



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture



JOURNALISME, ~~« FAKE NEWS »~~ & DESINFORMATION

Manuel pour l'enseignement et la formation en matière de journalisme

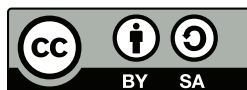
Série de l'UNESCO sur l'enseignement du journalisme

Publié en 2019 par l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France et la Fondation Hironnelle, Avenue du Temple 19C, 1012 Lausanne, Suisse.

© UNESCO FONDATION HIRONDELLE 2019

ISBN UNESCO: 978-92-3-200195-5

ISBN FONDATION HIRONDELLE: 978-2-9701376-1-0



Œuvre publiée en libre accès sous la licence Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Les utilisateurs du contenu de la présente publication acceptent les termes d'utilisation de l'Archive ouverte de libre accès UNESCO (www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-fr).

Titre original: *Journalism, "Fake News" & Disinformation*. Publié en 2018 par l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France.

Les désignations employées dans cette publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'UNESCO aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Les idées et les opinions exprimées dans cette publication sont celles des auteurs; elles ne reflètent pas nécessairement les points de vue de l'UNESCO et n'engagent en aucune façon l'Organisation.

Rédacteurs: Cherilyn Ireton et Julie Posetti

Auteurs: Julie Posetti, Cherilyn Ireton, Claire Wardle, Hossein Derakhshan, Alice Matthews, Magda Abu-Fadil, Tom Trewinnard, Fergus Bell, Alexios Mantzarlis

Recherches supplémentaires: Tom Law

Conception graphique: M. Clinton

Dessin de couverture: M. Clinton

Illustrations: UNESCO, First Draft and Poynter

Composition: UNESCO et Fondation Hironnelle

Impression: Fondation Hironnelle

Imprimé en Suisse

Version originale en anglais, traduite en français par Tructa Switzerland et la Fondation Hironnelle. La version française de ce guide a été rendue possible grâce au soutien de la Direction du développement et de la coopération suisse (DDC).

Journalisme, «Fake News» & Désinformation

**Manuel pour l'enseignement et la formation
en matière de journalisme**

TABLE DES MATIERES

Avant propos <i>de Michel Beuret</i>	11
---	-----------

Préface <i>de Guy Berger</i>	15
-------------------------------------	-----------

Introduction <i>de Cherilyn Ireton et Julie Posetti</i>	23
--	-----------

Comment utiliser ce manuel comme modèle de programme <i>par Julie Posetti</i>	35
--	-----------

MODULE 1: Vérité, confiance et journalisme: pourquoi est-ce important?	42
---	-----------

par Cherilyn Ireton

Synopsis	42
Aperçu	44
Objectifs du module	50
Résultats de l'enseignement	50
Format du Module	50
Exercices suggérés	51
Lecture	52

MODULE 2: Réflexions sur le «désordre de l'information»: différentes formes de mésinformation, désinformation et information malveillante	54
--	-----------

par Claire Wardle et Hossein Derakhshan

Synopsis	54
Aperçu	54
Objectifs du module	62
Résultats de l'enseignement	63
Format du Module	63
Exercices suggérés	65
Matériel	66
Lecture	66

MODULE 3: Transformation: technologie numérique, réseaux sociaux et diffusion de la mésinformation et de la désinformation 68

par Julie Posetti

Synopsis	68
Aperçu	70
Objectifs du module	78
Résultats de l'enseignement	79
Format du Module	79
Exercices suggérés	80
Lecture	81

MODULE 4: Lutter contre la mésinformation et la désinformation par l'éducation aux médias et à l'information (EMI) 84

par Magda Abu-Fadil

Synopsis	84
Aperçu	85
Objectifs du Module	89
Résultats de l'enseignement	90
Format du Module	90
Exercices suggérés	93
Matériel	93
Lecture	93

MODULE 5: Vérification des faits [Fact-checking] 101 96

par Alexios Mantzarlis

Synopsis	96
Aperçu	96
Objectifs du Module	102
Résultats de l'enseignement	102
Format du Module	103
Exercices suggérés	107
Lecture	108

MODULE 6: Vérification des réseaux sociaux: évaluation des sources et du contenu visuel 112

par Tom Trewinnard et Fergus Bell

Aperçu	113
Objectifs du Module	118
Résultats de l'enseignement	119
Format du Module	119
Exercices suggérés	120
Matériel	121
Lecture	121

MODULE 7: Lutter contre les abus en ligne: lorsque les journalistes et leurs sources sont visés **126**

par Julie Posetti

Synopsis	126
Aperçu	127
Objectifs du Module	134
Résultats de l'enseignement	134
Format du Module	135
Exercices suggérés	137
Lecture	137

Auteurs **139**

Conception graphique **139**

AVANT PROPOS

Plus que jamais, la société de l'information, consubstantielle de la démocratie, est atteinte de ce virus meurtrier que le monde désigne depuis l'élection de Donald Trump par cette locution globale: «fake news», littéralement «fausse information». Une mauvaise formule, en réalité, qui ajoute à la confusion en assemblant deux termes contradictoires puisqu'une information, par définition, désigne un fait exact. Pour compliquer les choses, les «tweets» de Donald Trump sont qualifiés de «fake news» par ses détracteurs mais le président américain à son tour rejette de nombreuses informations exactes par le même anathème. Le «fake» est partout. La langue française parle «d'informations mensongères» et d'«infx» (contraction entre info et intox). Mais à l'ère numérique, où chaque internaute, chaque usager de smartphone reçoit, diffuse et rediffuse le plus souvent à la vitesse de l'éclair, l'enjeu dépasse de beaucoup l'infx. Une mauvaise information peut être un acte malveillant (désinformation), un manque de professionnalisme (mal information en analogie avec la malbouffe) et plus simplement la rumeur, le «plus vieux média du monde», selon la formule malicieuse de Jean-François Revel.

La rumeur est une source de déstabilisation majeure, surtout dans les pays fragiles, en crise ou en sortie de crise. C'est dans ces pays qu'agit la Fondation Hironnelle depuis 25 ans par la création de médias de service public nationaux et le soutien à des médias locaux. En s'associant à l'Unesco pour la traduction en français de ce manuel de formation contre les fausses informations, la Fondation Hironnelle affirme d'une autre manière sa volonté de soutenir un journalisme d'intérêt général, professionnel, utile aux populations qui n'ont guère d'autres sources d'information dans les régions les plus reculées, faute de moyens, d'argent et d'éducation. Parmi les nombreux médias créés par la Fondation Hironnelle, citons Radio Okapi en RDC, Radio Ndeke Luka en RCA, Studio Tamani au Mali ou encore Studio Kalangou au Niger. Grâce à un journalisme professionnel, ces médias sont devenus la principale source d'information dans les pays concernés, antidote à des rumeurs parfois meurtrières.

Le mensonge et la rumeur sont en réalité bien antérieurs à la société de l'information. A l'origine, on peut dire qu'ils sont intrinsèques aux passions humaines. L'envie, l'appât du gain, la conquête du pouvoir, les superstitions, la séduction et l'amour, le rêve et l'utopie conduisent – parfois – à travestir la réalité voire à forger une autre vision du réel. De tous temps, la communication politique s'est nourrie de promesses, de manipulations, d'accommodements avec la vérité, de contre-vérité, voire de mensonge pur et simple. Elle trouve son apogée à l'ère des spin-doctors, dont Machiavel puis Talleyrand ont été de célèbres précurseurs.

De fait, les archives de l'histoire regorgent de ces fragments douteux intimement mêlés par la sédimentation du Temps aux fragments les plus fiables que l'historien saisit avec précaution conscient que c'est le conflit qui a forgé l'histoire et que sa première victime est toujours la vérité. Inversement, le doute, la rumeur, l'absence de vérité, l'ignorance deviennent sources de conflit, un boulevard aux manipulations de masses. «Le journaliste est l'historien du temps présent», selon l'expression d'Albert Camus. Le journaliste existe par ses lecteurs, ses auditeurs, ses spectateurs toujours plus nombreux dans des sociétés alphabétisées d'une part et grâce à l'évolution rapide des technologies.

Le sens du mot média lui-même a beaucoup changé et ne veut plus rien dire de précis, indice d'un manque de repère de l'époque. Il peut désigner un journal papier ou en ligne, une chaîne de télévision, un blog, internet lui-même en tant que canal de diffusion. Un documentaire est un média autant que son support ou son diffuseur et, on l'oublie, le livre est un média également. Et peut-être le plus ancien, après la rumeur bien sûr.

Avec le développement de l'imprimerie à la Renaissance, le livre multiplie l'accès à la connaissance... mais aussi au mensonge et aux erreurs. Nous sommes à l'aube des grandes découvertes et des interrogations scientifiques qui opposeront Science et Religion pour longtemps. Les croyances avaient produit (et reproduit) des erreurs. Non, la Terre n'était pas plate, non elle n'était pas le centre du monde. Mais à cette époque, celui qui le pensait était moins un menteur qu'un ignorant immergé dans une société dogmatique et mimétique. Remettre en question la vérité établie représentait une menace pour l'Eglise et les bûchers ont pris un tour politique. Déjà, l'information tuait.

Cinq siècles plus tard, une seule recherche sur Google ne présente aucun risque et mobilise la puissance informatique nécessaire au lancement de la fusée Apollo dans les années 1960. Ironie de l'histoire, l'une des recherches les plus fréquentes aujourd'hui est... «Terre plate». Selon un sondage IFOP publié en janvier 2018, 9% des Français interrogés affirment que la Terre est plate. Douze millions d'Américains en seraient déjà convaincus... On nous a tous appris qu'une erreur répétée cent fois reste une erreur. A l'ère d'Internet, une erreur répétée des millions de fois fait office de vérité pour certains.

La bataille pour la vérité - ou du moins la définition du réel - est toujours sous-tendue par des intérêts. Dans *La Guerre des Gaules*, Jules César, n'est plus un général mais un historien improvisé, blogueur de sa conquête. Homme politique, il est conscient du rôle de l'information sur son temps et pour la postérité. De même, les grandes découvertes s'accompagneront des récits des Conquistadors mêlant vérité historique, erreurs et mensonges. A des milliers de miles nautiques, à Lisbonne ou Madrid, qui pourra démentir?

Le mensonge a toujours une longueur d'avance. Le démasquer prend du temps. Les historiens contemporains qui ont combattu le négationnisme des camps nazis le savent mieux que quiconque. Il est des informations qui dérangent - politique, économique, judiciaire, scientifique, intime - dont certains individus ou groupes humains ne veulent pas entendre parler. Ils la combattront par l'inoculation du doute, de la rumeur, de la contre-vérité et désormais du «fait alternatif», caillou dans la chaussure du Temps qui n'est jamais sans effet sur le cours de sa marche.

Depuis toujours, des faits ont été tus faute de témoins, de traces effacées. L'historien comme le journaliste a donc le devoir de recourir au doute méthodique: vérifier, recouper les sources, faire parler les faits. Ne pas confondre une opinion et un fait. Ne pas mélanger une croyance, si sincère fût-elle, avec la connaissance. Distinguer l'information et la communication, conscient que l'information, celle qui compte vraiment, ne se donne jamais toute seule.

Les élites politiques, économiques et militaires, se méfient toujours plus des masses qui accèdent peu à peu à la connaissance. La révolution française marquera ce tournant. Elle postule une société d'hommes libres et égaux en droits. Des droits universels. En jetant le fondement d'une démocratie moderne, le doute change de camp: les élites comprennent qu'elles pourraient ne plus être seules à relayer les faits à leur guise, avec petits (et parfois gros) accommodements sur la vérité. Le monde entre dans la culture de masse

à l'image des guerres napoléoniennes. L'entrée dans le 19^e siècle, voit naître un nouveau métier: journaliste. D'abord engagé, il usera de sa liberté d'expression et d'opinion à des fins partisans.

Mais au fil du temps, l'idée d'une information impartiale, crédible, utile, civique, fait son chemin. Le public grandit. On ne peut plus cacher les choses. Des oreilles entendent, des yeux observent, des idées naissent, des scientifiques découvrent, on écrit, on lit des journaux toujours plus distribués grâce à l'amélioration des moyens de communication. En 1854, l'un des premiers reporter de guerre, William Howard Russell (1820-1907) raconte dans le Times l'incompétence du commandement et des services médicaux de l'armée britannique dans la guerre de Crimée, contredisant les communiqués officiels de l'état-major à Londres. Plus rien n'échappe à ce nouveau-né de l'ère industrielle naissante: l'opinion.

Télégraphe, radio, téléphone, télévision, téléfax, internet, internautes. L'information circule toujours plus vite et l'accès à celle-ci est toujours plus large. Le 20^e siècle, après l'usage totalitaire et meurtrier de l'information par le nazisme et le stalinisme, développe en Occident, l'idée qu'une information fiable, accessible à tous, est utile aux démocraties dans la proposition d'un monde libre face à des peuples prisonniers du communisme. Aux Etats-Unis comme en Europe, la presse devient véritablement le 4^e pouvoir.

Ceci ne signifie pas que les mensonges, les complots et manipulations ont disparu mais l'impact demeure limité par comparaison à aujourd'hui. Les titres en kiosque sont clairement identifiés. Il y a la bonne et la mauvaise presse. A chacune ses lecteurs. Concurrents, les médias vivent de leurs ventes et sur des valeurs: vitesse ou rigueur? Les deux sont souvent incompatibles. Entre l'urgent et l'important, certains choisissent le premier au détriment du second (et des autres médias) dans une logique que la théorie des jeux appelle «le dilemme du prisonnier».

A cet égard, la révolution numérique a d'abord auguré du meilleur: Internet pensait-on, c'était la possibilité pour les journalistes de communiquer plus vite, de vérifier plus facilement leurs sources, de démasquer impostures et imposteurs. Rapidement, cet élan s'est inversé. L'océan numérique est devenu une marée noire de contenu douteux, insinuant plus de doute que de certitudes, et, autre paradoxe, quand trop de certitudes il y a, le doute serait de mise.

Tout le monde écrit, filme, photographie, témoigne, donne son opinion partout et en tout temps. Beaucoup s'improvisent et s'autoproclament journalistes. La tendance va de pair avec la déchéance des médias traditionnels, dénigrés et affaiblis par les pertes de recettes publicitaires, la gratuité et le recul des abonnements. Dans ce contexte même les médias les plus prestigieux ne sont pas à l'abri du scandale. En 2003, le New York Times essuie l'affaire Jayson Blair, du nom d'un journaliste plusieurs fois récompensés pour des articles, dont il fut révélé que l'auteur les a inventés de toute pièce. En 2018, Der Spiegel a connu un scandale analogue, l'affaire Claas Relotius.

Pour certains, ce discrédit est une aubaine, l'opportunité d'une formidable revanche sur la démocratisation de la société. En démocratie, c'est l'opinion qu'il faut capter. La démagogie numérique peut y parvenir. Une personnalité bien conseillée et bien argentée dispose de moyens dont les totalitarismes du 20^e siècle n'avaient osé rêver: une masse de citoyens en proie au doute, une baisse de crédibilité des médias traditionnels, une baisse substantielle de la capacité d'attention des individus, une société de communication de masse à la merci de slogans publicitaires, du marketing politique, de contre-vérités voire de mensonges circulant à la vitesse de l'éclair. Une société où l'esprit critique est peu à peu remplacé par les

théories du soupçon. «Dans un monde où l'information est une arme et où elle constitue même le code de la vie, la rumeur agit comme un virus, le pire de tous car il détruit les défenses immunitaires de sa victime», selon Jacques Attali.

Sans «défenses immunitaires», la démocratie est menacée voire condamnée sous les réactions compulsives d'instantanés viraux innombrables, incompatibles avec le temps de réflexion et de partage démocratique. Le salut ne viendra pas du prétendu «journalisme-citoyen» dont les contributions se limitent au mieux à des opinions d'expertises au pire à des sorties de route sans même le savoir. Enverrait-on ses enfants se soigner chez un «médecin-citoyen»? confierait-on la réparation électrique de la maison à un «électricien-citoyen»? Le journalisme est et doit rester un métier. Le cœur de la production éditoriale ce sont des journalistes formés, respectant une méthode de travail et une déontologie, suivant un cap éditorial et travaillant en rédaction ou en réseau au service d'un intérêt général. A l'inverse du journalisme amateur - truffé aux mieux d'opinions construites mais sans information au pire de fausses nouvelles - le sort de médias de référence repose sur leur crédibilité. *Der Spiegel*, *The New York Times*, *Le Monde* ou *The Guardian* et bien d'autres publient des correctifs lorsqu'ils commettent des erreurs. Ils proposent aussi la possibilité d'un droit de réponse. Dans le brouhaha et les invectives des réseaux sociaux, quel média «citoyen» fait ce travail? Et s'il le fait, dans la fragmentation et l'éparpillement de millions de sites, qui le voit?

La vraie réponse à la démagogie numérique, aux informations malveillantes, à la mal information ou à la désinformation, passe par l'éducation aux médias qui est l'affaire de chacun. Ce manuel offre des clés pour comprendre les phénomènes actuels, parfois très complexes. Il donne des outils pour déjouer les pièges et permettre aux journalistes en formation (ou en formation continue) mais aussi au curieux et au lecteur-citoyen d'éviter de se laisser bernier. Face au virus et la contagion de masse, la responsabilité individuelle est plus que jamais un vaccin prioritaire.

Michel Beuret

Responsable éditorial de la Fondation Hironnelle

PREFACE

Cette publication constitue la production la plus récente parmi toute une série de ressources avancées proposées dans le cadre de l'action de l'UNESCO en matière d'enseignement du journalisme.

Elle fait partie de «l'Initiative mondiale d'excellence dans l'enseignement du journalisme» l'un des points les plus importants du Programme international pour le développement de la communication (PIDC) de l'UNESCO. Cette Initiative vise à traiter l'enseignement et la pratique du journalisme ainsi que la recherche dans ce domaine dans une perspective mondiale, notamment en termes de partage des bonnes pratiques internationales.

Par conséquent, ce manuel voudrait servir de modèle de programme applicable à l'échelle internationale, pouvant être adopté tel quel ou adapté, afin de répondre au problème de la désinformation auquel sont confrontées toutes les sociétés, en général, dans le monde entier, et le secteur du journalisme en particulier.

Dans cette publication, le terme «fake news» n'a pas été considéré comme ayant une signification unique ou partagée.¹ Ceci, parce que le terme anglais «news» désigne une information vérifiable, d'intérêt général, et que toute information qui n'est pas conforme à ces critères ne mérite pas d'être appelée comme telle. Dans ce sens, «fake news» est un oxymore qui vise à miner la crédibilité de l'information qui se situe en marge de la vérifiabilité et de l'intérêt général, donc de l'information vraie, ou «real news».

