

Cours Athénée – Année 2
Parcours Fragilités et lien social
Cours 4 : « Lutter contre la mésinformation »

Internet et les réseaux sociaux ont donné aux entreprises de désinformation un écho et une visibilité sans précédent.

Sur nos fils d'actualités, les contributions des internautes lambda occupent le même espace que celles des agences de presse et des médias professionnels.

On comptait en 2020 + de 4.5 milliards d'internautes et 3.8 milliards d'utilisateurs des réseaux sociaux dans le monde.

Chaque minute, 500 heures de vidéos sont uploadées/téléchargées sur Youtube.

Chaque minute, + de 40 millions de messages sont échangés sur les messageries instantanées WhatsApp et Facebook Messenger.

Sur internet et les réseaux sociaux, tout le monde peut poster, commenter, partager. Ce sont de formidables outils pour s'informer, s'exprimer librement et communiquer avec les autres. Pourtant, nous trouvons des millions de contenus générés par des utilisateurs qui ne sont pas des professionnels de l'information.

Apprendre à faire le tri entre informations fiables et infox – contraction d'information et d'intoxication – rumeurs, canulars s'est complexifié. La majorité des ados s'informent sur les réseaux sociaux et sont donc plus particulièrement exposés et vulnérables. Pour autant, ils ne sont pas crédules. Les internautes + âgés et + politisés partagent 7 x plus de fausses nouvelles sur Facebook que les 18-29 ans¹.

Comment s'informent les français ?

- TV : 46%
- Internet : 34%
- Radio : 14%
- Presse écrite : 5%
- Pas de réponse : 1%

Oui mais...

- **Chez les - de 35 ans, 66% choisissent d'abord Internet et 26% la TV**
- **Chez les + de 35 ans, 52% choisissent d'abord la TV et 23% Internet**

Génération « Réseaux sociaux »

- Les ¾ des - de 35 ans consultent quotidiennement l'actu via les réseaux sociaux : Facebook, YouTube, Instagram,...
- Ces réseaux proposent une information partagée et ciblée

Les collégiens

- 87% des 10-15 ans possèdent un smartphone dont 65% dès la 6^{ème}
- Le smartphone est le principal écran des adolescents
- Ecran « intime », l'adulte a du mal à contrôler ce qu'il regarde
- L'ado perçoit son smartphone comme une extension de lui-même

A l'heure de la post-vérité, quand les croyances priment sur les faits, comment trouver l'antidote qui redonnera le goût du vrai ?

¹ A. Drew, J. Nagler et J. Tucker, « less than you think : prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook », Sciences Advance, 9 janvier 2019
jeudi 9 février 2023

L'épidémie des fausses informations s'est accélérée avec la crise sanitaire, qualifiée d'« infodémie » par l'OMS, Organisation Mondiale de la Santé. Comment y faire face et aider tous les citoyens à aiguïser leur esprit critique ?

Il est important de comprendre la mécanique pour s'en prémunir.

Durant notre parcours, nous aborderons d'abord la fabrication des fake news : de quoi s'agit-il exactement ? Puis nous verrons, dans un deuxième temps, leur diffusion et le pouvoir des images en la matière. Enfin, nous essayerons de dégager des solutions pour s'en prémunir.

Partie I – La fabrication des fake news

Qu'appelle-t-on, au fond, « fake news » que l'on peut traduire par « fausses nouvelles », « fausses informations » ou « infox » ? //

De l'anglais « Fake » = « faux » et de « news » = « nouvelles »

A – Les définitions

Le terme « information » vient du latin « informare » qui veut dire « donner une structure, transmettre des connaissances, des renseignements ». Elle peut constituer le « mètre étalon » ou la référence par rapport à ce qui constitue une déviance plus ou moins importante, relevant alors de la mésinformation ou de la désinformation.

L'information désigne à la fois le message ou contenu à communiquer, les symboles utilisés pour l'écrire et les cibles que l'on cherche à atteindre. Il y a une intention de communication. Pour un journaliste, elle a 3 aspects :

- Elle rompt l'ordre habituel des choses
- Elle repose sur des faits établis
- Elle est vérifiée avant d'être diffusée

Une information est un fait sélectionné, vérifié, hiérarchisé et raconté.

