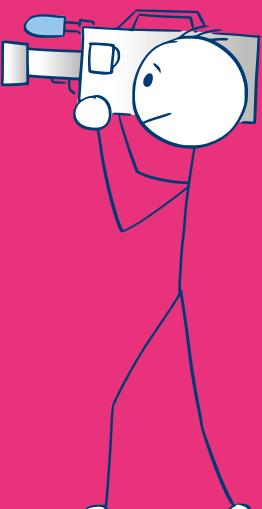
À l'école et dans les autres structures d'éducation

Au-delà des conseils cités plus haut, la lutte contre la désinformation passe par une approche plus globale d'éducation aux médias. Il convient de sensibiliser les jeunes aux logiques de diffusion de l'information sur les réseaux sociaux, de les encourager à varier leurs sources d'information et à aiguiser leur esprit critique (lire aussi dans la collection Repères : « Comment s'y retrouver dans le flux d'informations sur Internet »). Sans être un expert des questions médiatiques, il est tout à fait possible de s'outiller pour accompagner les jeunes dans cette démarche :

- documentez-vous. La lutte contre la désinformation est un enjeu d'intérêt général. Sur internet, on trouve aisément des articles et des tutoriels de qualité destinés aux jeunes et/ou aux professionnels qui les encadrent. Les sites de fact-checking sont les premiers à proposer des ressources utiles ;
- formez-vous tout au long de votre carrière. Le CSEM recense sur son site les offres de formations en éducation aux médias mises à disposition des enseignants et des éducateurs ;
- invitez un expert. Différentes structures, également répertoriées sur le site du CSEM, proposent des animations pour le jeune public. Par ailleurs, l'opération « Journalistes en classe » est l'occasion de faire venir un professionnel pour raconter son métier. La RTBF propose des visites et des ateliers interactifs pour les écoles.
- encouragez les jeunes à consulter aussi des médias d'information professionnels. Accessible aux écoles primaires et secondaires, l'opération « Ouvrir mon quotidien » permet d'obtenir gratuitement des journaux accompagnés d'outils pédagogiques.
- Comprendre comment l'information se construit est une bonne façon d'aborder des concepts comme la vérification des sources, la distinction entre faits et opinions, etc. Pour aller plus loin, n'hésitez pas à tester ces principes avec les jeunes que vous encadrez en organisant un atelier d'écriture, de radio ou de vidéo.



Petit dico de l'info tronquée

- 
- **Mésinformation** : contrairement à la désinformation, la mésinformation n'a pas pour objectif de tromper. C'est le manque de rigueur intellectuelle ou de connaissances sur un sujet donné qui conduisent à cette mauvaise information.
 - **Biais cognitifs** : le cerveau et notre mode de pensée ne sont pas infaillibles. Des centaines de mécanismes inconscients peuvent altérer nos jugements. Le biais de confirmation, par exemple, nous pousse à ignorer les arguments contraires à nos croyances.
 - **Bulle de filters** : l'expression a été forgée pour critiquer le fait que les réseaux sociaux et les moteurs de recherche sélectionnent, via des algorithmes, les contenus supposés nous intéresser. Le risque est de contribuer à appauvrir notre vision du monde, à nous conforter dans nos certitudes et à favoriser notre intolérance face aux avis contraires au nôtre.
 - **Usines à trolls** : dans l'argot du web, un « troll » désigne une personne qui perturbe le débat en créant la polémique. À côté des individus qui agissent de façon isolée, on parle d'usines ou d'armées de trolls pour désigner des équipes engagées par des États pour diffuser des faux commentaires ou des fake news.
 - **Bot** : abréviation de robot. Les fake news peuvent être disséminées par des social bots, des faux profils gérés par des logiciels programmés pour publier des messages sur les réseaux sociaux.

Ressources en ligne

Outils pour vérifier l'information

Sans être exhaustif, on peut citer les ressources suivantes :

Vérifier sur un site de fact-checking :

- Hoaxkiller www.hoaxkiller.fr
- Hoaxbuster www.hoaxbuster.com rassemble une communauté très active sur Facebook www.facebook.com/groups/hoaxbuster.groupe/
- Désintox est le site de fact-checking du quotidien français Libération www.liberation.fr/desintox
- Les décodeurs est le site de fact-checking du quotidien français Le Monde www.lemonde.fr/les-decodeurs
- Crosscheck <https://crosscheck.firstdraftnews.org/france-fr/> est un projet collaboratif financé par Google qui rassemble les rédactions de plusieurs médias français et des étudiants en journalisme pour enquêter sur les contenus soumis par les internautes

Vérifier une photo ou une vidéo :

- Les moteurs de recherche inversée d'images comme Tine Eye www.tineye.com et Google Reverse Image permettent de vérifier si une photo a déjà été utilisée dans un autre contexte que celui présenté. Pour la vidéo, le Youtube data viewer d'Amnesty international <https://citizenevidence.amnestyusa.org> et InVid www.invid-project.eu proposent le même service.
- Des recherches sur [Google Map](#) ou [Wikimapia](#) permettent de comparer si les lieux représentés sur une photo ou une vidéo correspondent bien à la réalité.
- Des logiciels comme [Iztru](#) ou [FotoForensics](#) permettent de déceler si une image a été manipulée avec un logiciel. Toutefois, ces outils ne font pas toujours la différence entre une retouche esthétique et un trucage mensonger.