Afin de permettre de mieux comprendre les cas dans lesquels se produit une manipulation abusive du langage et des conventions propres aux différents types d'information, ce manuel traite ces actes frauduleux pour ce qu'ils sont en réalité, à savoir une catégorie spécifique de fausse information existant dans le cadre d'une série de formes de plus en plus variées de désinformation, notamment des formes de divertissement telles que les mêmes, ces éléments de langage ou visuels reconnaissables et transmis par répétition d'un individu à d'autres.

Dans cette publication, la désinformation est généralement utilisée pour désigner des tentatives délibérées (souvent orchestrées) de créer une confusion chez les gens ou de les manipuler en leur communiquant des informations trompeuses. Ceci est souvent associé à des stratégies de communication parallèles et transversales et à différentes autres tactiques, telles que le piratage [hacking] ou la compromission de personnes. Le terme «mésinformation» est généralement utilisé pour désigner une information trompeuse, créée ou diffusée sans un but malveillant et sans l'intention de manipuler le public. La désinformation et la mésinformation constituent des problèmes de société, mais la désinformation est particulièrement dangereuse, car elle est souvent organisée, dotée de ressources importantes et renforcée par le recours à des technologies informatiques.

Les pourvoyeurs de désinformation comptent sur la vulnérabilité ou la partialité des destinataires potentiels qu'ils espèrent enrôler en tant qu'amplificateurs et multiplicateurs. De cette manière, ils cherchent à nous

¹ Cf. Tandoc E; Wei Lim, Z and Ling, R. (2018). «Defining «fake news»: A typology of scholarly definitions» in Digital Journalism (Taylor and Francis) Volume 6, 2018 - Issue 2: «Trust, Credibility, Fake News».

transformer en véhicules de leurs messages, en exploitant notre propension à partager des informations pour toute une série de motifs. Un danger particulier est représenté par la gratuité de l'accès aux «fake news» ce qui veut dire que les personnes qui n'ont pas les moyens financiers d'accéder à un journalisme de qualité ou qui n'ont pas accès à des médias d'information indépendants, de service public, sont particulièrement vulnérables à la fois en termes de désinformation et de mésinformation.

La diffusion de la désinformation et de la mésinformation est rendue possible, en grande partie, par les réseaux sociaux et les messageries des réseaux sociaux, ce qui pose la question de l'étendue de la régulation et de l'autorégulation des entreprises qui fournissent ce type de services. En tant que plateformes d'intermédiation, plutôt qu'en tant que créatrices de contenus, ces plateformes ont été soumises, généralement, jusqu'ici, à une régulation peu contraignante (sauf en ce qui concerne le copyright). Toutefois, face aux pressions croissantes qu'elles subissent ainsi qu'aux risques pour la libre expression posés par une régulation excessive, leur autorégulation s'impose, progressivement, bien que de façon inégale.² En 2018, le Rapporteur spécial des Nations Unies sur la liberté d'opinion et d'expression a consacré son rapport annuel à cette question, en encourageant vivement les sociétés opérant sur Internet à suivre l'exemple des médias d'information en matière d'autorégulation et à s'aligner davantage sur les critères des Nations Unies en termes de droit de diffuser, rechercher et recevoir des informations.³ Les journalistes et les médias d'information ont un rôle très important à jouer dans le contexte de ces différentes mesures adoptées, à la fois, par les Etats et par les entreprises, et c'est dans cette optique que cette publication est importante.

Comprendre les différences

La désinformation et la mésinformation diffèrent du «bon» journalisme, qui se conforme à toute une série de normes et de principes d'éthique professionnelle. Elles diffèrent aussi, en même temps, du journalisme de piètre qualité, qui ne remplit pas son rôle. Un certain type de journalisme pose problème, par exemple, à cause d'erreurs fréquentes, non corrigées, résultant de recherches ou de vérifications insuffisantes. Le «mauvais» journalisme inclut également le journalisme à sensation, qui tend à exagérer les faits et à les sélectionner selon une logique partisane, au détriment de l'objectivité de l'information.

Il ne s'agit pas de prôner, par-là, une sorte de journalisme idéal, qui devrait se hisser au-dessus de la mêlée, tandis que le journalisme de mauvaise qualité serait entaché d'idéologie. Il s'agit, en revanche, de montrer que tout type de journalisme contient une narration et que le problème, dans le cas du journalisme de mauvaise qualité, n'est pas l'existence de la narration, mais plutôt le manque de professionnalisme. C'est la raison pour laquelle le journalisme de mauvaise qualité ne doit pas être assimilé à la désinformation ou à la mésinformation.

Néanmoins, un journalisme de mauvaise qualité permet, parfois, à la désinformation ou à la mésinformation

2 Manjoo, F. (2018). What Stays on Facebook and What Goes? The Social Network Cannot Answer. New York Times, 19 July, 2018. <https://www.nytimes.com/2018/07/19/technology/facebook-mésinformation.html> [consulté le 20/07/2018]; <https://www.rt.com/usa/432604-youtube-invests-reputable-news/> [consulté le 15/07/2018]; <https://youtube.googleblog.com/> [consulté le 15/07/2018]; <https://sputniknews.com/asia/201807111066253096-whatsapp-seeks-help-fake-news/> [consulté le 15/07/2018].

3 Rapports du Rapporteur Spécial sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'opinion et d'expression. Conseil des Droits de l'homme de l'ONU, 6 avril 2018. A/HRC/38/35. <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G18/096/72/PDF/G1809672.pdf?OpenElement> [consulté le 20/07/2018].

de naître ou de s'insinuer dans le système des «real news». Les causes et les remèdes du mauvais journalisme diffèrent, toutefois, de ceux de la désinformation et de la mésinformation. En même temps, il est évident qu'un journalisme de bonne qualité, éthique, est nécessaire en tant qu'alternative et antidote à la contamination de l'environnement de l'information et à l'effet «tâche d'huile» d'un plus vaste ternissement de l'information.

Aujourd'hui, les journalistes ne sont pas de simples spectateurs de l'avalanche de désinformation et de mésinformation qui nous envahit. Cela les concerne en premier lieu⁴, ce qui veut dire que:

- ▶ le journalisme est confronté au risque d'être noyé dans la cacophonie ambiante;
- ▶ les journalistes risquent d'être manipulés par des acteurs qui violent l'éthique des relations publiques en tentant de tromper ou de corrompre les journalistes dans la diffusion de la désinformation⁵;
- ▶ les journalistes, en tant qu'acteurs de la communication qui travaillent au service de la vérité, même quand elle est «dérangante» peuvent devenir la cible de mensonges, rumeurs et canulars conçus pour les intimider et les discréditer en tant que personnes et en tant que professionnels du journalisme, en particulier lorsque leur travail représente une menace pour les commanditaires ou les acteurs de la désinformation⁶.

De plus, les journalistes doivent reconnaître que, alors que le théâtre principal de la désinformation est représenté par les réseaux sociaux, des acteurs puissants instrumentalisent, aujourd'hui, la peur des «fake news» pour nuire aux médias qui diffusent des informations authentiques. Des nouvelles lois de plus en plus contraignantes font des médias d'information des boucs-émissaires, comme si c'était eux les auteurs des fausses nouvelles, ou les soumettent, de manière indiscriminée, à de nouvelles normes qui restreignent la liberté de toutes les plateformes et les activités de communication.

Par ailleurs, parfois, ces normes sont insuffisamment alignées sur les principes internationaux qui exigent que le caractère nécessaire de l'entrave à la libre expression soit justifié et démontrable et que la restriction soit proportionnelle au but poursuivi. Leur effet, bien que ce ne soit pas toujours leur intention, est de soumettre les médias qui diffusent des informations authentiques à une sorte de «ministère de la vérité» doté du pouvoir de supprimer l'information pour des motifs purement politiques.

Dans le contexte actuel de mésinformation et désinformation, le véritable péril n'est pas tant que le journalisme soit soumis à une régulation injustifiable, mais plutôt que le public soit amené à se méfier de tous les contenus, y compris les contenus journalistiques de bonne qualité. Dans ce contexte, les gens ont tendance à croire ce que les réseaux sociaux leur présentent comme vrai et qui correspond à leur sentiment, au lieu de chercher à réfléchir de manière indépendante. Nous pouvons déjà voir l'impact négatif de cette tendance sur les croyances du public en matière de santé, de sciences, de relations interculturelles et d'expertises diverses.

4 Selon une étude, malgré la menace, les rédactions, dans un certain pays, manquaient de systèmes, de budgets et de personnel formé pour la lutte contre la désinformation. Cf.: Penplusbytes. 2018. Media Perspectives on Fake News in Ghana. <http://penplusbytes.org/publications/4535/> [consulté le 12/06/2018].

5 Butler, P. 2018. How journalists can avoid being manipulated by trolls seeking to spread désinformation. <http://ijnet.org/en/blog/how-journalists-can-avoid-being-manipulated-trolls-seeking-spread-désinformation>. Cf. également le Module 3 de ce Manuel.

6 Cf. Module 7

Cet impact sur le public est particulièrement préoccupant en période électorale, mais aussi en ce qui concerne l'idée même de démocratie en tant que droit humain. Le but de la désinformation, en particulier en période électorale, n'est pas nécessairement de convaincre le public que son contenu est vrai, mais d'avoir un impact sur la définition des programmes (sur ce que les gens croient important) et semer la confusion dans l'information, afin de réduire le rôle que joue le facteur de rationalité dans les choix des électeurs⁷. De même, l'incertitude résultant de la désinformation et de la mésinformation peut avoir un impact significatif sur des questions telles que les migrations, le changement climatique et d'autres questions d'actualité.

Ces périls expliquent pourquoi il est si important – pour le journalisme et pour l'enseignement du journalisme - de s'opposer de manière directe à la diffusion croissante des «fake news». En même temps, ces menaces constituent également une opportunité de souligner encore davantage la valeur des médias d'information. Elles nous offrent la possibilité d'insister sur l'importance, dans la pratique professionnelle, de la divulgation d'informations vérifiables et de commentaires éclairés, dans l'intérêt du public⁸.

Ce que le journalisme doit faire

Dans ce contexte, il est temps, pour les médias d'information, d'appliquer de manière encore plus stricte les normes et l'éthique professionnelles, d'éviter la publication d'informations non vérifiées et de prendre leurs distances d'informations qui pourraient être intéressantes pour un certain public, mais qui ne sont pas d'intérêt public.

Par conséquent, cette publication a également pour but de rappeler à tous les médias et aux journalistes, quels que soient leurs penchants politiques, qu'ils doivent éviter à tout prix de divulguer, par inadvertance ou sans réfléchir, des nouvelles qui relèvent de la désinformation et de la mésinformation. Dans de nombreux médias, aujourd'hui, du fait de la suppression de certains postes jadis dédiés à la vérification des faits, cette fonction du «cinquième pouvoir» a été reléguée dans une certaine mesure aux bloggeurs et autres acteurs externes qui signalent les erreurs commises par les journalistes, mais forcément après que ces erreurs aient déjà été publiées ou diffusées.

L'émergence de ce phénomène peut être accueillie avec satisfaction par les médias, car elle renforce l'intérêt de la société pour les informations vérifiables. Les journalistes devraient mettre à la disposition d'un plus vaste public le travail effectué par des équipes de vérification des faits indépendantes. Mais, ils devraient savoir, aussi, que, lorsque des acteurs externes pointent du doigt une faille systémique dans une source d'information, cela amène à s'interroger, au moins, sur la qualité du média en question en tant que source professionnelle d'information. Les médias doivent faire attention à ce que les corrections postérieures à la publication apportées par des entités externes ne remplacent pas les processus internes de contrôle de la qualité. Les journalistes doivent mieux faire, et apporter les corrections nécessaires, en premier lieu, ou bien renoncer à offrir à la société des médias crédibles.

7 Lipson, D (2018) Indonesia's «buzzers» paid to spread propaganda as political elite wage war ahead of election, ABC News: <http://mobile.abc.net.au/news/2018-08-13/indonesian-buzzers-paid-to-spread-propaganda-ahead-of-election/9928870?pfmredir=sm> [consulté le 17/8/18].

8 Cf. également: Nordic Council of Ministers. 2018. Fighting Fakes - the Nordic Way. Copenhagen: Nordic Council of Ministers. <http://www.nordicom.gu.se/en/latest/news/fighting-fakes-nordic-way> [consulté le 12/06/2018].

Enfin, il ne suffit pas d'avoir une meute de chiens de garde externes qui effectuent des corrections de rattrapage: cela ne donne pas une belle image du journalisme. Les journalistes ne peuvent pas se dédouaner sur des entités spécialisées dans la vérification des faits en leur confiant le travail journalistique qui consiste à vérifier des affirmations douteuses présentées par certaines sources (que lesdites affirmations soient reprises dans les médias ou qu'elles contournent les médias pour paraître directement sur les réseaux sociaux). La capacité des nouveaux praticiens de dépasser un journalisme basé sur le «oui dire» pour enquêter sur la véracité des affirmations délivrées par les personnes concernées doit être nettement améliorée.

Le journalisme doit également savoir détecter de manière proactive et dévoiler les nouveaux exemples et les nouvelles formes de désinformation. Ceci est absolument essentiel pour les nouveaux médias et cela représente une alternative aux approches de nature réglementaire employées en matière de «fake news». En tant que réponse immédiate à une question d'actualité grave et brûlante, cela complète et renforce certaines stratégies à moyen terme, comme la maîtrise des médias et de l'information, qui aident le public à distinguer les vraies nouvelles de la désinformation et de la mésinformation. La désinformation est un sujet délicat: le journalisme rendra un service encore plus important à la société en consacrant une couverture intensive à cette question.

Ce manuel est donc un appel à agir. C'est également un encouragement adressé aux journalistes pour qu'ils s'engagent dans un dialogue avec la société concernant la manière dont les gens, au sens large, décident de la crédibilité de l'information et les raisons pour lesquelles certains d'entre eux partagent des informations non vérifiées. Tout comme pour les nouveaux médias, il s'agit d'une grande opportunité pour les écoles de journalisme et leurs étudiants, pour les formateurs et les personnes qui participent aux formations en matière de médias de concrétiser leur engagement civique vis-à-vis du public. Par exemple, le «crowd-sourcing» est essentiel si les médias souhaitent dévoiler des informations et communiquer au sujet de la désinformation «qui échappe aux radars» diffusée par e-mail ou sur les réseaux sociaux.

Les différents rôles de l'UNESCO

Cette nouvelle ressource, financée par le Programme international pour le développement de la communication de l'UNESCO (PIDC), fournit une vision unique et globale des différentes dynamiques qui ont contribué à créer l'histoire de la désinformation, en apportant également des compétences pratiques qui visent à compléter les connaissances et les analyses présentées.⁹ L'UNESCO a toujours pensé qu'il était préférable d'encourager un comportement optimal et l'autorégulation de la part des journalistes, plutôt que de courir le risque d'une intervention de l'Etat dans le traitement des problèmes perçus dans le domaine de la libre expression.

Cette publication fait suite à deux précédents ouvrages édités par l'UNESCO «*Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi*»¹⁰ (2015), et «*Model Curriculum for Journalism Education: A Compendium of New Syllabi*» (2013), qui faisaient suite, à leur tour, à l'ouvrage novateur «*Modèle de cursus*

9 La 61^e assemblée du Bureau du PIDC, qui a eu lieu en 2017, a décidé d'apporter son soutien à l'Initiative Mondiale pour l'Excellence dans l'Enseignement du Journalisme en instituant une allocation spéciale pour la création de nouveaux programmes sur des sujets essentiels d'actualité dans le domaine du journalisme. Les progrès réalisés dans ce domaine ont fait l'objet d'une intervention lors de la 62^e assemblée du Bureau du PIDC, en 2018, qui a donc décidé d'augmenter le montant de la dotation allouée à ce programme.

10 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-Matériel/publications/full-list/teaching-journalism-for-sustainable-development/> [consulté le 12/06/2018].

pour la formation au journalisme¹¹» publié en 2007 en neuf langues.

Parmi les autres publications de l'UNESCO, qui sont encore tout à fait utiles dans l'enseignement du et la formation au journalisme, il convient de rappeler:

- ▶ *Model course on the safety of journalists* (2017)¹²
- ▶ *Terrorism and the Media: a handbook for journalists* (2017)¹³
- ▶ *Climate Change in Africa: A Guidebook for Journalists* (2013)¹⁴
- ▶ *Global Casebook of Investigative Journalism* (2012)¹⁵
- ▶ *Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists* (2009)¹⁶
- ▶ *Conflict-sensitive reporting: state of the art; a course for journalists and journalism educators* (2009)¹⁷

Chacune de ces publications s'est révélée précieuse dans de nombreux pays, dans le monde entier, et a permis aux enseignants et aux formateurs ainsi qu'aux étudiants et aux journalistes professionnels d'améliorer leur pratique de différentes manières. Parfois, elles ont apporté la flexibilité nécessaire pour adapter aux nouvelles connaissances et aux nouveaux principes des programmes d'enseignement pluriannuels; d'autres fois, certains éléments fournis par les ressources de l'UNESCO ont été intégrés aux cours existants. Grâce à sa qualité et à sa cohérence, cette nouvelle publication devrait être tout aussi importante et utile pour les lecteurs.

En raison de son statut d'organisation non-gouvernementale, l'UNESCO ne prend pas parti dans le cadre de la géopolitique de la contestation de l'information. Comme chacun sait, la désinformation est un sujet qui fait l'objet d'un vif débat. Les lecteurs de ce texte doivent avoir à l'esprit cette idée et doivent s'en inspirer pour collecter de nouvelles données probantes sur différents cas exemplaires.

En évitant toute relativisation, ce manuel se fonde sur les principes suivants, en tant que bases solides pour l'analyse et l'action:

1. La prise de conscience du fait que l'information – vérifiable et produite par des acteurs transparents – est un facteur essentiel pour la démocratie, le développement, les sciences, la santé et le progrès humain,

11 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-Matériel/publications/full-list/model-curricula-for-journalism-education/> [consulté le 12/06/2018].

12 <https://en.unesco.org/news/unesco-releases-model-course-safety-journalists> [consulté le 12/06/2018].

13 <https://en.unesco.org/news/terrorism-and-media-handbook-journalists> [consulté le 12/06/2018].

14 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-Matériel/publications/full-list/climate-change-in-africa-a-guidebook-for-journalists/> [consulté le 12/06/2018].

15 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-Matériel/publications/full-list/the-global-investigative-journalism-casebook/> [consulté le 12/06/2018].