Le terme d'« **infox** » est composé de 2 mots : « information » et « intoxication ». il désigne « une information mensongère ou délibérément biaisée, répandue par exemple pour favoriser un parti politique au détriment d'un autre, pour entacher la réputation d'une personnalité ou d'une entreprise, ou encore pour contredire une vérité scientifique établie. »²

La **mésinformation** est une mauvaise information, qualitativement imparfaite en raison d'erreurs de différentes natures :

- Précipitation et absence de vérification
- Superficialité du traitement et incomplétude
- Non actualisation de contenus et obsolescence
- Faux pour faire rire

Cependant, elle n'est pas liée à une intention de tromper. Ex : le Gorafi

La **désinformation** est l'utilisation des techniques de l'information de masse pour induire en erreur, cacher ou travestir des faits. C'est un processus de communication qui consiste à utiliser les médias de masse, dont les réseaux sociaux, pour transmettre des informations partiellement ou totalement erronées dans le but de tromper ou d'influencer l'opinion publique et de l'amener à agir dans une certaine direction.

² Commission d'enrichissement de la langue française, 2018
jeudi 9 février 2023

Il est donc important d'apprendre à retrouver dans le flux massif d'information, ce qui relève de la mauvaise ou de la fausse information.

« Le faux a son vaste nuancier, et pour quiconque s'intéresse aux faits, ces nuances sont précieuses. » William Audureau³

En 2017, Claire Wardle⁴ explicite une classification qui permet de mettre de l'ordre dans le désordre de la désinformation⁵. 3 éléments doivent être pris en compte pour comprendre l'actuel système de l'information :

- Différents types de contenus
- Motivations
- Modes de diffusion

Elle identifie 7 types de mésinformation ou de désinformation :

- Satire ou parodie
- Contenu trompeur
- Contenu fallacieux
- Contenu fabriqué
- Liens erronés
- Faux contexte
- Contenu manipulé

Elle publie en 2019 un guide relatif à l' « information disorder » ou « trouble de l'information » qui élargit le paysage avec la « malinformation » ou information authentique partagée avec l'intention de nuire et d'endommager la réputation des personnes visées.

Pour ne pas être soi-même trompé et partager des infox, il faut apprendre à les identifier. Il faut réfléchir à ce que l'on ressent en regardant une image, en lisant une légende ou en écoutant un son. Il faut se demander quel est le but de ceux qui les propagent.

B – Les 10 dates clés des Fake News

Pour aborder le thème, il faut travailler sur une terminologie qui a évolué au fil des années et avec les avancées technologiques permettant leur fabrication et leur diffusion.

- VI^{ème} siècle av JC : Gagner une guerre en mentant. Pour le général chinois Sun Tzu, il est indispensable pour gagner un conflit de bien mentir, c'est-à-dire d'inventer de fausses informations qui ont l'air vraies.
- Moyen-âge : on parle de « rumor », vers le XIII, ce qui signifie « bruit qui court » : en empruntant des voies formelles, c'est une nouvelle qui se répand mais l'origine et la véracité ne sont pas certaines.
 - o « bruit commun » : c'est une bruit produit par un grand nombre de personnes
 - o « bruit critique » : ce sont les protestations pouvant conduire à la révolte.

Exemple : le mythe du complot juif contre la société chrétienne. En 1321, en Aquitaine, ce motif constitue autour de la fausse accusation d'empoisonnement des fontaines et des puis par les juifs⁶.

- XVIII : le terme « canard » désigne une fausse nouvelle parue dans la presse alors qu'auparavant cela désignait la publication diffusée par un colporteur et traitant d'un fait divers. Ils étaient des feuilles vendues à la criée dans les rues de Paris, décrivant des faits divers

³ Article « pourquoi il faut arrêter de parler de « fake news » », Le Monde, 31 janvier 2017.