Vérifier le nombre de manifestants :

- [Mapchecking.com](#) permet d'estimer le nombre maximum possible de manifestants pouvant occuper un espace public

Vérifier dans l'urgence

En situation de crise, les réseaux sociaux sont surchargés d'informations souvent contradictoires.

Bien qu'il s'adresse principalement aux journalistes et aux travailleurs humanitaires, le « Guide de vérification » édité par le Centre européen de journalisme (EJC) peut être utilisé par tous les internautes http://verificationhandbook.com/book_fr/

Ressources en ligne

Ressources en matière d'éducation aux médias

Penser critique

Le site www.penser-critique.be présente des centaines de ressources numériques, classées par thèmes, concernant la transmission de la démarche critique et la lutte contre la désinformation. L'originalité de sa démarche réside dans son approche généraliste, ne se centrant pas sur une thématique en particulier (propagande, canulars, complotisme, sécurité informatique, etc.).

À l'origine à destination des professionnels de l'éducation, il se veut néanmoins accessible à tous. Le site est complété par la page Facebook : www.facebook.com/PenserCritique/

Journalistes en classe

Comment travaillent les journalistes ? Quelles sont leurs contraintes selon qu'ils collaborent à la presse écrite, la radio ou la télévision ? Quelles sont les démarches et principes essentiels en journalisme ? Ces questions sont souvent posées par les élèves qui bénéficient de l'opération «Journalistes en classe», organisée par l'Association des journalistes professionnels (AJP) et soutenue par la Communauté française. Elles concernent aussi le grand public, soucieux de comprendre le système médiatique. <http://www.ajp.be/jec>

RTBF

Les activités RTBF Inside (visites thématiques) et RTBF Lab (ateliers interactifs) se développent sur trois sites de la RTBF : à Bruxelles, Liège et Marcinelle. Les visites guidées thématiques et les ateliers RTBF Lab plus particulièrement reposent sur six axes pédagogiques. Ils visent à développer

l'esprit critique et la responsabilité citoyenne des participants en les amenant à réfléchir sur les contenus médiatiques et en les confrontant à la pratique. Chaque atelier propose une tâche spécifique à réaliser et vise des objectifs pédagogiques précis. Ils permettent aux participants de se positionner en tant que producteur de messages et en tant que récepteur de messages. https://www.rtbf.be/entreprise/contact-et-question/visites-guidees-et-ateliers/detail_visite-guidee-et-stage?id=9309390

Ouvrir mon quotidien

La presse écrite est un auxiliaire d'apprentissage privilégié pour des compétences comme la lecture, l'écriture, la recherche de documentation, le débat d'idées, l'argumentation, la citoyenneté, etc. L'Association LAPRESSE.be permet aux classes de 6e primaire et aux écoles secondaires inscrites de recevoir gratuitement une série de journaux de la presse belge francophone. Des formations continuées à l'usage de la presse écrite en classe, ainsi que des outils pédagogiques en ligne sont également disponibles. <https://www.lapresse.be/ouvrir-mon-quotidien/>

Média animation

Média animation propose un outil en ligne pour déconstruire les théories du complot. Conçu comme un dispositif au service des animateurs et éducateurs, cet outil en ligne invite à décoder les rumeurs, les propagandes de désinformation et l'hyperméfiance vis-à-vis des médias. <http://www.theories-ducomplot.be/>

Les dossiers de la collection « Repères » ont pour objectifs d'informer et d'outiller, de façon succincte et concrète, les parents et les professionnels de l'éducation.

Parmi les thèmes traités :

- | | |
|-------------------------|----------------------|
| le cyberharcèlement | l'identité numérique |
| la liberté d'expression | la désinformation |
| s'informer en ligne | Big data |

2019 – Les ressources proposées dans cet ouvrage sont correctes à la date de parution.

Retrouvez tous nos dossiers sur

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

conseil supérieur
de l'éducation
aux médias

CSEM

Une initiative du Conseil supérieur de l'éducation aux médias

CSEM
Boulevard Léopold II, 44-6E635
1080 Bruxelles
www.csem.be – csem@cfwb.be