16 <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001930/193078e.pdf> [consulté le 12/06/2018].

17 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-Matériel/publications/full-list/conflict-sensitive-reporting-state-of-the-art-a-course-for-journalists-and-journalism-educators/> [consulté le 12/06/2018].

2. La reconnaissance du fait que la lutte contre la désinformation n'est pas une option et représente une mission essentielle de chaque média,
3. L'engagement en faveur de l'amélioration des compétences journalistiques est absolument essentiel pour qu'un journalisme inclusif et fidèle à la réalité puisse combattre efficacement la diffusion de contenus contrefaits.

Parmi les autres sujets d'importance vitale couverts par cette publication, particulièrement pour tous ceux qui exercent le métier de journaliste et pour les médias d'informations, figurent:

1. Les compétences et les connaissances nécessaires pour mettre en place des salles de rédaction capables d'assurer une vérification systématique des informations et d'enquêter et alerter sur la désinformation,
2. La compréhension de la valeur du partenariat entre les médias, les écoles de journalisme, les ONG, les vérificateurs, les communautés, les fournisseurs d'accès à Internet et les autorités de régulation, dans la lutte contre la pollution de l'information,
3. La nécessité de sensibiliser le public à l'importance de la défense du journalisme contre la contamination produite par la désinformation ou contre des opérateurs malveillants qui orchestrent des campagnes de désinformation à l'encontre des journalistes.

Globalement, cette publication doit contribuer à mieux informer la société sur les différentes réponses de nature sociétale au problème de la désinformation, de la part des gouvernements, des organisations internationales, des organismes de défense des droits humains, des fournisseurs d'accès à Internet et des promoteurs d'actions en faveur de la maîtrise de l'information. Elle montre, en particulier, ce que peuvent faire les journalistes, en premier lieu, ainsi que les personnes chargées de les éduquer et de les former.

Nous espérons, en toute modestie, que cet ouvrage pourra contribuer à renforcer le rôle du journalisme dans la défense de la société et en faveur de l'Objectif de développement durable concernant «l'accès du public à l'information et aux libertés fondamentales». L'UNESCO remercie les éditeurs et les auteurs qui ont rendu possible la réalisation de cette publication. Nous la confions, maintenant, à nos lecteurs et nous serons heureux de recevoir leurs commentaires.

Guy Berger

*Directeur de la Division
pour la liberté d'expression
et le développement des médias,
Secrétaire du PIDC à l'UNESCO*

INTRODUCTION

Cherilyn Ireton et Julie Posetti¹⁸

En tant que modèle de programme, ce manuel a été conçu comme un cadre, destiné aux enseignants et aux formateurs ainsi qu'aux étudiants en journalisme, et comme un ensemble de leçons sur les différents aspects liés au phénomène des «fake news». Nous espérons qu'il servira également de guide pour les journalistes professionnels en activité.

Ce manuel rassemble les contributions d'enseignants en journalisme, chercheurs et intellectuels de haut niveau, provenant de différents pays, qui nous aident à actualiser les méthodes et les pratiques journalistiques face aux défis de la mésinformation et de la désinformation. Les leçons sont contextuelles, théoriques et, dans le cas de la vérification en ligne, extrêmement pratiques. Utilisées comme cours collectifs ou individuellement, elles peuvent contribuer à rafraîchir les connaissances relatives aux différents modules d'enseignement déjà existants ou à créer de nouveaux modules. Vous trouverez, après cette introduction, des suggestions sur Comment utiliser ce manuel en tant que modèle de programme.

L'utilisation du terme «fake news» dans le titre et dans les leçons a été source de débat. Aujourd'hui, le terme «fake news» est bien plus qu'une étiquette servant à désigner des informations fausses ou trompeuses, déguisées en vraies nouvelles et diffusées comme telles. Ce terme possède une charge émotionnelle et est utilisé comme arme pour discréditer et décrédibiliser le journalisme. C'est la raison pour laquelle nous préférons employer les termes mésinformation, désinformation et «désordres de l'information» tels que suggérés par Wardle et Derakhshan¹⁹, bien que leur utilisation ne soit pas obligatoire^{20 21}.

Déclaration conjointe sur la liberté d'expression et les fausses nouvelles («fake news»), la désinformation et la propagande

Ce manuel a été produit dans un contexte de préoccupation croissante, à l'échelle internationale, concernant la «guerre de la désinformation» dont le journalisme et les journalistes sont les principales cibles. Début 2017, quand ce projet a été commandé par l'UNESCO, le Rapporteur spécial des Nations Unies sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'opinion et d'expression, le Représentant de l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE) pour la liberté des médias, le Rapporteur spécial de l'Organisation des États américains (OEA) pour la liberté d'expression, le Rapporteur spécial sur la liberté d'expression et l'accès à l'information de la Commission africaine des droits de l'homme et des peuples (CADHP) ont émis une déclaration conjointe à ce sujet.

18 Alice Matthews d'ABC Australia et Tom Law du Réseau du journalisme éthique [Ethical Journalism Network] ont contribué par leurs recherches, leurs idées et leurs ressources, qui sont reprises dans cette introduction.

19 Module 2

20 De nombreux écrivains et journalistes se sont élevés contre l'utilisation du terme «fake news»; parmi ceux-ci, Basson, A. (2016) If it's fake, it's not news. <https://www.news24.com/Columnists/AdriaanBasson/lets-stop-talking-about-fake-news-20170706> [consulté le 12/06/2018].

21 Wardle, C et al. (2018). «Désordres de l'information : the essential glossary». Shorenstein Center, Harvard University. Disponible sur: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf?x25702 [consulté le 21/07/2018].

Dans cette Déclaration, les représentants de ces organisations exprimaient leur inquiétude concernant la divulgation accrue de la désinformation et de la propagande et les attaques de plus en plus fréquentes dont faisaient l'objet les médias sous la forme de «fake news». Les Rapporteurs et les Représentants identifiaient plus précisément l'impact pour le journalisme et les journalistes:

«(Nous sommes) alarmés par les cas dans lesquels les autorités publiques dénigrent, intimident et menacent les médias, notamment en affirmant que ces derniers sont «l'opposition» ou qu'ils «profèrent des mensonges» et ont un agenda politique caché, ce qui accroît le risque de menaces et de violences contre les journalistes, sape la confiance du public dans le journalisme dans son rôle de «chien de garde public» et peut induire le public en erreur en brouillant les lignes entre la désinformation et les contenus médiatiques qui contiennent des informations pouvant faire l'objet de vérifications indépendantes.»²²

La désinformation ne date pas d'aujourd'hui, mais elle est maintenant alimentée par les nouvelles technologies

La manipulation de l'information est un phénomène historique, qui a commencé bien avant la naissance du journalisme moderne et des règles établies par ce dernier en matière d'intégrité de l'information. Un exemple intéressant remonte à la Rome antique²³ et à la rencontre entre Antoine et Cléopâtre: l'adversaire politique d'Antoine, Octavien, orchestre la diffusion de rumeurs à l'encontre du premier par de «brefs slogans caustiques, imprimés sur des pièces de monnaie, comme des sortes d'ancêtres des Tweets.»²⁴ L'auteur de cette campagne de dénigrement deviendra le premier empereur romain: c'est, donc, grâce aux fausses nouvelles qu'Octavien réussit à mettre fin, une fois pour toutes, au régime républicain.²⁵

Toutefois, au 21^e siècle, l'information est devenue une véritable arme, comme cela n'avait pas encore été le cas auparavant. De nouvelles technologies puissantes facilitent la manipulation et la fabrication des contenus, tandis que les réseaux sociaux amplifient de façon spectaculaire les fausses nouvelles diffusées par des Etats, des responsables politiques populistes et des entreprises malhonnêtes, car elles touchent un public dépourvu de sens critique et du discernement nécessaire.

Les plateformes sont devenues un terrain fertile pour la propagande numérique²⁶, le «trolling»²⁷ et les «armées de trolls»²⁸; les «réseaux de faux-nez» (personne utilisant des identités multiples par souci de

22 UN/OSCE/OAS/ACHPR (2017). Déclaration conjointe sur la liberté d'expression, les fausses nouvelles, la Désinformation et la Propagande: <https://www.osce.org/fom/302796?download=true> [consulté le 29/03/2017]. Cf. également: Kaye, D (2017) Déclaration lue devant l'Assemblée Générale de l'Onu du 24 octobre 2017: <https://www.ohchr.org/en/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=22300&LangID=E> [consulté le: 20/8/18].

23 Cf. la chronologie consacrée à des exemples historiques de «désordres de l'information» – de Cléopâtre à nos jours – dans le guide publié par l'International Center for Journalists (ICFJ) Posetti, J & Matthews, A (2018): <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-désinformation-new-icfj-learning-module> [consulté le 23/07/2018].

24 Kaminska, I. (2017). A lesson in fake news from the info-wars of ancient Rome. Financial Times. <https://www.ft.com/content/aaf2bbo8-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6> [consulté le 28/03/2018].

25 ibidem

26 Cf.: Oxford Internet Institute's Computational Propaganda Project: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/> [consulté le 20/07/2018].

27 Cf. le Module 7 du présent manuel pour des exemples de ces menaces

28 Rappler.com (2018) Fake News in the Philippines: Dissecting the Propaganda Machine <https://www.rappler.com/newsbreak/rich-media/199895-fake-news-documentary-philippines-propaganda-machine> [consulté le 20/07/2018].

discrétion ou dans le but de tromper, d'abuser.²⁹), et les «spoofers» (usurpateur d'identité électronique)³⁰. Puis, pendant les campagnes électorales, nous avons assisté à l'arrivée de «fermes à trolls».³¹

Bien que l'époque et les technologies soient différentes, l'histoire peut nous aider à comprendre les causes et les conséquences du phénomène contemporain des «désordres de l'information» que nous cherchons à analyser dans ce manuel. Afin d'apporter une information nuancée sur ce phénomène, les journalistes, les formateurs et les enseignants en journalisme (ainsi que leurs étudiants) sont encouragés à étudier la désinformation, la propagande, les canulars et la satire en tant que facteurs historiques de l'écosystème de la communication.³²

Le développement de stratégies journalistiques pour lutter contre la désinformation doit s'accompagner de la prise de conscience du fait que la manipulation de l'information remonte à des milliers d'années, alors que le journalisme professionnel est relativement récent³³. Au fur et à mesure que le journalisme évoluait, en remplissant un rôle normatif dans la société contemporaine, les médias d'information ont pu opérer, dans la plupart des cas, loin des officines de fausses informations et des attaques déguisées, protégés par des journalistes attachés à l'éthique professionnelle de la vérité et de l'intérêt général employant des méthodes de vérification. Le journalisme a traversé différentes phases et cycles au cours desquels il a «cherché ses marques».

Aujourd'hui, malgré le caractère pluriel du «journalisme» il est encore possible d'identifier la diversité des récits, dans l'information, comme s'il s'agissait des membres d'une famille commune de méthodes de communication distinctes, fondées sur l'éthique, qui recherchent également l'indépendance, du point de vue éditorial, par rapport aux intérêts politiques et économiques. Avant l'établissement de ces normes d'éthique, toutefois, il existait peu de règles concernant l'intégrité de l'information dans la communication de masse.

La diffusion de la presse à imprimer de Gutenberg à partir de la moitié du 15^e siècle, a été un facteur indispensable à l'établissement et au développement du journalisme professionnel; cependant, la technologie a également favorisé l'amplification de la propagande et des canulars, dont les auteurs étaient, parfois, les médias d'information eux-mêmes.³⁴La radiodiffusion a offert à la propagande, aux canulars et à la manipulation des données de nouvelles possibilités, comme l'a montré, en 1938, le feuilleton radiophonique la Guerre des Mondes, devenu tristement célèbre.³⁵ Le développement de la radiodiffusion à l'échelle internationale a également

29 Gent, E. (2017). Sock puppet accounts unmasked by the way they write and post. <https://www.newscientist.com/article/2127107-sock-puppet-accounts-unmasked-by-the-way-they-write-and-post/> [consulté le 19/07/2018].

30 Le Roux, J. (2017). Hidden hand drives social media smears. <https://mg.co.za/article/2017-01-27-00-hidden-hand-drives-social-media-smears> [consulté le 19/07/2018].

31 Silverman, C et al (2018) American Conservatives Played a Role in the Macedonian Fake News Boom of 2016 BuzzFeed <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/american-conservatives-fake-news-macedonia-paris-wade-libert> [consulté le 20/07/2018].

32 Posetti, J and Matthews, A (2018) A short guide to the history of «fake news»: A learning module for journalists and journalism educators ICFJ <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-désinformation-new-icfj-learning-module> [consulté le 23/07/2018].

33 Cf. le Module 3 de ce Manuel

34 Cf., par exemple, ce qui est dit à propos du premier canular à grande échelle de l'histoire du journalisme – «The Great Moon Hoax», de 1835. Vous trouverez des détails à ce sujet dans : Thornton, B. (2000). The Moon Hoax: Debates About Ethics in 1835 New York Newspapers, *Journal of Mass Media Ethics* 15(2), pp. 89-100. http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327728JMME1502_3 [consulté le 28/03/2018].

35 Schwartz, A.B. (2015). The Infamous «War of The Worlds» Radio Broadcast Was a Magnificent Fluke, *The Smithsonian*. <http://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/#h2FAexeJmuCHJfSt.99> [consulté le 28/03/2018].

donné lieu à une instrumentalisation de l'information allant bien au-delà des paramètres de l'information professionnelle et indépendante, bien que les pures «inventions» et les falsifications totales aient été, en général, plutôt l'exception que la règle dans l'information diffusée par les différents acteurs de la communication.

Nous pouvons également apprendre quelque chose de la longue histoire de tous ceux qui ont cru à des «poissons d'avril» y compris des journalistes occasionnels³⁶. Il n'est pas rare, encore aujourd'hui, que l'information satirique – qui a joué un rôle important au service du journalisme responsable³⁷ – ne soit pas comprise par les utilisateurs des réseaux sociaux, qui la répandent comme s'il s'agissait de vraies informations.³⁸

Dans certains cas, faisant écho à des exemples historiques, des sites supposés satiriques opèrent au sein d'un plus vaste réseau conçu pour rafler les bénéfices des campagnes publicitaires sur Internet grâce à des consommateurs crédules, qui se limitent à cliquer et à partager des contenus, sans réfléchir. Ceci concerne non seulement les contenus affichés par des «usurpateurs» mais aussi la crédibilité des informations³⁹, ce qui est une raison de plus pour encourager les journalistes à redoubler d'efforts pour assurer la précision des informations diffusées, en premier lieu. Cela doit également inciter la société à faire en sorte que le public dispose des compétences nécessaires pour l'éducation aux médias et à l'information⁴⁰ et soit en mesure d'évaluer et d'analyser clairement, de manière critique, l'évolution des genres et des conventions dans les médias d'information, dans la publicité, le divertissement et sur les réseaux sociaux.

L'histoire nous enseigne également que les forces qui se cachent derrière la désinformation ne veulent pas forcément persuader les journalistes ou un plus vaste public de la véracité des fausses informations, mais elles essaient, plutôt, de semer le doute sur l'état des informations vérifiables produites par les professionnels. Cette confusion amène de nombreux nouveaux consommateurs à croire, de plus en plus souvent, qu'ils peuvent choisir ou créer librement leurs propres «faits» parfois avec l'aide de politiciens qui cherchent à se protéger face à des critiques légitimes.

Nous allons maintenant faire un bond en avant, en 2018, pour assister à la prolifération de nouveaux outils technologiques puissants. Ces outils ainsi que les critères extrêmement limités, en matière de contrôle de la qualité, en vigueur sur les réseaux sociaux et les plateformes de messagerie en vue de la détermination des caractéristiques requises pour l'information, facilitent la contrefaçon et permettent d'imiter des médias d'information crédibles pour faire passer pour vraies des informations frauduleuses. Il est également possible de plus en plus souvent, de manipuler le son et l'image, au-delà des techniques de montage autorisées, pour faire croire que quelqu'un a dit ou fait quelque chose à un certain endroit, et faire passer pour vraie une fausse information⁴¹, en la rendant virale sur les réseaux sociaux.

36 Laskowski, A. (2009). How a BU Prof April-Fooled the Country: When the joke was on the Associated Press, BU Today. <https://www.bu.edu/today/2009/how-a-bu-prof-april-fooled-the-country/> [consulté le 01/04/2018].

37 Baym, G (2006) The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism in Political Communication Taylor and Francis Volume 22, 2005 - Issue 3 pp 259-276 <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600591006492> [consulté le 20/07/2018].

38 Woolf, N. (2016) As fake news takes over Facebook feeds, many are taking satire as fact, The Guardian. <https://www.theguardian.com/media/2016/nov/17/facebook-fake-news-satire> [consulté le 01/04/2018].

39 Cf. Module 3 de ce manuel pour un traitement plus exhaustif de ce thème

40 Cf. Module 4

41 Solon, O (2017) The future of fake news: Don't believe everything you see, hear or read in The Guardian: <https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/26/fake-news-obama-video-trump-face2face-doctored-content> [consulté le 20/07/2018].

Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont alimentés par différents types de contenus, de nature personnelle et politique. Il y a de nombreux exemples, produits ouvertement ou de manière cachée par des gouvernements ou par des sociétés du secteur des relations publiques travaillant pour des acteurs du monde politique ou des affaires. Dans ce contexte, d'innombrables blogueurs, influenceurs sur Instagram et Youtubeurs font la promotion de produits ou d'hommes politiques sans déclarer qu'ils sont payés pour le faire. Des paiements occultes ont également été effectués en faveur de commentateurs (souvent sous de fausses identités) qui cherchent à s'imposer, à intimider ou à discréditer des journalistes sur des forums en ligne. Dans ce contexte, le journalisme perd du terrain pour devenir l'objet non seulement de critiques équitables, mais aussi d'attaques contre sa propre existence.

Maintenant, le danger est représenté par la «course à l'armement» de ceux qui répandent la désinformation à travers des médias d'information et des réseaux sociaux partisans, qui polluent l'environnement de l'information par des moyens qui peuvent se retourner contre les auteurs de la désinformation eux-mêmes.⁴² Lorsque des campagnes de désinformation ont été dévoilées au grand jour, cela a porté un grave préjudice aux acteurs impliqués dans ces faits, que ce soit les agences ou leurs clients du monde politique (cf. par exemple, les récentes affaires Bell-Pottinger^{43 44 45 46} et Cambridge Analytica^{47 48}).