⁴ Chercheuse à l'université de Harvard et directrice exécutive de First Draft (collectif d'experts œuvrant dans la lutte contre la désinformation)

⁵ Article « Fake news, la complexité de la désinformation », First Draft News, 17 mai 2017

⁶ Pierre-André Taguieff, « court traité de complotologie », Paris, Mille et une nuits, 2013
jeudi 9 février 2023

imaginaires, comme, vers 1780, la capture d'un monstre chimérique au Chili. ces «canards» constituent une «version» ancienne des «fake news».

-
- 29 juillet 1881 : publication de la loi sur la liberté de la presse où apparaît la notion de « fausse nouvelle » dans un cadre juridique. On la retrouve également dans le code pénal, le code électoral et le code monétaire. Elle a été complétée par la loi Pleven (1970) et la loi Gaysot (1990).
- La Première Guerre mondiale, comme en témoigne l'historien Marc Bloch par la suite, est un moment aigu d'inflation des fausses nouvelles (les « bobards » en France : celles-ci sont diffusées par les puissances belligérantes bien évidemment, mais également par les soldats entre eux.
- 2018 : le terme « fake news » apparaît dans le palmarès des mots les plus employés par les médias. Le mot est remplacé par « infox » au Journal Officiel du 4 octobre 2018. Le 22 décembre 2018 : promulgation de la loi contre la manipulation de l'information, appelée « loi fake news » ou « loi infox »
- 2019 : apparition des « shallow fakes », techniques de montage. Joe Biden en a été victime lors de la campagne présidentielle.

C – Approche culturelle du faux

La question des Fake news est une réalité prégnante du XXI. Mais il est important de comprendre que les notions de vérification, de croisement des sources sont anciennes et que les questions du vrai, du faux, de l'expérimentation scientifique comme méthode de vérification, de la promotion de l'esprit critique traversent les époques et les genres culturels.

Reprendre le texte de « La dent d'or » : récit amusant à visée argumentative. L'auteur se moque des pseudo-savants qui n'utilisent pas les méthodes expérimentales pour vérifier le phénomène et qui ne s'intéressent pas aux causes de celui-ci par manque de rigueur, échafaudant au contraire des théories farfelues ou mystiques. Il critique également ceux qui se satisfont de compiler les « faux » travaux des autres.

Nous accordons parfois plus de confiance à des phénomènes qui ne sont pas avérés parce qu'ils confortent nos opinions et nos croyances (les biais cognitifs) qu'à des phénomènes existants dont nous ne savons pas expliquer la cause.

On peut faire un parallèle avec la façon dont les approximations voire les fake news relatives à la Covid-19 ont pu se propager. Les intervenants, présentés comme des « experts » dans le domaine de la santé qui ont envahis les plateaux TV et les antennes des médias d'information ne nous ont pas toujours permis d'y voir très clair tant les débats y ont été contradictoires.

Outre la littérature, le cinéma aussi traite de ce qui n'est qu'illusion/apparence et se fonde sur la fiction. Le documentaire possède des frontières assez floues entre réel et fiction. Il rend compte du réel mais utilise les techniques voire les codes de la fiction.

Ex : Opération Lune, « vrai-faux documentaire »⁷ / il accrédite la thèse selon laquelle la mission Apollon 11 serait une immense supercherie. Il même alors des vidéos et archives d'époque avec des interventions de comédiens.

Partie II – La diffusion des fake news

⁷ William Karel, 2002
jeudi 9 février 2023

Comme nous l'avons vu, les fausses nouvelles ont toujours existé mais elles ont pris une nouvelle ampleur, notamment via les réseaux sociaux qui les diffusent et les démultiplient à l'infini en quelques secondes.

Nous, public, nous jouons un rôle important en nous montrant réceptifs et actifs dans la circulation de l'information, vraie ou fausse. Nous devons être vigilants notamment lors de certaines périodes propices à la propagation de fausses informations.

Il nous arrive de faire des erreurs de raisonnement sans nous en rendre compte : nos sens et notre mémoire nous trompent. Notre cerveau « bugge ». C'est ce qu'on appelle les biais cognitifs.

A ce titre, les images conservent bien leur pouvoir de fascination et de raccourci. Elles sont ainsi des supports efficaces de diffusion des Fake news.