Il s'ensuit que, dans un contexte de polarisation, la désinformation alimentée par les outils numériques risque d'éclipser le rôle du journalisme et, pire encore, le journalisme fondé sur des faits vérifiables divulgués dans l'intérêt général - un accomplissement historique récent qui n'est nullement garanti - risque d'être décrédibilisé si l'on n'adopte pas les précautions nécessaires pour éviter la manipulation de l'information. Lorsque le journalisme se transforme en un véhicule de désinformation, la confiance du public dans les moyens d'information baisse et l'opinion cynique selon laquelle il n'y a pas de différence entre les récits divulgués par les journalistes et ceux diffusés par les acteurs de la désinformation se répand. C'est la raison pour laquelle l'historique relatif à l'emploi controversé des contenus et à ses différentes formes est instructif. En effet, l'analyse de l'évolution multiforme des «désordres de l'information» au 21^e siècle doit aider à mieux comprendre les causes et les effets d'une menace mondiale sans précédents - allant du harcèlement des journalistes par des «armées de trolls» cautionnées par les Etats à la manipulation des élections, des dommages pour la santé publique à l'ignorance coupable des risques du changement climatique.

42 Winseck, D (2008). Information Operations «Blowback»: Communication, Propaganda and Surveillance in the Global War on Terrorism. *International Communication Gazette* 70 (6), 419-441

43 The African Network of Centers for Investigative Journalism, (2017). The Guptas, Bell Pottinger and the fake news propaganda machine, *TimeLive*. <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/> [consulté le 29/03/2018].

44 Cameron, J. (2017) Dummy's guide : Bell Pottinger – Gupta London agency, creator of WMC, BizNews <https://www.biznews.com/global-citizen/2017/08/07/dummys-guide-bell-pottinger-gupta-wmc> [consulté le 29/03/2018] and Segal, D. (2018) How Bell Pottinger, P.R. Firm for Despots and Rogues, Met Its End in South Africa. *New York Times*, 4 février 2018. <https://www.nytimes.com/2018/02/04/business/bell-pottinger-guptas-zuma-south-africa.html> [consulté le 29/03/2018].

45 Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee : The Gupta fake news factory and me. *HuffPost South Africa*. [en ligne] Disponible sur : https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [consulté le 06/04/2018].

46 Cf. Module 7

47 Lee, G. (2018). Q&A on Cambridge Analytica: The allegations so far, explained, *FactCheck, Channel 4 News*. <https://www.channel4.com/news/factcheck/cambridge-analytica-the-allegations-so-far> [consulté le 29/03/2018].

48 Cassidy, J. (2018). Cambridge Analytica Whistleblower claims that cheating swung the Brexit vote, *The New Yorker*. <https://www.newyorker.com/news/our-columnists/a-cambridge-analytica-whistleblower-claims-that-cheating-swung-the-brexit-vote> [consulté le 29/03/18].

Un manuel pour aider à lutter contre le problème de la désinformation

En tant que programme, ce manuel comprend deux parties distinctes: les trois premiers modules définissent le problème en l'inscrivant dans un contexte, tandis que les quatre modules suivants se concentrent sur les réponses possibles aux «désordres de l'information» et à leurs conséquences.

Le Premier Module, *Pourquoi c'est important: vérité, confiance et journalisme*⁴⁹ invite à réfléchir sur la signification et les conséquences plus vastes de la désinformation et de la mésinformation et sur la manière dont elles alimentent la crise de confiance dont fait l'objet le journalisme.

Le Deuxième Module, *Réflexions sur les «désordres de l'information»: formes de la mésinformation et de la désinformation*⁵⁰ décortique le problème et offre un cadre pour mieux comprendre les dimensions du problème.

Au 21^e siècle, dans la plupart des pays du monde, la confiance fragile que le public accordait aux médias était déjà en baisse avant même que les plateformes de réseaux sociaux occupent le devant de la scène, offrant à tout le monde l'espace et les outils nécessaires pour partager des informations.⁵¹ Les raisons de cette baisse de confiance sont multiples et complexes. Le besoin insatiable de contenus d'information en continu de la part des utilisateurs d'Internet, à une époque de compression des moyens alloués aux salles de rédaction a changé la face du journalisme, comme le montre le Module 3, *Transformation du secteur de l'information: technologie numérique, plateforme sociale et divulgation de la mésinformation et de la désinformation*.⁵² Maintenant, ce sont l'ampleur, l'esprit d'entreprise et la portée de la divulgation de fausses nouvelles en ligne qui sont à l'origine d'une nouvelle crise du journalisme, qui a des répercussions pour les journalistes, les médias et la société toute entière.⁵³

Alors, comment devraient répondre à ce phénomène tous ceux qui soutiennent le journalisme, y compris les enseignants, les journalistes et les responsables des politiques en matière d'information? C'est le sujet du Module 4 - *Lutter contre la mésinformation à travers l'éducation aux médias et à l'information*⁵⁴.

En fin de compte, c'est la rigueur de la vérification qui distingue le journalisme professionnel du reste de l'information⁵⁵ et c'est ce qui constitue l'objet du Module 5, *Vérification: vérification des faits*⁵⁶. Le Module 6, *Vérification des réseaux sociaux: évaluation des sources et des contenus visuels*⁵⁷ est très pratique, et traite des problèmes inhérents à la vérification et au journalisme factuel résultant de la technologie numérique et des réseaux sociaux.

49 Cf. Module 1

50 Cf. Module 2

51 Edelman. (2017). 2017 Edelman Trust Barometer- Global Results. Disponible sur <https://www.edelman.com/global-results/> [consulté le 03/04/2018].

52 Cf. Module 3

53 Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis. [en ligne] The Guardian. Disponible sur <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [consulté le 03/04/2018].

54 Cf. Module 4

55 Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect. New York: Crown Publishers.

56 Cf. Module 5

57 Cf. Module 6

En voulant faire en sorte que tout le monde puisse participer au processus de l'information, les réseaux sociaux ont entraîné la perte de certains garde-fou centralisés.⁵⁸ Le journalisme en subit les conséquences, mais, comme pour toute perturbation induite par la technologie, il faut du temps pour évaluer, mesurer et formuler des réponses. Il y a forcément une période de transition, avant l'émergence de la recherche et de meilleures pratiques concrètes.

La désinformation est un problème de portée mondiale, qui dépasse la sphère de la politique pour s'étendre à tous les aspects de l'information, y compris au changement climatique, au divertissement, etc. Toutefois, à ce jour, la plupart des études de cas documentées, des réponses initiales et des financements destinés à la recherche et aux outils viennent des Etats-Unis, où les géants mondiaux de la technologie ont leurs sièges et où les accusations formulées par le Président Donald Trump selon lesquelles les médias et les journalistes seraient des fauteurs de «fausses informations» ont encouragé le lancement d'actions et l'apport de financements.

La situation ne cesse d'évoluer, chaque jour, dans le monde entier, notamment en ce qui concerne la réponse de nombreux Etats, qui étudient des réglementations et des lois pour s'attaquer à ce problème. Les grandes entreprises technologiques ont également mis en œuvre d'importants efforts pour essayer de faire obstacle à la désinformation et à la mésinformation sur leurs plateformes respectives.

A l'époque de l'élaboration de ce manuel, la Commission Européenne a produit un rapport⁵⁹ rédigé à partir d'une enquête⁶⁰, dans lequel elle a exprimé sa préoccupation pour le préjudice causé à la société tout entière par la désinformation et la mésinformation.⁶¹ Les hommes politiques et les organismes publics, dans les différents pays, de l'Australie aux Philippines, du Canada à la France, au Royaume Uni, au Brésil, à l'Inde et à l'Indonésie, ont commencé à réfléchir à une réponse.⁶² En ce qui concerne la législation, l'Allemagne a été la première à légiférer en établissant des amendes très élevées à l'encontre des plateformes numériques qui ne supprimeraient pas de leurs pages les «contenus illicites» y compris les fausses nouvelles et les incitations à la haine, dans un délai de 24 heures après un signalement.⁶³ Le Parlement malais a également promulgué une Loi contre les Fausses Nouvelles, en avril 2018, qui a été abrogée en août de la même année.⁶⁴ Poynter a rédigé une liste à jour des réponses mises en œuvre par les différents Etats.⁶⁵

58 Colón, A. (2017). You are the new gatekeeper of the news. [en ligne] The Conversation. Disponible sur <https://theconversation.com/you-are-the-new-gatekeeper-of-the-news-71862> [consulté le 03/04/2018].

59 Commission Européenne (2018). Rapport final du Groupe d'Experts de haut niveau sur les fausses nouvelles et la désinformation en ligne. http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271 [consulté le 03/04/2018].

60 Commission Européenne (2017). Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation. [en ligne] Disponible sur http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [consulté le 03/04/2018].

61 Ansip, A. (2017). Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response. Disponible sur https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism_en [consulté le 03/04/2018].

62 Malloy, D. (2017). How the world's governments are fighting fake news. [en ligne] ozy.com. Disponible sur <http://www.ozy.com/politics-and-power/how-the-worlds-governments-are-fighting-fake-news/80671> [consulté le 03/04/2018].

63 Ministère Fédéral de la Justice et de la Protection des Consommateurs. (2017). Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks (Network Enforcement Act, netzdg). [en ligne]. Disponible sur : http://www.bmjv.de/DE/Themen/fokusthemen/netzdg/_documents/netzdg_englisch.html [consulté le 03/04/2018].


64 Malaysia scraps «fake news» law used to stifle free speech. The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2018/aug/17/malaysia-scraps-fake-news-law-used-to-stifle-free-speech> [consulté le 18/08/2018].

65 Funke, D. (2018). A guide to anti-mésinformation actions around the world (Poynter). Disponible sur <https://www.poynter.org/news/guide-anti-mésinformation-actions-around-world> [consulté le 13/07/2018].

Les défenseurs de la liberté d'expression craignent que la législation puisse nuire à la démocratisation de l'information et de l'opinion qui a été favorisée par les nouvelles technologies. Dans certains pays, la législation pourrait être utilisée pour faire taire les médias qui critiquent l'action du gouvernement.⁶⁶

Pour de nombreux journalistes, qui croient profondément en la liberté d'expression et qui ont toujours pensé jouer un rôle essentiel de soutien de la démocratie⁶⁷, la manière de lutter contre les «désordres de l'information» pose un problème complexe, qui présente également, parfois, une dimension personnelle: les attaques en ligne contre les journalistes, notamment des femmes, sont trop courantes et comportent, souvent un réel danger physique et psychologique, tout en mettant un frein à la liberté journalistique, comme le montre le Module 7 *Lutter contre les abus en ligne: lorsque les journalistes et leurs sources sont visés*.⁶⁸

La désinformation et la mésinformation ne se limitent pas à la mise en péril de la réputation et de la sécurité des journalistes. Elles remettent aussi en question le but et l'efficacité de l'activité journalistique, tout en continuant à décrédibiliser celle-ci au détriment de l'esprit civique. Les futurs journalistes et la société dans son ensemble ont intérêt à améliorer les normes et les critères ainsi que la pertinence sociale de l'activité journalistique. Ce manuel devrait encourager les chercheurs, les étudiants et les journalistes professionnels à réfléchir à la meilleure manière dont le journalisme peut contribuer au bon fonctionnement des sociétés ouvertes et des démocraties dans ce nouveau contexte, et à en débattre:



«Pour bien fonctionner, la presse et la démocratie ont besoin d'esprit critique, de transparence et doivent apprendre à tirer des leçons des conséquences des erreurs journalistiques. Elles ont également besoin que nous soyons capables, collectivement, de distinguer ces erreurs du mensonge et de la tromperie. Dans le cas contraire...la vraie information sera décrite comme fausse et les nouvelles fabriquées (foutaises) seront présentées comme des faits réels.» - Craig Silverman⁶⁹

Remarque relative à l'éthique et à l'autorégulation

Les normes professionnelles qui régissent le journalisme éthique et responsable sont une mesure de protection importante contre la désinformation et la mésinformation. Les normes et les valeurs qui guident la profession journalistique ont évolué au fil des ans afin de définir plus précisément sa mission et son mode opératoire, qui se fondent sur des informations vérifiables et des commentaires éclairés, partagés dans l'intérêt général. C'est justement sur ces facteurs que repose la crédibilité du journalisme et c'est pour cette raison que ces éléments sont inséparables du tissu de ce manuel.

Il convient de citer, dans ce contexte, ce que le professeur Charlie Beckett de la London School of Economics considère, de manière synthétique, comme la valeur potentielle que les fausses nouvelles pourraient représenter pour le journalisme:

66 Nossel, S. (2017). FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook] PEN America Disponible sur https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [consulté le 03/04/2018].

67 McNair, B. (2009). Journalism and Democracy. In: K. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch, ed., Handbook of Journalism Studies, 6th ed. [en ligne] New York: Routledge

68 Cf. Module 7

69 Silverman, C. (2018). I Helped Popularize The Term «Fake News» And Now I Cringe Every Time I Hear It. BuzzFeed. Disponible sur <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/i-helped-popularize-the-term-fake-news-and-now-i-kringe> [consulté le 03/04/2018].

«...les fausses nouvelles sont la meilleure chose qui soit arrivée depuis des décennies, car elles offrent au journalisme traditionnel l'opportunité de démontrer qu'il possède une valeur basée sur l'expertise, l'éthique, l'engagement et l'expérience. C'est une sorte de piqûre de rappel en faveur d'une plus grande transparence, pertinence et de l'apport d'une plus grande valeur ajoutée à la vie des gens. Elles peuvent contribuer à créer un nouveau modèle économique basé sur la vérification des faits, la démythification et, plus généralement, le fait de passer des paroles aux actes en tant que meilleur moyen de s'opposer à la tromperie.»⁷⁰

Bien qu'ils cherchent toujours à «raconter la vérité» les journalistes ne peuvent pas toujours garantir la «vérité». Toutefois, le journalisme se fonde sur deux principes fondamentaux, à savoir: essayer à tout prix de décrire les faits de manière véridique et produire des contenus capables de reproduire de manière précise les faits. Mais, à quoi ressemble un journalisme éthique à l'ère numérique?

Un journalisme éthique, responsable et transparent est un élément essentiel de l'arsenal nécessaire pour mener la lutte en faveur de la défense des faits et de la vérité, à l'époque des «désordres de l'information». Les journalistes d'information doivent faire entendre une voix indépendante, ce qui veut dire qu'ils ne doivent pas parler, directement ou indirectement, au nom d'intérêts particuliers. Cela veut dire également qu'ils doivent identifier et déclarer au grand jour tout ce qui peut constituer un conflit d'intérêts, dans un souci de transparence. Comme l'a expliqué le professeur Emily Bell du Tow Center for Digital Journalism de la Columbia University, les valeurs essentielles du journalisme professionnel consistent à:

«Vérifier l'exactitude des informations, assumer la responsabilité de leur éventuelle inexactitude, faire preuve de transparence au sujet des sources des récits et des informations, tenir tête aux intimidations, aux menaces et à la censure des gouvernements, des groupes de pression et de la police et aux intérêts commerciaux. Protéger vos sources contre les arrestations et la divulgation. Savoir quand la défense de l'intérêt général est suffisamment importante pour justifier la violation de la loi et être prêts à aller en prison pour défendre vos informations et vos sources. Savoir dans quels cas la publication de certaines informations est contraire à l'éthique. Savoir établir le juste équilibre entre la protection de la vie privée et le plus vaste droit de l'intérêt général.»⁷¹

Face à des hommes politiques peu scrupuleux, aux «désordres de l'information» aux manifestations de haine sur les réseaux sociaux, à la prolifération du «marketing de contenu» à la publicité et à des relations publiques aptes uniquement à servir des intérêts particuliers, les médias et les journalistes d'information doivent placer le journalisme éthique au centre d'un modèle de pratiques durables, même en pleine crise financière et de confiance. Les démocraties aussi ont un rôle important à jouer dans la défense du journalisme et dans la protection des journalistes et des sources lorsque l'intérêt public est en jeu.

Ce sont les codes d'éthique⁷², spécialement conçus comme support à la collecte et à la vérification des informations dans l'intérêt général, qui distinguent le journalisme, et notamment les reportages d'actualité,

70 Beckett, C. (2017). «fake news»: The best thing that's happened to Journalism at Polis. <http://blogs.lse.ac.uk/polis/2017/03/11/fake-news-the-best-thing-thats-happened-to-journalism/> [consulté le 04/03/2018].

71 Bell, E. (2015). Hugh Cudlipp Lecture (Full text), The Guardian <https://www.theguardian.com/media/2015/jan/28/emily-bells-2015-hugh-cudlipp-lecture-full-text> [consulté le 01/04/2018].

72 Cf., par exemple, le «Code d'Éthique Journalistique» de l'Australian Media, Entertainment and Arts Alliance». Disponible sur : <https://meaa.org/meaa-media/code-of-ethics/> [consulté le : 04/03/2018].

des autres types de communication. Ceci assume une importance particulière à l'ère numérique où l'on assiste non seulement à une démocratisation des communications, mais aussi à un flux constant de désinformation, mésinformation, fausses nouvelles et abus. Dans ce contexte, un journalisme éthique est encore plus important, en tant que cadre pour l'établissement de modèles de journalisme susceptibles de favoriser la confiance et la responsabilité en vue de la création d'un dialogue sérieux avec le public.

La confiance dans une information exacte, fiable et indépendante est essentielle pour fidéliser le public et permettre la création d'une sphère publique commune, dans laquelle le débat peut avoir lieu sur la base de faits partagés. Un public informé, capable d'apprécier et partager des contenus crédibles, est un antidote essentiel à la diffusion incontrôlée de la désinformation et de la mésinformation.

Afin d'intégrer et d'enraciner ces valeurs essentielles dans un environnement de l'information en pleine évolution, les rédactions et les médias adoptent et adaptent des codes de conduite et créent des dispositifs pour en rendre compte au public, par le biais de structures d'autorégulation telles que les conseils de presse, les médiateurs et les politiques éditoriales.

Ces structures permettent d'identifier les erreurs dans un contexte professionnel d'évaluation collégiale; elles peuvent faciliter la reconnaissance publique des erreurs et requérir les corrections nécessaires et aident à renforcer les normes professionnelles concernant la publication de l'information dans l'intérêt général. Ces structures, bien que souvent méprisées et décrites comme des «tigres de papier» par tous ceux qui privilégient une régulation externe des médias d'information, jouent un rôle important dans la lutte contre la désinformation, car elles contribuent à renforcer la fiabilité et la transparence des professionnels et, par conséquent, la confiance du public dans le journalisme dans son ensemble. Elles aident également à définir plus précisément les caractéristiques du journalisme qui adopte une pratique de vérification rigoureuse dans une optique de précision et de fiabilité, en établissant des lignes de démarcation claires par rapport à la désinformation, à la propagande, à la publicité et aux relations publiques.