A – Le pouvoir des images

Confucius aurait dit : « Une image vaut mille mots »

Saisi immédiatement par le cerveau humain, l'image porte en elle-même comme une évidence.

Dès l'Antiquité, des philosophes comme Platon ont réfléchi à la force des images et l'ont souvent combattue. Ainsi, pour eux, le monde visible n'est qu'une réplique grossière et illusoire du monde des idées (seule et unique vérité).

Cependant, la force des images ne fait aucun doute et cela dès le IV^e avant JC.

315 av JC : L'allégorie de la caverne est une allégorie exposée par Platon dans La République. Elle expose en termes imagés les conditions d'accession de l'homme à la connaissance du Bien, au sens métaphysique du terme, ainsi que la non moins difficile transmission de cette connaissance. L'allégorie met en scène des hommes enchaînés et immobilisés dans une caverne. Ils tournent le dos à l'entrée et voient non pas des objets, mais les ombres des objets qui sont projetées contre le mur. Ils croient voir la vérité, alors qu'ils n'en voient qu'une apparence.

L'invention de la photographie en 1839 a transformé notre rapport à l'image qui accède à un rang quasi-scientifique de preuve du réel, de témoignage de la réalité passée ou présente. Ex : création de la photo d'archives.

Mais la photo a également la capacité d'ajuster la réalité du monde, de la corriger voire de la raccommoier.

Ex : travail d'Agnès Geoffray avec la série « Incidental Gestures ». Il s'articule autour de la violence et de ses représentations. Il relève ainsi la potentialité dramatique de toute image. Elle interroge l'aura d'authenticité de la photo à travers la pratique de la retouche. Elle ne travaille qu'à partir d'images préexistantes, des photos d'archives. Elle souhaite mettre en lumière toutes les manipulations qui font basculer des images préexistantes vers un nouveau réel. Une même image, un même geste, voit son potentiel dramatique s'accroître ou s'estomper. Une reconstruction : des histoires et de l'Histoire, interrogeant par la même notion de victime. Par la retouche, une victime se voit restituer une dignité, ou au contraire, un protagoniste se voit destitué de sa grandeur mise en scène, se transmuant en victime potentielle. // Régimes totalitaires : photos = instruments de pouvoir. La propagande fait partie d'ailleurs de la typologie des Fake news.

Dans notre société d'hypermédiatisation, l'image a pris une nouvelle ampleur. Nous avons des capacités infinies d'en produire de nouvelles et de les diffuser massivement. Nous vivons dans un monde de plus en plus virtuel où les images tiennent lieu de réalité.

Or l'image est un espace potentiel de construction, de trucage et de détournement. Nos outils numériques sont de plus en plus sophistiqués et permettent à chacun de retravailler les images. Les fausses informations circulent ainsi à travers des milliers de photos ou vidéos montées de toute pièce.

Des distances élastiques : suivant l'endroit où est positionné le photographe, on aura une perception différente des distances entre les personnes et les objets.

Cette image truquée, retravaillée peut servir comme support aux fake news qui circulent sur internet. Mais elle peut aussi devenir un objet artistique, faire apparaître de nouveaux mondes.

Ex : Œuvre de Joan Fontcuberta, « Orogenesis ». Il part d'œuvres d'art célèbres et les réinterprète à l'aide d'un logiciel d'images de synthèse. Par ce stratagème, il questionne notre perception des images qui seraient censées refléter la réalité.

Ouverture avec l'Open AI

OpenAI (« AI » pour artificial intelligence, ou intelligence artificielle) est une entreprise spécialisée dans le raisonnement artificiel, à « but lucratif plafonné » dont le siège social est à San Francisco. Avant mars 2019, elle est reconnue association à but non lucratif. L'objectif de cette société est de promouvoir et de développer un raisonnement artificiel à visage humain qui profitera à toute l'humanité¹. Grâce à un fonds initial de 100 millions de dollars, OpenAI cherche à s'associer à quelques startups utilisant le raisonnement artificiel pour avoir un effet transformateur, par exemple dans les domaines des soins de santé, du changement climatique et de l'éducation et « où les outils d'IA peuvent autonomiser les gens en les aidant à être plus productifs »².