Du «journaliste» au journalisme

L'époque où l'éthique journalistique se limitait à une carrière ou à une occupation/profession (parfois peu respectée) est terminée. Ceci est largement reconnu, y compris par les Nations Unies, par exemple dans le rapport du Secrétaire général sur la sécurité des journalistes 2017A/72/290⁷³ de 2017, dans lequel on lit:

«Le terme «journaliste» inclut les journalistes et les autres personnes qui travaillent dans les médias. Le journalisme est défini dans le document CCPR/C/GC/34, par. 44, en tant que «fonction partagée par une vaste catégorie d'acteurs, y compris des reporters et des analystes professionnels à temps plein, ainsi que des bloggeurs et d'autres personnes qui autopublient leurs textes sur papier, sur Internet ou ailleurs.»⁷⁴

Dans ce même esprit, la Conférence générale de l'UNESCO fait référence aux «journalistes, professionnels des médias et producteurs des médias sociaux qui contribuent pour une large part au journalisme» (Résolution 39,

⁷³ Disponible sur: <https://digitallibrary.un.org/record/1304392?ln=en> [consulté le 16/06/2018].

⁷⁴ See also UN documents A/HRC/20/17, paras. 3-5, A/HRC/20/22 and Corr.1, para. 26, A/HRC/24/23, para. 9, A/HRC/27/35, para. 9, A/69/268, para. 4, and A/HRC/16/44 and Corr.1, para. 47.

novembre 2017)⁷⁵. Le Plan d'action des Nations Unies sur la sécurité des journalistes et la question de l'impunité, proposé par le Conseil des chefs de secrétariat des Nations Unies, en 2012, note: «la protection des journalistes ne doit pas s'appliquer uniquement aux personnes officiellement reconnues comme des journalistes, mais aussi à d'autres personnes telles que les travailleurs des médias communautaires et les journalistes citoyens et d'autres qui utilisent les nouveaux médias en tant que moyen de toucher leurs publics».⁷⁶


Dans ce contexte, le journalisme peut être considéré comme une activité régie par des normes d'éthique basées sur une information vérifiable partagée dans l'intérêt général. Ceux qui peuvent affirmer qu'ils font du journalisme sont plus nombreux que ceux qui exercent le journalisme à titre professionnel, tandis que ceux qui sont employés en tant que journalistes ou identifiés comme tels peuvent ne pas produire, occasionnellement ou systématiquement, des contenus qui peuvent être considérés comme des exemples de journalisme précis, équitable, professionnel et indépendant, dans l'intérêt général. Ce qui importe n'est pas tant le statut officiel ou revendiqué, mais plutôt le caractère du contenu produit.

Bien que le journalisme se fonde sur l'exercice de la liberté d'expression, qui est un droit dont bénéficie chaque individu, il s'agit d'un exercice spécifique de ce droit, qui doit être conforme à certaines normes lui permettant de se distinguer d'autres formes d'expression (par ex. la poésie, les relations publiques, la publicité, la désinformation, etc.). Ces normes sont étroitement liées à l'éthique de la pratique journalistique professionnelle.

La transparence est-elle la nouvelle objectivité?

L'objectivité peut être interprétée de différentes manières. L'objectivité considérée comme une prise de distance de la subjectivité est un sujet controversé dans le domaine du journalisme. On peut toujours essayer de l'atteindre, mais ce n'est pas toujours possible ni souhaitable face à des actes brutaux et inhumains (par exemple, une communication juste et indépendante de l'information ne conférerait pas la même valeur morale aux revendications des personnes accusées de crimes contre l'humanité qu'à celle des victimes qui ont survécu à leurs exactions, même si la véracité des affirmations de ces dernières doit également être vérifiée). L'équité, l'indépendance, l'exactitude, la contextualité, la transparence, la protection de sources confidentielles et la perspicacité⁷⁷ dans l'information créent la confiance et la crédibilité.

En 2009, le Dr David Weinberger, chercheur de l'Université de Harvard, déclarait que la «Transparence est la nouvelle objectivité»⁷⁸. Cette même année, l'ancien directeur de la Division Global News de la BBC, Richard Sambrook, expliquait que la transparence, et non pas l'objectivité, était source de confiance «à l'époque des nouveaux médias»:

 «...les nouvelles, aujourd'hui, doivent, bien sûr, être exactes et honnêtes, mais il est également important pour les lecteurs, les auditeurs et les spectateurs de voir de quelle manière les nouvelles sont produites, d'où vient l'information et comment elle fonctionne. L'origine des nouvelles est tout aussi importante que leur diffusion.»⁷⁹

75 Actes de la Conférence Générale. 39^e session. Paris, 30 octobre – 14 novembre 2017. <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [consulté le 02/07/2018].

76 UN Plan of Action on the Safety of Journalists and the Issue of Impunity. 1CI-12/CONF.202/6 https://en.unesco.org/sites/default/files/un-plan-on-safety-journalists_en.pdf [consulté le 03/11/2017].

77 Cf. «principes essentiels» au chapitre suivant

78 Weinberger, D. (2009). Transparency is the new objectivity. <http://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/> [consulté le 28/03/2018].

79 Bunz, M. (2009). How Social Networking is Changing Journalism. <https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/18/oxford-social-media-convention-2009-journalism-blogs> [consulté le 28/03/2018].

Différences

Les composantes essentielles de la pratique journalistique professionnelle décrites ci-dessus ne signifient pas qu'il existe une seule et unique forme de journalisme. Ces objectifs peuvent être atteints avec divers types de styles et de récits journalistiques, qui se fondent sur différentes valeurs et différentes conceptions de l'honnêteté, de la contextualité, de la pertinence des faits,

etc. Par exemple, différents médias peuvent assumer un point de vue différent sur une certaine nouvelle (que certains peuvent même ignorer totalement), sans pour autant abandonner «le domaine de l'information» pour s'aventurer dans celui de la désinformation et de la mésinformation (cf. le chapitre suivant Comment utiliser ce manuel en tant que modèle de programme, ainsi que les Modules 1, 2 et 3). Cependant, c'est lorsque le contenu se départit des principes mêmes du journalisme, tout en se faisant passer pour de l'information, que nous n'avons plus affaire au journalisme, mais plutôt à une forme particulière de désinformation.

Ce chapitre introductif a servi à éclairer un certain nombre de questions soulevées par le débat sur les «fausses nouvelles», tout en fournissant un cadre pour l'explication, l'analyse et les modules d'enseignement qui suivent.

COMMENT UTILISER CE MANUEL EN TANT QUE MODELE DE PROGRAMME

Julie Posetti

Nous avons adopté, pour ce cours, un modèle pédagogique⁸⁰, dans le cadre duquel tous les utilisateurs sont encouragés à apporter au processus leurs expériences personnelles. Les leçons ne doivent pas être respectées à la lettre: bien au contraire elles peuvent et doivent être adaptées en fonction du pays, de l'environnement culturel et institutionnel et du secteur dans lequel se déroule l'enseignement ou la formation. Bien que nous ayons fait tout le possible pour rendre ce manuel intéressant et pertinent dans le monde entier, il n'est pas exclu qu'il comporte des lacunes. Par conséquent, les auteurs encouragent vivement les enseignants, les formateurs et les participants à intégrer les études de cas, les exemples et les sources fournis dans cette publication à d'autres exemples, études de cas et sources qui reflètent l'expérience locale, dans leur langue spécifique.

En ayant tout cela à l'esprit, voici quelques suggestions pour l'utilisation de ce manuel:

- ▶ En tant que cours/sujet complet inséré dans le programme d'un diplôme d'enseignement supérieur/d'une spécialisation en matière de journalisme, communications, médias numériques ou étude des médias. Cela pourrait être également choisi comme matière facultative dans des cours de politique et de sociologie traitant de questions liées aux médias et à la communication.
- ▶ En tant que ressource pour compléter un cours/sujet déjà existant (par ex. Histoire des médias; Ethique des médias; Collecte et vérification des nouvelles; Critique des médias; Pratique des médias numériques; Journalism et société). De nombreuses études de cas, documentations et suggestions de lecture peuvent être intégrées aux cours/sujets existants en vue de la mise à jour des contenus et des problèmes résultant de la diffusion de plus en plus rapide de la désinformation.
- ▶ En tant que sujets ou cours à part entière proposés aux journalistes, aux défenseurs des droits humains et aux autres professionnels du journalisme par de nouvelles organisations, de nouveaux organismes du secteur ou des agences de développement des médias.
- ▶ En tant que manuel de formation: les formateurs dans le domaine du journalisme pourront souhaiter adapter les modules à leurs propres exigences, en se basant sur les listes de lectures recommandées et sur des études de cas en vue de leur inclusion dans un ensemble de ressources plus ciblées visant certaines catégories de journalistes.
- ▶ En tant que source d'inspiration pour une série de blogs hébergés par des organismes du secteur, des médias ou des agences de développement des médias dans le cadre d'un exercice de partage des connaissances.

80 Banda, F (Ed) 2015 Teaching Journalism for Sustainable Development : New Syllabi (UNESCO, Paris <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf>) [consulté le : 28/03/2018].

- ▶ En tant que ressource de lecture pour les journalistes actifs, en vue de leur enrichissement intellectuel et de leur développement professionnel. Par exemple, de nombreuses techniques examinées peuvent être employées dans l'élaboration des reportages par le biais d'un «apprentissage autodirigé». Certaines études de cas peuvent également servir de source d'inspiration pour des reportages plus sophistiqués, concernant des faits qui se sont produits au niveau local et qui peuvent être explorés sur des bases contextuelles plus complexes (par ex. l'histoire d'un canular qui a réussi à duper des journalistes locaux peut être traitée dans le cadre d'un reportage plus général sur les canulars à l'échelle internationale, en soulignant de quelle manière la diffusion de la désinformation et de la mésinformation est devenue de plus en plus virale via les réseaux sociaux).
- ▶ En tant que base d'un ensemble de lectures, ressources et outils spécialement conçus pour la recherche et la pratique dans ce domaine émergent.

Principes essentiels

Grâce à la transparence des processus et à une application explicite des principes d'éthique, le rôle spécifique que joue le journalisme aujourd'hui repose sur sa capacité d'apporter de la clarté et de la confiance autour de contenus vérifiés. Les sept principes suivants, qui concernent, de près ou de loin, l'éthique, doivent inspirer l'exécution de ce cours et orienter les exercices, les débats et les évaluations:

- ▶ **Exactitude:** les journalistes ne peuvent pas toujours garantir la «vérité» mais l'exactitude et la description pertinente des faits restent l'un des principes essentiels du journalisme.
- ▶ **Indépendance:** les journalistes doivent s'exprimer de manière indépendante, ce qui veut dire qu'ils ne doivent pas servir, directement ou indirectement, des intérêts particuliers ni déclarer des éléments qui seraient susceptibles de comporter un conflit d'intérêts, dans l'intérêt de la transparence.
- ▶ **Honnêteté:** une communication honnête des informations, des événements, des sources et de leurs récits implique le tri, la pondération et l'évaluation des informations selon des critères de perspicacité et d'ouverture d'esprit. En précisant le contexte et en présentant des points de vue différents et divergents, le journaliste suscite la confiance chez le lecteur ou le spectateur.
- ▶ **Confidentialité:** L'une des bases essentielles du journalisme d'investigation est la protection des sources confidentielles (qui admet très peu de dérogations). La confidentialité des sources est essentielle pour conserver la confiance des sources d'informations utilisées (et notamment des lanceurs d'alerte) et en garantir, dans certains cas, la sécurité physique.⁸¹
- ▶ **Humanité:** Les contenus publiés ou diffusés par les journalistes peuvent se révéler nécessairement douloureux (par ex. l'humiliation éprouvée par un politicien corrompu dont les pratiques sont mises à nu par des journalistes d'investigation compétents) et il

⁸¹ Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age (UNESCO) <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [consulté le 28/03/2018].

convient donc de s'interroger sur l'impact que le journalisme peut avoir sur la vie des autres. Dans ce cas, le principe directeur doit être l'intérêt général.⁸² Être humains veut également dire être conscients des problèmes rencontrés par les catégories les plus défavorisées de la population, même s'il ne s'agit pas non plus de choisir, toujours, dans sa pratique journalistique, une perspective de justice sociale.

- ▶ **La fiabilité** est certainement un signe de professionnalisme et de journalisme éthique⁸³. Cela veut dire savoir corriger rapidement les erreurs, de manière franche et visible, être à l'écoute des préoccupations des lecteurs⁸⁴ et savoir y répondre. Ces pratiques peuvent être établies dans les notes d'orientation et les dispositifs d'autorégulation des médias, qui requièrent que les journalistes rendent des comptes selon les principes contenus dans des codes de conduite adoptés volontairement.
- ▶ **La transparence** dans la pratique journalistique est le corollaire de la fiabilité et contribue à développer et conserver la confiance dans le journalisme.⁸⁵

Dans ce contexte, la question de la liberté et du pluralisme des moyens d'information est tout aussi importante que l'indépendance des médias. Le pluralisme des organes tout comme la diversité du personnel, des sources et du matériel de recherche sont essentiels si le journalisme, dans son ensemble, veut contribuer à la démocratie et au développement durable des sociétés ouvertes. Les médias participatifs, tels que les radios communautaires et les réseaux sociaux, sont également importants pour faire entendre, dans l'information, la voix des catégories les plus défavorisées ou sous-représentées de la société. Le pluralisme implique également la reconnaissance de la validité d'un certain nombre de récits dans le cadre d'une pratique journalistique éthique, tout en identifiant la désinformation, la propagande et d'autres types de contenus non conformes aux principes professionnels. (Cf. Modules 1, 2 et 3).

Questions à prendre en compte

Le débat relatif à l'éthique dans le journalisme, dans un monde où la désinformation, la mésinformation et la propagande font rage pourrait commencer par l'examen des questions suivantes:

- ▶ Quelle est exactement l'essence du journalisme à l'ère du numérique? (Ce qui ne se résume pas à la question «Qui est le journaliste?» et implique une compréhension plus subtile du journalisme contemporain)
- ▶ Qu'est-ce qui distingue le journalisme d'une plus vaste création et publication de contenus (dont la publicité, le marketing, les relations publiques, la désinformation et la mésinformation) en ligne et hors ligne?

82 Pour un nouveau modèle d'éthique basé sur l'empathie à l'ère du Numérique, cf. : Shelton, A. G., Pearson, M. & Sugath, S. (2017) *Mindful Journalism and News Ethics in the Digital Era: A Buddhist Approach*. Routledge, London. <https://www.crcpress.com/Mindful-Journalism-and-News-Ethics-in-the-Digital-Era-A-Buddhist-Approach/Gunaratne-Pearson-Senarath/p/book/9781138306066> [consulté le 01/04/2018].

83 Cf. : <http://ethicaljournalismnetwork.org/what-we-do/accountable-journalism> [consulté le 22/4/2018].

84 Locker, K. & Kang, A. (2018). Focused listening can help address journalism's trust problem, at American Press Institute. <https://www.americanpressinstitute.org/publications/focused-listening-trust/> [consulté le 28/03/2018].

85 Aronson-Rath, R. (2017). Transparency is the antidote to fake news on NiemanLab, December 2017 <http://www.niemanlab.org/2017/12/transparency-is-the-antidote-to-fake-news/> [consulté le 15/06/2018].

- ▶ Quels intérêts le praticien du journalisme doit-il servir?
- ▶ Les praticiens du journalisme doivent-ils être tenus pour responsables de contenus qu'ils produisent/publient? Dans ce cas, pourquoi et par qui? Dans le cas contraire, pourquoi pas?
- ▶ Quelles obligations les praticiens du journalisme ont-ils vis-à-vis de leurs sources, sujets et publics?
- ▶ Quels sont les nouveaux problèmes d'éthique que les journalistes professionnels doivent prendre en compte dans le contexte actuel de «désordres de l'information»?

Critères d'évaluation

Le but principal de cette publication est l'approfondissement des capacités de réflexion critique et le renforcement des défenses des étudiants en journalisme, des journalistes professionnels et des autres personnes qui «pratiquent le journalisme». Les critères d'évaluation essentiels doivent être l'exactitude et la vérification des faits ainsi que le respect des principes d'éthique fondamentaux, l'approfondissement de la recherche et l'analyse critique.

Critères d'évaluation suggérés pour des exercices théoriques:

- ▶ Exactitude et vérification (par ex., les sources ont-elles été citées et présentées de manière précise; des méthodes de vérification adéquates ont-elles été employées?)
- ▶ Solidité de la recherche (par ex., dans quelle mesure le participant a-t-il cherché à trouver des données/sources solides, pertinentes à l'appui de ses arguments/constatations?)
- ▶ Qualité de l'argumentation et de l'analyse (dans quelle mesure les arguments et les analyses présentés sont-ils originaux et approfondis?)
- ▶ Expression écrite (orthographe, grammaire, ponctuation, syntaxe)
- ▶ Avec quel degré d'efficacité l'article/le reportage démontre-t-il les résultats de l'enseignement du module?

Critères d'évaluation suggérés pour des exercices pratiques/tâches journalistiques:

- ▶ Exactitude et vérification (par ex., les sources ont-elles été citées et présentées de manière précise; des méthodes de vérification adéquates ont-elles été employées?)
- ▶ Solidité de la recherche (par ex., dans quelle mesure le participant a-t-il cherché à trouver des données/sources solides, pertinentes, à l'appui de ses arguments/constatations?)
- ▶ Analyse critique (par ex., avec quel niveau de réflexion le participant s'interroge-t-il sur les questions essentielles pour le public?)
- ▶ Originalité
- ▶ Force du récit (par ex. quel est l'impact du récit/de la production sur le lecteur/le spectateur /l'auditeur?)

- ▶ Valeur de la production (par ex., quelle est la qualité du montage audio/vidéo et des éléments multimédia)
- ▶ Expression écrite (orthographe, grammaire, ponctuation, syntaxe)
- ▶ Adhésion aux valeurs d'éthique essentielles exprimées dans les codes de déontologie professionnelle

Modalités de présentation

Ces modules ont été conçus pour un enseignement en vis-à-vis ou en ligne. En ce qui concerne un certain nombre de leçons, les participants bénéficieront d'un environnement d'apprentissage collaboratif en ligne (par le biais d'une plateforme d'enseignement comme Moodle ou de Groupes Facebook, par exemple) ou en vis-à-vis.

La plupart des leçons sont en deux parties, à savoir une partie théorique (comprenant des séminaires, des lectures ou des présentations sous la forme de conférences) et des exercices pratiques (par exemple, des exercices de vérification assignés à des groupes de travail). En règle générale, la partie théorique a une durée de 60-90 minutes, tandis que l'atelier ou le tutoriel dure entre 90 minutes et deux heures.

La durée des sessions peut être prolongée ou réduite ou encore fractionnée et/ou étendue sur plusieurs journées en fonction du cadre d'enseignement/d'apprentissage de l'institution concernée. Nous suggérons d'assigner un exercice pour chaque module.

Chaque fois que possible, les enseignants et les formateurs sont encouragés à intervenir dans le cadre des cours des praticiens du secteur et des experts en conférences interactives et en forums de discussion et à insérer dans le programme du cours des études de cas, des débats et des questions d'actualité.

Par ailleurs, les concepteurs de ce cours invitent les enseignants et les formateurs à insérer, dans leurs leçons, du matériel et des exemples de portée locale ou régionale, aussi bien en termes linguistiques que culturels.

Matériel et ressources

Les formateurs et les participants nécessiteront une connexion internet et un accès aux bases de données des universités et/ou de Google Scholar.

Pour la collecte de ressources d'enseignement supplémentaires pour l'application pratique des résultats globaux de l'enseignement, vous pourrez consulter un site très utile, First Draft News.⁸⁶

N.B.: les droits relatifs aux contenus et aux ressources figurant dans le présent manuel doivent être mentionnés de manière adéquate en les attribuant aux éditeurs du programme et aux auteurs correspondants.

⁸⁶ <https://firstdraftnews.com/> [consulté le 28/03/2018].

Approche pédagogique

Ce modèle de cours spécialisé suit la publication, par l'UNESCO, depuis 2007, de plusieurs modèles de programmes relatifs à l'enseignement du journalisme⁸⁷. L'approche pédagogique est également basée sur les publications *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*⁸⁸ et le *Model Course on Safety of Journalists* de l'UNESCO⁸⁹ par lesquels les enseignants encouragent et mettent en pratique les approches suivantes:

- ▶ Approche d'approfondissement des questions
- ▶ Apprentissage basé sur les problèmes (APB)
- ▶ Analyse scientifique
- ▶ Etude de cas
- ▶ Apprentissage coopératif
- ▶ Analyse textuelle
- ▶ Analyse contextuelle
- ▶ Traductions
- ▶ Simulations
- ▶ Production

Par ailleurs, les enseignants et les formateurs chargés de dispenser ce cours sont encouragés à explorer l'idée d'«apprentissage journalistique par projet»⁹⁰, qui développe les résultats de l'enseignement par l'application et le test de compétences dans le cadre de la production de contenus journalistiques. Les participants doivent également être conscients de la possibilité qui leur est offerte de produire rapidement des arguments convaincants, potentiellement viraux, pour contrer la désinformation et doivent bénéficier de l'espace nécessaire pour mettre en pratique cette méthode.⁹¹

87 Modèles de programmes de l'UNESCO pour l'enseignement du journalisme (2007). <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209E.pdf> [consulté le 28/03/2018]. Cf. également UNESCO's Model Curricula For Journalism Education : a compendium of new syllabi (2013). [consulté le 28/03/2018 : <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002211/221199E.pdf>]; et Teaching Journalism for Sustainable Development : new syllabi (2015). <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf> [consulté le 28/03/2018].

88 Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. and Cheung, C. (2011). *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*. [ebook] Paris : UNESCO. <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf> [consulté le 28/03/2018].

89 UNESCO (2017) *Model Course on Safety of Journalists: A guide for journalism teachers in the Arab States*. : <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002482/248297e.pdf> [consulté le 28/03/2018].

90 Posetti, J & McHugh, S (2017) Transforming legacy print journalism into a successful podcast format: An ethnographic study of The Age's Phoebe's Fall. Peer reviewed conference paper presented at the International Association of Media and Communications Researchers conference in Cartagena, Colombia 18/07/2017

91 Un exemple intéressant est contenu dans ce clip provenant du hashtag our stories : <https://www.facebook.com/hashtagoursa/videos/679504652440492/> [consulté le 15/06/2018].

VERITE, CONFIANCE ET JOURNALISME : POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Cherilyn Ireton



MODULE 1



Synopsis

Dans de nombreuses régions du monde, la confiance dans les médias et dans le journalisme était déjà fragilisée bien avant l'avènement des réseaux sociaux¹. Cette tendance n'est pas distincte de la baisse de confiance dans les institutions qui est commune à différentes sociétés. Toutefois, le simple volume et la portée de la désinformation et de la mésinformation déguisées en information et divulguées via les réseaux sociaux a créé une contagion qui constitue une menace ultérieure pour la crédibilité du journalisme. Ceci a des conséquences pour les journalistes, les médias d'information, les citoyens et les sociétés ouvertes².

Dans un environnement d'information libre et gratuite pour tous, sur les réseaux sociaux et sur Internet, n'importe qui peut publier ce qui lui plaît. Par conséquent, le public a du mal à distinguer le vrai du faux. Le cynisme et la méfiance règnent. Les points de vue extrêmes, le complotisme et le populisme prolifèrent, tandis que les vérités et les institutions qui étaient autrefois acceptées sont maintenant remises en question. Dans ce contexte, les rédactions doivent lutter pour pouvoir revendiquer et remplir leur rôle historique de garde-fou³, dont le produit peut contribuer à rétablir la vérité. En même temps, l'ascension des marchés de la « communication stratégique » et des « activités d'information » notamment de la désinformation et de l'information malveillante, représente maintenant un facteur essentiel de l'écosystème de l'information.⁴

Au fur et à mesure que l'importance et les conséquences des « désordres de l'information » pour la société deviennent visibles, les architectes des réseaux sociaux sont également concernés. Le Responsable « Produit Engagement Civique » de Facebook, Samidh Chakrabarti, a admis: « S'il existe une vérité fondamentale concernant l'impact des réseaux sociaux sur la démocratie, c'est bien le fait qu'ils amplifient les intentions des utilisateurs, qu'elles soient bonnes ou mauvaises. Dans le meilleur des cas, ils nous permettent de nous exprimer et d'agir. Dans le pire des cas, ils permettent aux gens de répandre la mésinformation et d'attaquer de l'intérieur la démocratie ».⁵

Il est évident que, pour s'attaquer à ce problème, des interventions sont nécessaires, à tous les niveaux. L'on peut être tenté de résoudre ce problème par la régulation, et de nombreux pays ont choisi de le faire⁶, mais, les défenseurs de la liberté d'expression estiment que cela pourrait nuire à l'ouverture et à la participation offertes par les nouvelles technologies.⁷

1 Edelman. (2017). Edelman Trust Barometer - Global Results. [en ligne]. Disponible sur : <https://www.edelman.com/global-results> [consulté le 03/04/2018].

2 Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis. [en ligne] the Guardian. Disponible sur : <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [consulté le 03/04/2018].

3 Singer, J. (2013). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society*, [en ligne] 16(1), pp.55-73. Disponible sur : <https://pdfs.semanticscholar.org/0d59/6a002c26a74cd45e15fbc20e64173cf2f912.pdf> [consulté le 03/04/2018].

4 Cf., par exemple, les cas décrits dans Gu, L.; Kropotov, V and Yarochkin, F. (nd). *The Fake News Machine How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public*. https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf [consulté le 16/06/2018]. Une autre étude a été publiée par le Data & Society Research Institute, New York (2017) *Media Manipulation and Désinformation En ligne*, <https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-en-ligne/> [consulté le 15/06/2018].

5 Chakrabarti, S. (2018). *Hard Questions: What Effect Does Social Media Have on Democracy?* Facebook Newsroom. [en ligne] Newsroom. fb.com. Disponible sur : <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy/> [consulté le 03/04/2018].

6 Funke, D. (2018) *A guide to anti-mésinformation actions around the world* Poynter <https://www.poynter.org/news/guide-anti-mésinformation-actions-around-world> [consulté le 22/05/2018].

7 Nossel, S. (2017). *Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [ebook] PEN America. Disponible sur : https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [consulté le 03/04/2018].

En particulier, en cas de dérive autoritaire du pouvoir, les dirigeants pourraient disposer facilement d'une arme puissante pour déterminer ce qui est «faux» et ce qui ne l'est pas, concernant la couverture critique de leur action.

Une autre option est celle proposée par la société civile et certaines entreprises, qui consiste à rendre le public plus éclairé et à lui fournir les outils nécessaires pour interpréter et évaluer l'information qu'il reçoit. De l'Afrique du Sud⁸ au Mexique⁹, les exemples ne manquent pas. Les entités spécialisées dans la vérification des faits fleurissent un peu partout (comme l'explique ce manuel).

Dans ce contexte, les journalistes et les étudiants en journalisme doivent connaître ces initiatives et le rôle complémentaire qu'elles peuvent jouer. D'où ce manuel.

En ce qui concerne les journalistes, qui se sont souvent considérés comme un soutien essentiel des sociétés démocratiques et ouvertes, la désinformation et la mésinformation ne mettent pas seulement en jeu leur réputation. Les «désordres de l'information» remettent en cause le but de leur activité et leur efficacité.

Ceci souligne encore une fois l'importance de l'indépendance des médias et de la déontologie journalistique. Ceci ne veut pas dire que le journalisme est libre de toute idéologie dominante ou hors de tout préjugé basé sur le genre, l'origine ethnique, la langue, la classe sociale etc. ou de l'origine sociale ou culturelle, ni qu'il ignore les problèmes systémiques résultant de l'influence du contexte institutionnel lié à la propriété, aux modèles économiques, à l'intérêt général, aux relations publiques, etc. Toutefois, ce manuel souligne l'importance de l'éthique journalistique en tant que principe directeur dans la couverture de l'information et dans la réflexion mise en œuvre par les journalistes sur leur propre vision du monde et des différents contextes. Il affirme que le journalisme n'est pas une «vision venue de nulle part» mais une pratique qui requiert la plus grande transparence si l'on veut que le public ait confiance dans son respect des principes généraux de vérifiabilité et d'intérêt général, indépendamment des sujets traités et des points de vue qu'ils impliquent.¹⁰

Dans cette leçon, les formateurs doivent encourager les participants à analyser de façon critique de quelle manière le journalisme peut apporter sa contribution à la société et à la démocratie; de quelle manière les «désordres de l'information» affectent - et risquent d'affecter encore davantage, à l'avenir - la démocratie et les sociétés ouvertes; de quelle manière le journalisme peut s'améliorer et, ce faisant, peut rétablir la confiance du public dans ses méthodes et ses principes en tant que moyens capables de générer des informations vérifiables dans l'intérêt général. Il ne s'agit pas de créer une confiance aveugle dans les praticiens du journalisme, mais de reconnaître leur caractère spécifique et leur aspiration au respect des processus et des principes permettant de produire des informations vérifiées dans l'intérêt général et de les évaluer en conséquence. Ceci implique de savoir reconnaître

8 #KnowNews est une extension de navigateur développée par l'ONG sud-africaine Media Monitoring Africa, qui vise à aider le public à identifier la crédibilité des informations contenues dans le site qu'ils sont en train de visiter : <https://chrome.google.com/webstore/search/KnowNews> [consulté le 15/06/2018].

9 Cf. le site web <https://verificado.mx/> qui représente une alliance de 60 média, organisations de la société civile et institutions universitaires spécialisées dans la vérification des contenus contestés pendant les élections mexicaines de 2018. [consulté le 15/06/2018]; <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-19906-media-collaboration-and-citizen-input-fueled-verificado-2018-fact-checking-mexican-ele> [consulté le 04/07/2018].

10 Cf. Rosen, J. (2010). The View from Nowhere: Questions and Answers. PressThink. <http://pressthink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/> [consulté le 15/06/2018].

la valeur du «scepticisme» qui est le contraire du cynisme, ainsi que la capacité des lecteurs et des spectateurs de distinguer ceux qui prétendent pratiquer le journalisme et ceux qui cherchent à pratiquer de manière honnête le journalisme (en faisant preuve de la transparence et de la fiabilité requises et en jouissant de la bonne réputation qui en résulte). Pour les journalistes et les étudiants en journalisme, cela signifie comprendre l'environnement changeant de l'information et savoir répondre aux défis liés à son évolution.



Aperçu

Afin de comprendre les conséquences des «désordres de l'information» pour les journalistes et les sociétés au service desquelles ils travaillent, les participants doivent analyser les profonds changements subis par le journalisme et les médias traditionnels, tant au niveau structurel qu'au niveau culturel et normatif, suite à la rapide évolution de la technologie numérique et des dispositifs personnels connectés à Internet. Le principal élément est constitué par la relation qui existe entre l'accélération qu'ont subie les problèmes liés à la confiance dans le journalisme et la fréquentation des réseaux sociaux.¹¹

Il serait injuste d'attribuer entièrement aux réseaux sociaux les difficultés rencontrées par le journalisme. La confiance est directement liée à la compétence des journalistes et il existe également une corrélation avec la diminution, dans de nombreuses régions du monde, de la confiance dans l'Etat, dans le monde économique et dans les institutions.¹²

Les changements structurels dans la manière de collecter et diffuser les informations et la chute du modèle économique principal sur lequel se fondaient les médias traditionnels ont privé le secteur de l'information de capacités et compétences journalistiques dans les rédactions, ce qui a affecté la profondeur, l'ampleur et la qualité de la couverture des informations.¹³ La baisse des fonds disponibles pour les rédactions des médias de service public et un contrôle permanent de la part de l'Etat dans la plupart de ce secteur ont également réduit l'offre d'information.

La transformation numérique, tout en entraînant de nouveaux modes de narration intéressants et une plus grande implication du public dans le processus d'information, a également créé des défis significatifs pour des organes d'information traditionnels déjà affaiblis. Les organes d'information uniquement présents sur les réseaux numériques, en général, n'ont pas encore développé un volume journalistique suffisant pour arrêter la dégradation du journalisme.¹⁴

Dans l'écosystème démocratisé, plus diversifié, de l'information, la prévention des effets nocifs de la désinformation et de la mésinformation est un véritable défi, non seulement pour les personnes qui travaillent dans le domaine du journalisme, mais pour la société toute entière.¹⁵

11 Cf. Module 3

12 Edelman. (2017) op cit

13 Cf. Module 3

14 Greenspon, E. (2017). The Shattered Mirror : News, Democracy and Trust in the Digital Age. [ebook] Ottawa: Public Policy Forum, Canada. Disponible sur : <https://shatteredmirror.ca/download-report/> [consulté le 03/04/2018].

15 Ansip, A. (2017). Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response. <https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism> [consulté le 03/04/2018].

La pratique et les méthodes journalistiques antérieures à l'ère du numérique comportaient l'application de normes professionnelles et plusieurs niveaux de vérifications et de contrôles pour la gestion de l'exactitude, de la qualité et de l'honnêteté de l'information. Les reporters de terrain étaient secondés par une équipe de rédaction qui vérifiait les contenus avant leur publication. Grâce à ce modèle de «garde-fou» les journalistes apprenaient un certain modèle de professionnalisme.¹⁶

A travers la couverture de la vie publique et des questions inhérentes à la communauté, les enquêtes, les commentaires et les analyses, les journalistes disposaient d'outils efficaces pour demander aux hommes politiques et aux élus de rendre des comptes. Ils aidaient, ainsi, les citoyens à opérer des choix concernant la manière dont ils voulaient être gouvernés. Ce qui est certain, c'est que, même si certains organes d'information n'ont pas été à la hauteur des idéaux et des principes du journalisme, leur activité s'est concentrée sur une information factuelle, sélectionnée et présentée dans le cadre d'un récit particulièrement intéressant, loin de la fabrication de nouvelles dans un but politique, commercial ou de divertissement.

D'un point de vue culturel, le fait que d'autres acteurs puissent témoigner, enregistrer, commenter et publier des nouvelles sur les réseaux sociaux a induit un changement non seulement en ce qui concerne le modèle centralisé, mais aussi dans le débat mené dans l'espace public.¹⁷ Les plateformes des réseaux sociaux constituent, maintenant, l'infrastructure essentielle du discours public et politique. Certains peuvent objecter que cela a entraîné un «déficit démocratique» pour les démocraties et les sociétés ouvertes.¹⁸

En refusant le statut d'organes d'information, les entreprises technologiques et les plateformes des réseaux sociaux ont contourné les obligations normatives auxquelles sont soumis les journalistes et les éditeurs.¹⁹ Bien que ces opérateurs n'emploient pas de journalistes pour produire des informations, leur curation et leur traitement des contenus les éloignent de plus en plus du rôle de «simples véhicules» ou intermédiaires.

La désinformation et la mésinformation, ou «junk» comme les définit l'Oxford Institute for Computational Science, sont diffusées, en grande partie, par les plateformes des réseaux sociaux et les algorithmes des moteurs de recherche. En exploitant les réseaux des proches et des amis de l'utilisateur, ils confèrent une structure et une légitimité à la désinformation et à la mésinformation.²⁰

Par conséquent, le contenu volontairement trompeur diffusé sur ces plateformes affecte la compréhension de la réalité qu'ont les citoyens²¹ et porte atteinte à la confiance, au dialogue éclairé, au sens de la réalité partagée, au consentement mutuel et à la participation.²² Parmi les autres éléments des réseaux sociaux qui sont accusés de porter atteinte à la démocratie figurent, entre autres :

16 Kovach, B. and Rosenstiel, T. (2010). *Blur: How To Know What's True In The Age of Information Overload*. 1st ed. New York : Bloomsbury, pp.171-184.

17 Nossel, S. (2017). *Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [ebook] PEN America. Disponible sur : https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [consulté le 03/04/2018].

18 Howard, P. (2017) Ibid

19 Howard, P. (2017) Ibid. Cf. également le Module 3

20 Pariser, E. (2011). *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. London, Viking/Penguin Press.

21 Commission Européenne (2017). *Prochaines mesures contre les fausses nouvelles : la Commission crée un groupe d'experts de haut niveau et lance une consultation publique*. [en ligne] Disponible sur : http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [consulté le 13/06/2018].

22 Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). *Is Social Media A Threat To Democracy?* [ebook] Omidyar Group. Disponible sur : <https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf> [consulté le 03/04/2018].