En 2023, la société OpenAI est valorisée à 29 milliards de dollars américains³.

B – Les mécanismes du faux

Suite à la victoire de Donald Trump en 2016, l'expression « Fake News » s'est rapidement répandue. Sa circulation rapide traduit une réelle popularité de ce syntagme.

Or le terme « Fake News » ne désigne pas qu'une seule dimension du faux mais plusieurs. Le point commun des fausses informations est leur vecteur, leur support : Internet. Les « tuyaux » empruntés sont neutres mais ils permettent une viralité, une vitesse de propagation qui n'existait pas au temps de la « rumeur d'Orléans⁸ ».

« La rumeur d'Orléans » : Une rumeur étrange (la disparition de jeunes filles dans les salons d'essayage de commerçants juifs) s'est répandue, sans qu'il y ait la moindre disparition, dans la ville dont le nom symbolise la mesure et l'équilibre : Orléans. Edgar Morin et une équipe de chercheurs ont mené l'enquête sur place. Pourquoi Orléans ? Pourquoi des Juifs ? Pourquoi et comment se propage une rumeur ? Cette rumeur véhicule-t-elle un mythe ? Quel est ce mythe et que nous dit-il sur notre culture et sur nous-mêmes ? Des questions se posent : un antisémitisme jusqu'alors latent s'est-il à nouveau éveillé ? N'y a-t-il pas, dans nos cités modernes, un nouveau Moyen Âge qui ne demande qu'à surgir à tout moment ?

Une fausse information peut être partagée instantanément et diffusée à des milliers de personnes. Aujourd'hui, une fausse nouvelle est partagée 6 fois plus rapidement qu'une information vérifiée et peut toucher jusqu'à 100 000 personnes.⁹

Depuis l'apparition d'internet, on assiste à une massification de l'information. Mais comment faire le tri, démêler le vrai du faux ?

Nous sommes plus facilement tentés de composer notre propre vision du monde grâce à cette offre pléthorique. Toutes les conditions sont réunies pour que ce biais cognitif appelé « **biais de confirmation** » détourne les individus de la vérité.

⁸ Edgar Morin, « La rumeur d'Orléans », Editions du Seuil, 1969

⁹ Télérama, « une fake news se répand 6 fois plus vite qu'une vraie nouvelle »
jeudi 9 février 2023

Nous avons tendance à ne consulter que les informations épousant nos sensibilités. Les algorithmes contribuent à filtrer discrètement les contenus visibles des internautes en s'appuyant sur différentes données collectées sur eux. Nous nous enfermons alors progressivement dans des bulles informationnelles et notre libre arbitre en devient limité.

Dans les années 2010, est né le concept de « **bulle de filtres** ». Cela désigne à la fois le filtrage de l'information parvenant aux internautes par différents filtres et l'état d'isolement intellectuel et culturel dans lequel ils se trouvent, quand les informations qu'ils recherchent sur internet résultent d'une personnalisation mise en place à leur insu.

Pour autant, le bulle est parfois créé par nous, par un mécanisme typique de reproduction sociale. Le vrai filtre peut être vu comme le choix de nos amis plus que comme l'algorithme de Facebook.

La circulation des fausses informations a des conséquences directes sur le fonctionnement de la publique et des démocraties, notamment lors des élections. Le véritable enjeu de la circulation de ces contenus problématiques réside dans la volonté de réguler l'information, en particulier sur les réseaux sociaux.

Des plateformes telles que Facebook, Twitter, Instagram ou encore YouTube ont des responsabilités. Elles ne considèrent pas la véracité ou l'objectivité des sites d'informations comme des critères prioritaires dans le classement qu'elles opèrent. Elles se focalisent uniquement sur l'engagement.

Mais la pression s'intensifie sur ces acteurs de l'économie numérique pour qu'une régulation soit instaurée.

Les plateformes ont alors opté pour plus de transparence et ont mis en place un arsenal de mesures pour lutter plus efficacement contre la désinformation et les faux comptes.