- ▶ la création de chambres de résonance, la polarisation et l'excès d'esprit partisan
- ▶ la transformation de la popularité en légitimité
- ▶ la manipulation par les politiciens et les gouvernements populistes et d'autres
- ▶ acteurs marginaux
- ▶ le fait d'encourager la collecte de données personnelles et la diffusion de micro-messages/ messages publicitaires ciblés échappant à tout contrôle²³
- ▶ la perturbation de l'espace public.²⁴

Tout ceci n'est pas inéluctable. Les réseaux sociaux peuvent être un outil important pour attirer les citoyens vers le journalisme et encourager le débat, les valeurs civiques et la participation à un environnement visant à promouvoir les droits humains, le multiculturalisme, les sciences, la connaissance et la prise de décision rationnelle. A cette fin, le journalisme – sur n'importe quelle plateforme – devrait faire connaître, par exemple, au grand public des questions complexes sans renoncer, pour autant, à la précision scientifique et sans simplifier le contexte de manière trompeuse. Dans le domaine des traitements médicaux avancés (par ex. le clonage) et des nouvelles découvertes scientifiques (par ex. l'intelligence artificielle) notamment, les journalistes doivent vérifier la précision, éviter le sensationnalisme, être prudents dans la description des futurs résultats et savoir résumer et équilibrer les différents points de vue ou constatations d'experts dignes de foi.

Le journalisme dispose, donc, de plusieurs outils pour répondre directement à la désinformation et à la mésinformation, parmi lesquels la capacité de résister à la manipulation, d'enquêter sur et de révéler au grand jour les campagnes de désinformation. Cependant, ces actions doivent être accompagnées d'efforts pour améliorer le journalisme en général (cf. ci-dessous).

Les réponses sociétales aux «désordres de l'information» et les défis soulevés par les réseaux sociaux sont de diverse nature et se situent à différents niveaux. Les solutions évoluent, parfois rapidement; la plupart nous viennent des Etats-Unis où ont leur siège les entreprises qui gèrent les réseaux sociaux et Google.

Parmi les initiatives de nature technologique lancées pour répondre à la mésinformation l'on peut citer:

- ▶ l'engagement d'exclure des résultats de la recherche et des fils de nouvelles les éléments que l'entreprise estime (non sans controverse) frauduleux ^{25 26 27}

23 Cadwalladr, C. and Graham-Harrison, E. (2018). How Cambridge Analytica turned Facebook «likes» into a lucrative political tool. The Guardian. [en ligne] Disponible sur : <https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/2017/facebook-cambridge-analytica-kogan-data-algorithm> [consulté le 03/04/2018].

24 Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017) Ibid

25 Ling, J. (2017). Eric Schmidt Says Google News Will «Engineer» Russian Propaganda Out of the Feed. Motherboard Vice.com. [en ligne] Disponible sur : https://motherboard.vice.com/en_us/article/pa39vv/eric-schmidt-says-google-news-will-delist-rt-sputnik-russia-fake-news?utm_campaign=buffer&utm_content=buffer41c8a&utm_medium=social&utm_source=facebook.com+Motherboard [consulté le 03/04/2018]; <https://http://www.rt.com/news/411081-google-russia-answer-rt/>

26 Mosseri, A. (2018). Helping ensure news on Facebook is from trusted sources. Facebook. <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/trusted-sources/> [consulté le 03/04/2018].

27 Stamos, A. (2018) Authenticity matters: Why IRA has no place on Facebook. Facebook. <https://newsroom.fb.com/news/2018/04/authenticity-matters/> [consulté le 03/04/2018].

- ▶ priver des revenus publicitaires en ligne les réseaux qui alimentent la désinformation²⁸
- ▶ fournir des solutions technologiques pour la vérification des contenus et des images numériques²⁹
- ▶ financer des initiatives de soutien au journalisme réunissant l'activité journalistique, la technologie et la recherche académique³⁰
- ▶ le développement et l'utilisation de critères techniques ou d'indicateurs de confiance pour aider les consommateurs (et les algorithmes) à identifier les informations émanant d'opérateurs fiables.³¹

Lorsque nous avons commencé à rédiger ce manuel, début 2018, l'une des initiatives les plus significatives en matière de normes techniques pour les médias était le Trust Project, un consortium qui travaille en collaboration avec les principaux moteurs de recherche et plateformes de réseaux sociaux et avec plus de 70 entreprises du secteur des médias, dans le monde. Sa mission : faciliter l'identification, par les utilisateurs, de nouvelles « exactes, fiables et produites dans le respect des principes d'éthique » par l'apposition d'un indicateur de niveau de confiance. Le Trust Project a établi huit critères initiaux³² que les opérateurs de l'information devraient respecter et rendre facilement identifiables dans leur environnement graphique en ligne pour pouvoir être considérés comme des sources d'information fiables. Les indicateurs de fiabilité du Trust Project³³ sont les suivants :

- ▶ **Les bonnes pratiques :**
 - > Qui finance la source d'information ?
 - > Quelle est la mission de la source d'information ?
 - > Engagement en matière d'éthique, diversité de points de vue, exactitude, corrections et autres critères de fiabilité.
- ▶ **Expertise de l'auteur/du reporter :** Qui a écrit l'article/tourné le reportage ? Informations relatives au journaliste, notamment sa spécialité, son expérience et les autres sujets sur lesquels il a travaillé.
- ▶ **Type de travail :** De quoi s'agit-il ? Insertion de marqueurs permettant de distinguer les avis, les analyses et les contenus publicitaires, sponsorisés ou en natif (contenu prêt à diffusé, PAD, intégralement produit par le sponsor) des véritables nouvelles.
- ▶ **Citations et références :** pour les enquêtes ou des reportages plus approfondis, accès aux sources des faits et des déclarations.

28 Love, J. & Cooke, C. (2017). Google, Facebook move to restrict ads on fake news sites. Reuters. [en ligne] Disponible sur : <https://www.reuters.com/article/us-alphabet-advertising/google-facebook-move-to-restrict-ads-on-fake-news-sites-idUSKBN1392MM> [consulté le 15/06/2018].

29 Cf. Module 6. Parmi les exemples : <http://www.truly.media/> [consulté le 15/06/2018].

30 Cf. Module 5

31 The Trust Project (2017). The Trust Project – News with Integrity. [en ligne] Disponible sur : <https://thetrustproject.org/?nr=o> [consulté le 03/04/2018].

32 The Trust Project (2017). Ibid

33 The Trust Project (2017). Ibid

- ▶ Méthodes: également pour les analyses ou les reportages plus détaillé(e)s, des informations concernant les motifs qui ont amené l'auteur à traiter le sujet choisi et au processus suivi (afin de contribuer à la transparence).
- ▶ **Source locale?** Cela permet de savoir si le sujet traité est d'origine locale. Le reportage ou l'article a-t-il été réalisé sur place, avec une connaissance approfondie de la situation ou de la communauté locale?
- ▶ **Diversité des points de vue:** L'effort et l'engagement mis en œuvre par la rédaction afin d'offrir des points de vue différents. (Les lecteurs/spectateurs/auditeurs remarquent l'absence de certaines voix, origines ethniques ou opinions politiques)
- ▶ **Commentaires utiles:** L'effort mis en œuvre par la rédaction pour impliquer le public dans la fixation des priorités en termes de couverture des sujets, dans le processus de communication, dans la vérification de l'exactitude des faits et dans d'autres domaines. Les lecteurs/spectateurs/auditeurs souhaitent participer et apporter des commentaires qui peuvent permettre de modifier ou d'amplifier un certain sujet.

La confiance dans le travail journalistique aide également à accroître le nombre, la diversité et la qualité des sources disponibles pour les journalistes, avec des effets positifs pour le public.

Les réponses des gouvernements, de la société civile et des formateurs impliquent une plus grande attention pour l'éducation aux médias et à l'information, dont nous allons traiter de manière plus détaillée dans une autre leçon³⁴.

Ces points ont également été soulevés en 2017 par le Forum Mondial des Rédacteurs en chef, dont le Président, Marcelo Rech, a proposé aux rédacteurs du monde entier d'adhérer aux cinq principes suivants³⁵:

- ▶ dans un monde d'hyper-information, la *crédibilité*, l'*indépendance*, l'*exactitude*, l'*éthique professionnelle*, la *transparence* et le *pluralisme* sont les **valeurs** qui confirment l'établissement d'une **relation de confiance** avec le public.
- ▶ Le journalisme de haut niveau **se distingue** des autres types de contenus par un **questionnement et une vérification diligents et rigoureux** des contenus qui circulent sur les réseaux sociaux. Il reconnaît les réseaux sociaux en tant que source d'information pour une vérification ultérieure des faits et en tant que plateforme de contenus professionnels.
- ▶ La mission du journalisme, à ce niveau, consiste à **se mettre au service de la société** par la publication d'informations vérifiées de qualité et l'établissement de labels d'origine en tant que certification de la fiabilité des contenus.
- ▶ L'une des **conditions requises** du journalisme de haut niveau **est sa capacité d'aller au-delà des faits de base** pour permettre et encourager l'analyse, la communication contextuelle et

34 Cf. Module 4

35 Ireton, C. (2016). World Editors Forum asks editors to embrace 5 principles to build trust <https://blog.wan-iffra.org/2016/06/14/world-editors-forum-asks-editors-to-embrace-5-principles-to-build-trust> [consulté le 15/06/2018].

d'investigation et l'expression d'une opinion éclairée, dépassant la simple mise à disposition des informations pour offrir une connaissance qui permet de développer une réflexion.

- ▶ Le journalisme de haut niveau doit être guidé par la confiance et les **principes directeurs de pertinence sociale, intérêt légitime et véridicité**.

Pour les journalistes et les salles de rédaction, une plus grande attention est consacrée à la promotion de la qualité par l'amélioration:

- ▶ de pratiques journalistiques éthiques et responsables et une communication parfaitement documentée³⁶
- ▶ la vérification des faits et l'exclusion de la désinformation et de la mésinformation³⁷
- ▶ la vérification des données, des sources, et des images numériques³⁸
- ▶ l'engagement vis-à-vis des communautés avec lesquelles les journalistes entretiennent des relations en faisant en sorte que l'information diffusée soit en accord avec les exigences de la société.³⁹

La campagne du référendum pour le Brexit et la campagne présidentielle aux Etats-Unis, en 2016, constituent deux exemples clairs de la déconnexion entre certains médias généralistes et leur public. Le contact direct avec le public est le véritable point fort de la communication sur les réseaux sociaux. Les formateurs doivent analyser quelle est la meilleure manière, pour les média, de servir leur public et, par conséquent, de construire la confiance, en renforçant leur relation et en élargissant la communauté.

Le livre *Six or Seven Things News Can Do for Democracy*⁴⁰ de Schudson fournit un bon cadre de discussion à ce sujet:

1. Information: apporter des informations complètes et honnêtes de manière à permettre aux citoyens d'opérer des choix politiques sains;
2. Investigation: enquêter sur les concentrations de pouvoirs, en particulier au niveau des gouvernements;
3. Analyse: fournir des cadres d'interprétation cohérents pour aider les citoyens à comprendre un monde complexe;
4. Empathie sociale: raconter aux gens comment vivent d'autres catégories de la population dans la même société et dans le même monde, de manière à leur permettre d'évaluer les points de vue et les modes de vie d'autres personnes, en particulier les plus défavorisées;

36 Wales, J. (2017). What do we mean by evidence-based journalism? Wikitribune. <https://medium.com/wikitribune/what-do-we-mean-by-evidence-based-journalism-3fd7113102d3> [consulté le 03/04/2018].

37 Cf. Module 5

38 Bell, F. (2018). A l'époque du journalisme de données, la vérification est d'autant plus complexe. Par exemple, dans le cas de gros volumes d'informations il est probable non seulement que celles-ci incluent des informations inexactes, mais aussi qu'une désinformation délibérément planifiée en fasse partie. Cf. également le Module 6 de ce cours.

39 Batsell, J. (2015). *Engaged journalism: connecting with digitally empowered news audiences*. New York. Columbia University Press.

40 Schudson, M. (2008). *Why Democracies Need an Unlovable Press*. Polity. Chapter Two :

5. Forum ouvert: offrir un forum de discussion ouvert pour le dialogue entre les citoyens, à travers des approches pluralistes et interdisciplinaires aux problèmes, et servir de véhicule commun pour l'expression des points de vue des différentes catégories sociales;
6. Mobilisation: opérer (s'ils le souhaitent) en tant que promoteurs de certain(e)s projets et visions politiques et encourager les gens à agir pour soutenir ces projets, dans le respect de la vérification des faits et sans nuire à l'intérêt général.



Objectifs du Module

- ▶ Encourager les participants à avoir une réflexion critique sur le journalisme et les réseaux sociaux
- ▶ Encourager les participants à évaluer la place qu'ils occupent dans l'écosystème des «désordres de l'information»
- ▶ Aider les participants à mener une réflexion critique sur l'impact produit par les «désordres de l'information» sur la société.



Résultats de l'enseignement

Au terme de ce module, les participants devraient:

1. Avoir approfondi leur compréhension critique de la contribution que le journalisme peut apporter à la démocratie et aux sociétés ouvertes, dans un environnement médiatique élargi, ainsi que des risques représentés par les «désordres de l'information» pour la démocratie;
2. Avoir compris les facteurs susceptibles de créer la confiance dans le journalisme et les moyens permettant de reconstruire ou soutenir cette confiance;
3. Être en mesure d'expliquer à un tiers pourquoi le journalisme est important.



Format du Module

Les informations contenues dans l'aperçu de ce module peuvent servir de base pour un cours de 30 minutes, associé à un tutoriel de 30 minutes ou à une table ronde sur l'importance du journalisme et son apport au service du public. Un exercice pratique de 90 minutes pourrait explorer, par une conversation structurée, la possibilité de convaincre les sceptiques qui n'ont pas confiance dans le journalisme que l'information, en général, n'est pas indigne de confiance dans son ensemble; qu'est-ce qu'un médium d'information pourrait faire pour affirmer sa crédibilité dans l'environnement des réseaux sociaux dans lequel toutes les informations semblent se valoir, du moins en apparence?

Comment relier le Plan aux Résultats de l'enseignement

A. Théorie

Plan du module	Nombre d'heures	Résultats de l'enseignement
Lecture et discussion interactive sur la confiance et la vérité	30 min	1, 2
Table ronde sur l'importance du journalisme et sa manière de servir l'intérêt des citoyens	30 min	1, 2, 3

B. Pratique

Plan du module	Nombre d'heures	Résultats de l'enseignement
Practical exercise	90 min	3



Exercices suggérés

Cet exercice comporte trois éléments: les participants doivent travailler par couples ou par petits groupes:

- Demandez aux participants (travaillant par couples ou par petits groupes) d'interroger un «consommateur» d'information et d'identifier leurs sources de confiance concernant les nouvelles nationales et internationales et les informations locales. A l'aide du modèle décrit par Schudson dans «*Six or seven things News Can Do for Democracy*» ils devront, ensuite, étudier un numéro d'une publication ou bien des articles consacrés à un certain thème dans le médium choisi afin d'analyser si le média concerné sert de manière efficace l'intérêt général par son activité journalistique. Les techniques d'analyse du contenu peuvent constituer une méthode utile pour cette approche. Un autre élément sera constitué par l'identification d'un indicateur applicable parmi les huit indicateurs proposés par le Trust Project. En troisième lieu, les résultats peuvent constituer une base pour un article d'information ou un éditorial écrit ou présenté sous la forme d'une brève vidéo ou d'un récit audio expliquant l'importance du journalisme.



Lectures

- Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). *Is Social Media A Threat To Democracy?* [ebook] Omidyar Group. Disponible sur: <https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf>
- Edelman. (2017). *2017 Edelman TRUST BAROMETER - Global Results*. [en ligne] Disponible sur: <https://www.edelman.com/global-results/>
- Howard, P. (2017) *Is social media killing democracy?* Oxford. Disponible sur <https://www.oii.ox.ac.uk/videos/is-social-media-killing-democracy-computational-propaganda-algorithms-automation-and-public-life/>
- Nossel, S. (2017). *FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [ebook] PEN America. Disponible sur: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf
- Schudson, M. (2008). *Why Democracies Need an Unlovable Press*. Polity. Chapter 5: Six or Seven Things News can do for Democracies, Disponible sur https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMegecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+sev-en+ways&hl=en&sa=X&ved=oahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHcovBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false
- Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis*. [en ligne] the Guardian. Disponible sur: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis>

REFLEXIONS SUR LES "DESORDRES DE
L'INFORMATION" : FORMES DE
MESINFORMATION, DESINFORMATION
ET INFORMATION MALVEILLANTE

Claire Wardle et Hossein Derakhshan

Fake News; L
die Fake News
(Pluraletan

MODULE 2



Synopsis

Le terme «fake news» ou même «fake media» a été utilisé de différentes manières pour désigner une information avec laquelle la personne concernée n'était pas d'accord. Selon un graphique Google Trends, les gens ont commencé à rechercher fréquemment ce terme pendant le deuxième semestre 2016.¹ Nous allons expliquer, dans ce module, pourquoi ce terme a) n'est pas adéquat pour décrire les dimensions assumées par la pollution de l'information, et b) pourquoi ce terme est devenu tellement problématique que nous devrions éviter de l'utiliser.

Malheureusement, cette expression comporte une vulnérabilité intrinsèque, car elle peut être politisée et utilisée comme une arme à l'encontre de l'industrie des médias dans son ensemble, en tant que moyen pour décrédibiliser les informations qui ne plaisent pas aux gens qui nous gouvernent. Nous recommandons, donc, d'utiliser, plutôt, à la place, les termes «mésinformation» et «désinformation». Ce module examinera les différents types de désinformation et mésinformation en vérifiant s'ils peuvent être catégorisés comme des «désordres de l'information».

Ceci concerne la satire et la parodie, les titres clickbait (littéralement «appât à clics») technique qui vise à maximiser «abusivement» le nombre de clics) et l'utilisation trompeuse de légendes, images ou statistiques ainsi que d'informations véridiques utilisées hors contexte, les contenus «usurpés» (à savoir lorsque le nom d'un journaliste ou le logo d'une rédaction est utilisé par des gens qui n'ont rien à voir avec eux), ainsi que les contenus manipulés ou fabriqués. Tous ces éléments montrent que le problème est bien plus complexe que ne le suggère le terme «fake news» ou fausse nouvelle.

Afin de trouver des solutions à la pollution répandue par ce type d'information sur les réseaux sociaux et de l'empêcher de contaminer les médias traditionnels, nous devons commencer à réfléchir beaucoup plus attentivement à ce problème. Nous devons également réfléchir aux gens qui créent ce type de contenus, et à leurs motivations. Quels types de contenus produisent-ils et de quelle manière ces contenus sont-ils reçus par le public? Et qu'est-ce qui motive les personnes qui fréquentent les réseaux sociaux à re-partager ces messages? Ce problème présente de nombreuses facettes dont la complexité est souvent sous-estimée dans le cadre des débats sur la question. A la fin de ce module, les participants devront être capables d'utiliser les termes et les définitions adéquats pour parler des problèmes associés aux «désordres de l'information».