En 2019, pour les élections européennes, les plateformes ont développée de nouvelles fonctionnalités pour contrer les fausses informations. Ils ont également supprimés des milliers de faux comptes.

Ex : Facebook assure avoir supprimé 5.4 milliards de faux compte en 2019.

Partie III – Les solutions

Mensonges, rumeurs, tromperies, manipulations...Quels réflexes pour éviter de se faire piéger ?

A – Panorama des Fact Checking

La vérification de l'information constitue une des étapes de base du travail journalistique. Très tôt, un dispositif de « fact checking » a été mis en place pour vérifier à la fois les contenus informationnels circulant sur le web et pour mettre à disposition du public des ressources utiles pour s'y retrouver.

Le terme anglais « fact-checking » ou « vérification des faits » désigne la méthodologie employée par les journalistes pour s'assurer de l'exactitude d'une information.

Les précurseurs :

- **Libération**, « Désintox », depuis 2008 / sous forme de rubrique à l'époque, elle est devenue depuis une vidéo d'animation de 1mn30 et est devenue la rubrique « Checknews » dans le quotidien. Cela est présenté comme un service aux lecteurs : « posez vos questions, nous prendrons le temps d'enquêter avant de vous répondre »
- **Le Monde**, « Les Décodeurs », depuis 2009 / sous forme de blog à l'époque, devenue une rubrique à part entière sur le site du Monde.fr. Son but est de « passer au crible les propos des hommes et des femmes publiques pour y démêler le vrai du faux ». Puis développement en 2017 du Décodex, outil proposant une évaluation au niveau de fiabilité de l'information.
- **France 24**, Les Observateurs, depuis 2007 / espace de vérification contributif et mise à disposition des outils pour le grand public
- **France Info**, « Vrai ou Fake ? »

- **20 minutes**, « Fake-off », depuis 2017

Vérification en amont et contrôle a posteriori :

- L'univers informationnel a beaucoup évolué entre le XX et XXI : le volume d'informations produites et diffusées est accru et la vérification inhérente à tout travail journalistique + vérification de contenus non journalistiques.
Ex : L. Bigot : « l'appellation fact checking a opéré un glissement pour désigner, non plus la vérification exhaustive et systématique des contenus journalistiques a priori, mais le contrôle ponctuel de citations publiques a posteriori. Si bien que sous une même dénomination, plutôt flatteuse et fortement crédible, s'opère aujourd'hui un exercice sensiblement différent de celui des origines.¹⁰ »
- L'Agence France Presse déploie un important dispositif de vérification avec environ 100 journalistes mobilisés, accompagnés d'experts. Ex : G. Lemarchand : « la détection des fausses informations est essentiellement manuelle et humaine. Les infox ne sont pas forcément techniquement très sophistiquées. Il circule davantage de photomontages grossiers que de deepfakes.¹¹ ». La vérification de l'information et le fact checking constituent un des axes majeurs de l'agence de presse. Ex : 3000 vérifications par mois mais 100 millions d'informations par jour de publier !
- L'infox fait le buzz par son côté spectaculaire mais les démentis apportés ont souvent peu d'impacts auprès du grand public. L'idée est de vérifier les contenus et de limiter leur diffusion. En septembre 2020, une charte pour la traçabilité de l'information a été signée par les membres de l'Alliance de la presse soit plus de 30 signataires, représentant 60 titres de presse. Le but est d'expliquer à leurs lecteurs d'où vient l'information en l'attribuant au média qui l'a révélé.

Si la question de la modération date des premiers espaces de discussion sur Internet, les plateformes privées n'ont jamais montré un enthousiasme extraordinaire à s'en préoccuper.

Même si la plupart d'entre elles proposent des systèmes de signalement des contenus problématiques, leur traitement est le plus souvent insuffisant, oscillant entre sévérité (parfois extrême) et laxisme total, le tout dans une grande opacité.

Autorégulation et régulation par l'Etat :

- Divina Frau-Meigs considère que : « les fake news peuvent être contrées à 2 moments de leur flux : à la source, lors de leur production ou à la sortie, lors de leur consommation. En amont, l'autorégulation est la solution mise en œuvre par le secteur privé, tandis que la régulation est l'orientation privilégiée par le secteur public. »¹²
- Naissance du dispositif « CrossCheck » en février 2017 pour vérifier les informations avec les élections françaises en ligne de mire.
- L'autorégulation est imposée aux plateformes qui doivent ainsi contrôler leurs contenus malgré leur statut d'hébergeurs. Leur collaboration avec les entreprises médiatiques de fact checking s'est généralisée.
- La régulation est opérée via le cadre législatif où l'on impose aux plateformes un contrôle, surtout en période de campagne électorale. Le CSA contrôle l'efficacité des mesures prises par les plateformes.
- L'éducation aux médias et à l'information, la maîtrise des compétences informationnelles, médiatiques et numériques ont été reconnues par tous comme solution de prévention

¹⁰ L. Bigot, « Le fact checking ou la réinvention d'une pratique de vérification », Communication et langages, vol.2, n°192, 2017, p.131-156

¹¹ G. Lemarchand, « Avec la pandémie, une épidémie de fake news », 10^{ème} édition des Tribunes de la presse, 26/11/202, Bordeaux

¹² D. Frau-Meigs, « Faut-il avoir peur des fake news ? », Paris, La documentation française, 2019

permettant de ne pas être perméable à la désinformation. Le code de l'éducation a été modifié en ce sens. Mais il faut généraliser ces pratiques.

Depuis la fin de la présidence de Donald Trump, les réseaux sociaux ont opéré un certain virage. En janvier 2021, Twitter a supprimé définitivement le compte de l'ex-président des USA. Mais cet acte brutal a été réalisé dans le plus grand secret des bureaux de la plateforme...

Le compte Twitter de Donald Trump est de nouveau accessible. « *Le peuple s'est exprimé. Trump va être rétabli* », a tweeté, dimanche 20 novembre, Elon Musk le nouveau patron de Twitter, après avoir lancé un sondage à ce sujet auprès de ses abonnés.

Plus de quinze millions ont répondu et 51,8 % ont voté en faveur du oui au retour de l'homme politique républicain sur la plate-forme, d'où il avait été banni après l'assaut du Capitole par ses partisans à Washington, en janvier 2021, en raison d'un « *risque de nouvelles incitations à la violence* ».

Comme nous l'avons vu plutôt, en France, la loi du 29 juillet 1881 sur la censure dans tout support écrit. Or, pour poursuivre les auteurs, la pratique est plus complexe puisqu'il s'agit de retrouver leur véritable identité. Ceci implique alors une réelle collaboration du réseau social qui a son siège à l'étranger et des services sous-dimensionnés à cet égard.

Afin de lutter contre les messages de haine, les réseaux sociaux et les sites d'informations ont mis à disposition de leurs utilisateurs des outils permettant de signaler des contenus qu'ils jugent haineux, afin qu'ils soient supprimés.

En France, il vous est aussi possible de signaler tout contenu que vous jugez illicite sur internet en vous rendant sur la plateforme du ministère de l'Intérieur « Pharos ».

La loi du 24 juin 2020 visant à lutter contre les contenus haineux sur internet, dite « loi Avia », impose aux plateformes numériques la suppression des contenus haineux dans un délai de 24 heures. Dans le même temps, l'observatoire de la haine en ligne, rattaché au conseil supérieur de l'audiovisuel a été instauré par l'article 16 de la loi du 24 juin 2020, visant à lutter contre les contenus haineux sur internet. Il a pour but d'analyser et quantifier le phénomène de haine en ligne en France.

Question des fournisseurs internet : quel rôle jouent-ils ?

Ex : pays avec censure // jeu Minecraft

B – Réagir et agir face aux fake news

Comme nous l'avons vu, l'année 2016 a mis en lumière le mot « fake news ». Elles sont devenues un véritable phénomène sociétal et un sujet de préoccupation. Elles suscitent interrogations et débats.

« Fake news » peut être vu comme un mot valise recouvrant des mécanismes anciens de désinformation et de manipulation de l'information. Le phénomène de la désinformation s'est tellement complexifié depuis.

Cependant, les fake news sont une réalité durable et la lutte contre la désinformation un enjeu de citoyenneté.

Ne pas céder à la « panique morale » :

- Le terme « panique morale » a été inventé en 1972 par Stanley Cohen. Cela désigne la peur disproportionnée des médias et d'une partie de la population face à la transformation induite par tout changement technologique, perçue comme un grand danger.
- Selon Divina Frau-Meigs, « la panique fake news suit le même déroulement cyclique que d'autres paniques médiatiques avant elle, comme celle autour du lien potentiel entre le visionnage des contenus et le développement de comportement à risques ». Cette panique est

nourrie par une couverture médiatique importante. Il est alors impératif de relativiser la portée de ce phénomène.

- De plus, les plus gros consommateurs de fake news ne sont pas les plus jeunes mais les plus âgés des internautes. Il faut comprendre les contours et les enjeux d'un tel phénomène.

Former l'esprit critique :

- Des habitudes de questionnement critique doivent être développées en fournissant les bons outils et les bonnes clés pour se construire un jugement autonome dans une société de l'information et de la communication.
- C'est la méthode du questionnement :
 - o Q : quoi
 - o Q : qui
 - o O : où
 - o Q : quand
 - o C : comment
 - o C : combien
 - o P : pourquoi

Bien souvent, nous ne prenons pas le temps nécessaire pour observer, réfléchir ou encore vérifier. Les fausses informations intentionnelles jouent sur nos émotions et cherchent à faire réagir : cliquer, liker, partager. C'est sur nos réactions instantanées que comptent ceux qui cherchent à susciter l'émotion pour s'assurer une diffusion rapide et massive de leurs contenus. Liker, c'est déjà participer à la viralité.

C – Petite méthodologie des questions à se poser face à un contenu sur le web

Il suffit de quelques secondes pour observer attentivement une image, réfléchir au sens de la légende qui l'accompagne ou encore écouter le son d'une vidéo pour se rendre compte d'une incohérence.

1. Dois-je avoir une réponse au problème posé, immédiatement ? ex : Notre Dame brûle.
2. Une information donnée sur le web par un inconnu est par défaut + fausse que vraie.
3. Si la source relève du compte d'une personne ou est sous pseudonyme, il faut vérifier la notoriété de l'émetteur : combien de gens le suivent ? qui sont-ils ? Quels types de publications émanent du compte et de ceux qui le suivent ? le compte est-il certifié avec un petit macaron bleu à droite du nom ?
4. Se méfier des informations anxiogènes et spectaculaires qui s'avèrent fréquemment être des rumeurs.
5. Se fier plutôt à des médias reconnus et à des journalistes identifiés
6. Attendre que plusieurs médias d'information donnent une version concordante des faits pour les considérer comme établis. Le principe de base est de recouper.
7. Une photo n'est pas une preuve. Il suffit parfois de changer la légende pour orienter son interprétation. Regarder s'il y a une concordance entre image et légende. Etre capable de retrouver la source d'une image via Google image ou TinEye
8. Vérifier la date de l'information, de l'image ou de la vidéo. Il arrive qu'une publication ancienne « remonte » dans le fil d'actualités, surtout quand elle est partagée. Exemple très trompeur sur Facebook avec la fonction « souvenirs » qui peut induire en erreur en faisant remonter d'anciennes publications à la date d'aujourd'hui.
9. Avoir conscience du traçage que nous subissons de la part des plateformes, malgré le Règlement Général de Protection des Données, qui leur permet d'identifier nos préférences et nos goûts. Les algorithmes nous proposent ainsi des contenus de même type, nous enfermant dans ce qu'on appelle des « bulles de filtres ».

10. Toujours se méfier de soi-même ! avoir conscience des biais cognitifs dont le biais de confirmation qui fausse parfois notre perception de la réalité. Nous sommes plus sensibles aux contenus qui confortent nos croyances qu'à ceux qui s'y opposent.

Intervenants

- Arzhelenn Bauché
- Stéphane Le Troedec