Aperçu

Ce manuel utilise généralement les termes «désinformation» et «mésinformation» pour établir une distinction avec l'information vérifiable, dans l'intérêt du public, qui constitue le véritable produit du journalisme authentique, digne de ce nom. Dans ce module, nous allons définir de manière claire les caractéristiques spécifiques de la désinformation.

Le discours sur les «fake news» implique deux notions: la mésinformation et la désinformation. Il peut être utile, toutefois, d'expliquer que la mésinformation est une fausse information que la personne qui en

¹ Google Trend Map du terme Fake News <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=fake%20news> [consulté le 06/04/2018].

est à l'origine croit vraie. La désinformation, en revanche, est une fausse information dont la personne qui en est à l'origine connaît la fausseté. Il s'agit d'un mensonge intentionnel, délibéré, qui vise à répandre la désinformation et dont les auteurs sont des opérateurs malveillants.²

Une troisième catégorie peut être l'information malveillante, à savoir une information basée sur des faits réels, mais qui est utilisée pour nuire à une personne, à une entreprise, à une organisation ou à un pays. Il peut s'agir, par exemple, d'un article qui révèle l'orientation sexuelle d'une personne sans que la divulgation de l'information soit justifiée par un intérêt général. Il est important de distinguer des messages vrais des messages qui sont faux, mais aussi des messages qui sont vrais (ou qui contiennent une part de vérité) mais qui ont été créés, produits ou diffusés par des «agents» dont le but est de nuire plutôt que de servir l'intérêt général. Cette information malveillante – par exemple, des informations vraies, qui violent la vie privée d'une personne sans que cette violation soit justifiée par l'intérêt général – est contraire aux normes et à l'éthique du journalisme.

Nonobstant les distinctions ci-dessus, les conséquences sur l'environnement de l'information et sur la société peuvent être similaires (par ex. la corruption de l'intégrité du processus démocratique, la réduction du taux de vaccination). De plus, dans certains cas particuliers, ces trois notions sont associées et il est prouvé que des exemples d'une certaine catégorie sont souvent accompagnés d'exemples des deux autres catégories (par ex. sur des plateformes différentes ou en séquence), dans le cadre d'une plus vaste stratégie de désinformation mise en œuvre par certains acteurs. Il est utile, néanmoins, de garder à l'esprit ces distinctions, car les causes, les techniques et les recours peuvent varier selon les cas.

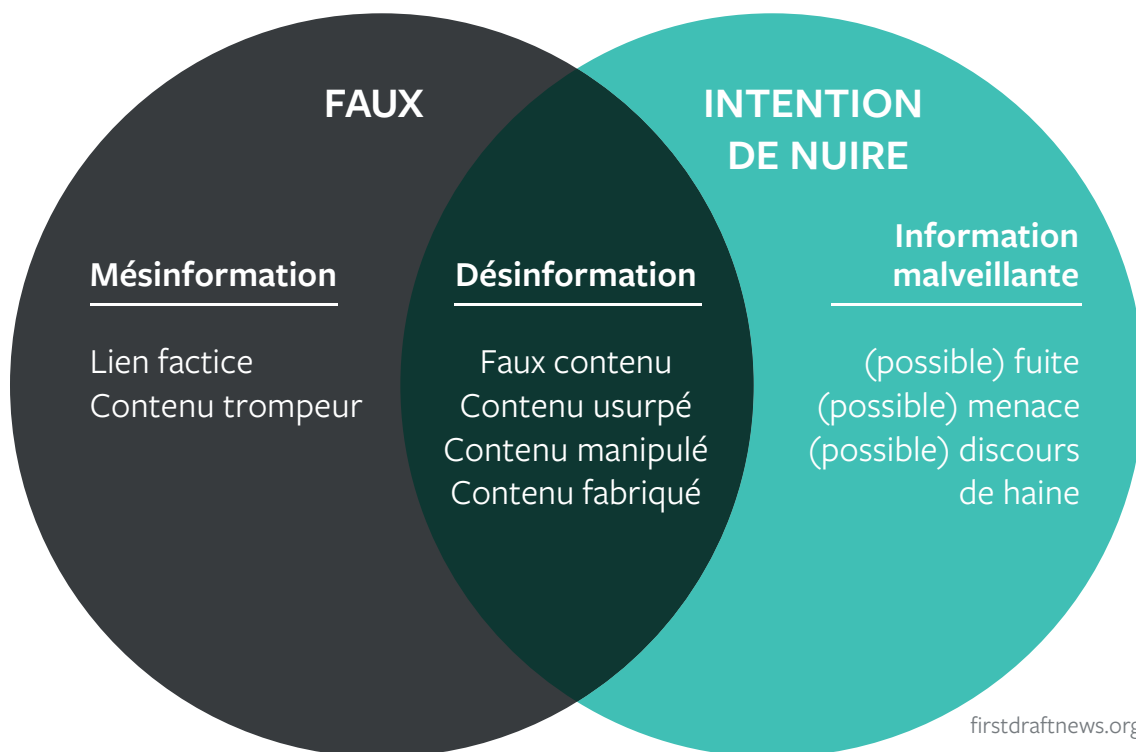


Figure 1: «Désordres de l'information»

L'élection présidentielle française de 2017 fournit un certain nombre d'exemples qui illustrent ces trois types de «désordres de l'information».

1. Exemples de désinformation:

L'une des tentatives de canulars imaginées pour la campagne présidentielle de 2017 consistait en la création d'un duplicata sophistiqué du quotidien belge Le Soir³ contenant un faux article selon lequel la campagne du candidat à la présidence, Emmanuel Macron, aurait été financée par l'Arabie Saoudite. Un autre exemple était constitué par la divulgation de documents en ligne contenant une fausse information selon laquelle Macron aurait eu un compte offshore aux Bahamas.⁴ En troisième lieu, la désinformation circula via des «raids» sur Twitter dans lesquels des réseaux faiblement connectés d'individus ont diffusé, sous les mêmes hashtags, les mêmes messages visant à répandre des rumeurs sur la vie privée du candidat.

2. Exemples de mésinformation:

Une attaque terroriste commise sur les Champs Élysées, à Paris, le 20 avril 2017 a alimenté une vague de mésinformation⁵, comme cela arrive souvent lors de ce type d'événement tragique. Certaines personnes ont commencé à répandre, de manière irresponsable, sur les réseaux sociaux, toutes sortes de rumeurs, dont la nouvelle selon laquelle un deuxième policier avait été tué. Les gens qui partagent ce type de contenus le font rarement de manière malveillante. En général, ils sont saisis par la portée de l'événement et pensent se rendre utiles, sans vérifier de manière adéquate l'information.

3. Exemples d'information malveillante:

Un exemple frappant d'information malveillante s'est produit lors de la fuite de certains courriels d'Emmanuel Macron, juste avant le vote du deuxième tour de la présidentielle du 7 mai. Les courriels ont été considérés authentiques. Toutefois, en divulguant des informations à caractère privé juste quelques minutes avant le début de la période de trêve électorale de l'information, cette fuite avait été imaginée, de toute évidence, pour nuire autant que possible au candidat Macron.

Le terme propagande n'est pas synonyme de désinformation, bien que la désinformation puisse servir les intérêts de la propagande. Cependant, la propagande montre souvent de manière plus ouverte son but de manipulation, généralement parce qu'elle fait davantage appel aux émotions qu'à l'information.⁶

Dans ce module, nous nous concentrons sur la mésinformation et, en particulier, sur la désinformation, et nous partageons certains exemples de différents types.

Les catégories de désinformation, mésinformation et information malveillante décrites ci-dessus ne doivent pas être confondues avec diverses orientations en termes de narration d'informations authentiques.

3 CrossCheck, 2017. Was Macron's campaign for French Presidency financed by Saudi Arabia?: Disponible sur <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/macrons-campaign-french-presidency-financed-saudi-arabia/> [consulté le 03/04/2018].

4 CrossCheck, 2017. Did Emmanuel Macron Open an Offshore Account? CrossCheck, Disponible sur <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/emmanuel-macron-open-offshore-account/> [consulté le 03/04/2018].

5 Un exemple est constitué par la rumeur selon laquelle les musulmans avaient célébré l'attaque commise au Royaume Uni. Cette information a été démentie par le projet CrossCheck: CrossCheck, (22 avril 2017) Did London Muslims «celebrate» a terrorist attack on the Champs-Elysees? CrossCheck, Disponible sur <https://crosscheck.firstdraftnews.com/checked-french/london-muslims-celebrate-terrorist-attack-champs-elysees/> [consulté le 03/04/2018].

6 Neale, S. (1977). Propaganda. Screen 18-3, pp 9-40

Par exemple, un journaliste peut écrire « Bien qu'elle n'atteigne pas les sommets de Bernie Madoff, la fraude présumée commise dans le cadre de cette nouvelle affaire a eu de graves répercussions pour les investisseurs ». Un autre journaliste pourrait formuler, légitimement, la chose de cette manière : « La fraude qui aurait été commise dans le cadre de cette nouvelle affaire a eu de graves répercussions pour les petits investisseurs, bien que moins graves que celles causées par l'affaire Madoff ». La deuxième formulation minimise davantage la portée comparative de la deuxième affaire. Le différent accent mis sur ces deux exemples ne revient pas, en soi, à perpétuer la mésinformation ou la désinformation dans le sens décrit ci-dessous. Les deux interprétations de la même situation sont légitimes.

Le fait est que la narration est tout aussi présente dans l'information que dans la désinformation, la mésinformation et l'information malveillante. La narration est intégrée au choix des faits qui sont jugés importants (ou aux faits qui sont inventés ou cités hors contexte dans des communications « toxiques »). Dans un article sur un crime, qui n'est pas considéré comme désinformation ou mésinformation, le journaliste peut juger important de citer la race ou la nationalité présumée de l'auteur ou de la victime. Le fait qu'un agresseur présumé soit un migrant de sexe masculin et que la victime présumée soit une ressortissante du pays peut être avéré ; cependant, la pertinence de ces détails pour le récit relève de la capacité d'investigation du journaliste et notamment de l'idéologie, de la perspective et de la manière de décrire l'importance ou bien la casualité des faits. C'est l'une des raisons pour lesquelles la « vérification des faits » peut être accompagnée de manière efficace d'une « déconstruction du récit » à savoir l'examen des structures sémantiques employées pour décrire les faits et les non-faits, dans un certain but. Dans le journalisme responsable, les récits peuvent varier et l'existence de récits différents ne signifie pas que le journalisme perd son caractère distinctif par rapport aux récits utilisés dans d'autres formes de communication, telles que celles mentionnées ci-dessous :

1. Satire et parodie

Cela peut paraître surprenant d'inclure la satire et la parodie dans les différents types de désinformation et de mésinformation. En effet, la satire et la parodie pourraient être considérées comme des formes d'art. Cependant, dans un monde où les gens reçoivent de plus en plus souvent des informations par le biais des réseaux sociaux, le fait de ne pas comprendre qu'un certain site est satirique peut prêter à confusion. Un exemple peut être fourni par The Khabaristan Times, un journal et site satirique qui faisait partie du site d'information Pakistan Today.⁷ En janvier 2017, le site a été fermé au Pakistan et sa publication a donc été arrêtée.⁸

2. Lien factice

L'absence de lien entre des titres, des images ou des légendes et le contenu auquel ils/elles font référence est un exemple de lien factice. L'exemple le plus courant de ce type de contenu sont les titres clickbait (littéralement « appât à clics ») technique publicitaire qui vise à maximiser abusivement le nombre de clics). Avec une concurrence de plus en plus acharnée pour attirer l'attention du public, les rédacteurs sont amenés à créer des titres spécialement accrocheurs, même si, lorsque l'utilisateur lit le contenu de l'article, il s'aperçoit

7 Pakistan Today (2018). Anthropologists make contact with remote cut-off tribe still thanking Raheel Sharif. [en ligne] p. Khabaristan Today. Disponible sur : <https://www.pakistantoday.com.pk/2017/01/11/anthropologists-make-contact-with-remote-cut-off-tribe-still-thanking-raheel-sharif/> [consulté le 06/04/2018].

8 Parmi les ressources consultables ici, vous trouverez un texte de Julie Posetti, co-auteure de ce manuel, rédigé en collaboration avec Alice Mathews

que celui-ci n'a rien à voir avec le titre. Un exemple particulièrement évident figure sur le site The Political Insider⁹. Ceci peut également survenir lorsque des images ou des légendes sont utilisées, en particulier sur des pages Facebook, pour offrir une certaine impression, qui n'est pas confirmée par le texte. Lorsque les gens parcourent leurs feeds sur les réseaux sociaux sans cliquer sur les différents articles (ce qui est souvent le cas), des images ou des légendes trompeuses peuvent être particulièrement mensongères.

3. Contenus trompeurs

L'on entend par contenu trompeur tout contenu qui utilise de façon trompeuse l'information pour présenter des événements ou des personnes d'une certaine façon en recadrant des photos ou en choisissant de manière biaisée des citations ou des statistiques. C'est ce que l'on appelle la théorie du Cadrage (ou «Framing Theory» en anglais, selon laquelle les médias ont une tendance à centrer leur attention sur certains événements qu'ils placent dans un champ sémantique)¹⁰. Vous trouverez un certain nombre d'exemples de ces contenus sur Rappler.com.¹¹ Les images sont des véhicules particulièrement puissants pour la diffusion d'informations trompeuses, car nos cerveaux sont moins susceptibles d'appliquer un regard critique aux images.¹² Les publicités « natives » ou payantes, qui imitent un contenu rédactionnel, rentrent également dans cette catégorie quand elles ne sont pas suffisamment identifiées comme des contenus sponsorisés.¹³

4. Faux contexte

Le terme « fake news » est particulièrement inutile, entre autres, parce que les contenus authentiques sont souvent remis en circulation hors de leur contexte initial. Par exemple, une image du Vietnam prise en 2007 a été remise en circulation sept années plus tard comme s'il s'agissait d'une image prise au Népal après le tremblement de terre de 2015.¹⁴

5. Contenu usurpé

Parfois, la signature d'un journaliste est utilisée, frauduleusement, pour signer un article qu'il n'a pas écrit ou bien le logo d'une entreprise est exploité dans des vidéos ou des images qui n'ont pas été réalisées par cette entreprise. Par exemple, avant les élections kényanes de 2017, BBC Africa a découvert qu'une vidéo avec le logo et le slogan de la BBC, créée par des inconnus, circulait sur WhatsApp.¹⁵

La BBC a donc été obligée de réaliser une vidéo et de la diffuser sur les réseaux sociaux, afin de mettre en garde les utilisateurs contre la vidéo falsifiée.

9 The Political Insider (2015). First time voter waited 92 years to meet Trump... what happened next is AMAZING! [en ligne] Disponible sur : <https://thepoliticalinsider.com/first-time-voter-waited-92-years-to-meet-trump-what-happened-next-is-amazing/> [consulté le 06/04/2018].

10 Entman, R., Matthes, J. and Pellicano, L. (2009). Nature, sources, and effects of news framing. In : K. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch (Contributor), ed., Handbook of Journalism studies. [en ligne] New York : Routledge, pp.196-211. Disponible sur : <https://centreforjournalism.co.uk/sites/default/files/richardpendry/Handbook%20of%20Journalism%20Studies.pdf> [consulté le 03/04/2018].

11 Punongbayan, J. (2017). Has change really come? Misleading graphs and how to spot them. Rappler.com. [en ligne] Disponible sur : <https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot> [consulté le 06/04/2018].

12 Cf. l'article de Hannah Guy dans le paragraphe consacré aux Lectures du présent module

13 Cf. Module 3

14 Pham, N. (2018). Haunting « Nepal quake victims photo » from Vietnam. BBC. [en ligne] Disponible sur : <http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-32579598> <https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot> [consulté le 06/04/2018].

15 BBC (2017). Kenya election : Fake CNN and BBC news reports circulate. [En ligne] Disponible sur : <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-40762796> [consulté le 06/04/2018].

6. Contenu manipulé

Un contenu manipulé est un contenu authentique manipulé dans le but de tromper l'utilisateur. Un exemple, provenant d'Afrique du Sud, montre des images de la journaliste grand reporter de l'édition sud-africaine de l'Huffington Post, Ferial Haffajees, assise sur les genoux d'un homme d'affaires, Johan Rupert, laissant supposer une relation personnelle entre ces deux personnes.¹⁶

7. Contenu fabriqué

Ce type de contenu peut se présenter sous format texte, comme les «sites d'information entièrement fabriqués» tels que le faux site d'actualités autoproclamé, WTOE5 qui a publié un article annonçant que le pape avait appuyé la candidature de Donald Trump à la présidence des Etats-Unis; ou bien sous la forme d'image, comme le faux graphique qui suggérait que l'on pouvait voter pour Hillary Clinton via SMS¹⁷. Ces graphiques ciblaient des communautés minoritaires, sur les réseaux sociaux, pendant la campagne de l'élection présidentielle américaine de 2016.

Le public en général, et les journalistes en particulier, doivent examiner chacun des «éléments» qui constituent les «désordres de l'information» à savoir l'agent, les messages et les interprètes. Des questions spécifiques se posent pour chacun des éléments qui constituent cette structure. L'agent qui crée un message fabriqué peut être différent de l'agent qui produit le message en question qui peut être différent, à son tour, de l'«agent» qui distribue le message. De même, il faut comprendre de manière approfondie qui sont ces agents et quelles sont leurs motivations. Les différents types de messages distribués par les agents doivent également être compris, de manière à ce que nous puissions commencer à estimer la portée de chaque message pour tenter de le contrer. (A ce jour, le débat a été centré, de manière prédominante, sur les textes fabriqués diffusés par des sites d'information, alors que le contenu visuel est tout aussi répandu et bien plus difficile à identifier et à désactiver.)

Enfin, nous devons prendre en compte trois phases différentes concernant les «désordres de l'information»: création, production et distribution (Figure 2). L'analyse des différentes phases des exemples de «désordres de l'information» et des différents éléments qui les constituent est très importante, car l'agent qui manipule le contenu est souvent différent du producteur et du diffuseur.

16 Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me. HuffPost South Africa. [en ligne] Disponible sur: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [consulté le 06/04/2018].

17 Haltiwanger, J. (2016). Trump Trolls Tell Hillary Clinton Supporters They Can Vote Via Text. Elite Daily. Disponible sur <https://www.elitedaily.com/news/politics/trump-trolls-hillary-clinton-voting-text-message/1680338> [consulté le 23/03/2018].

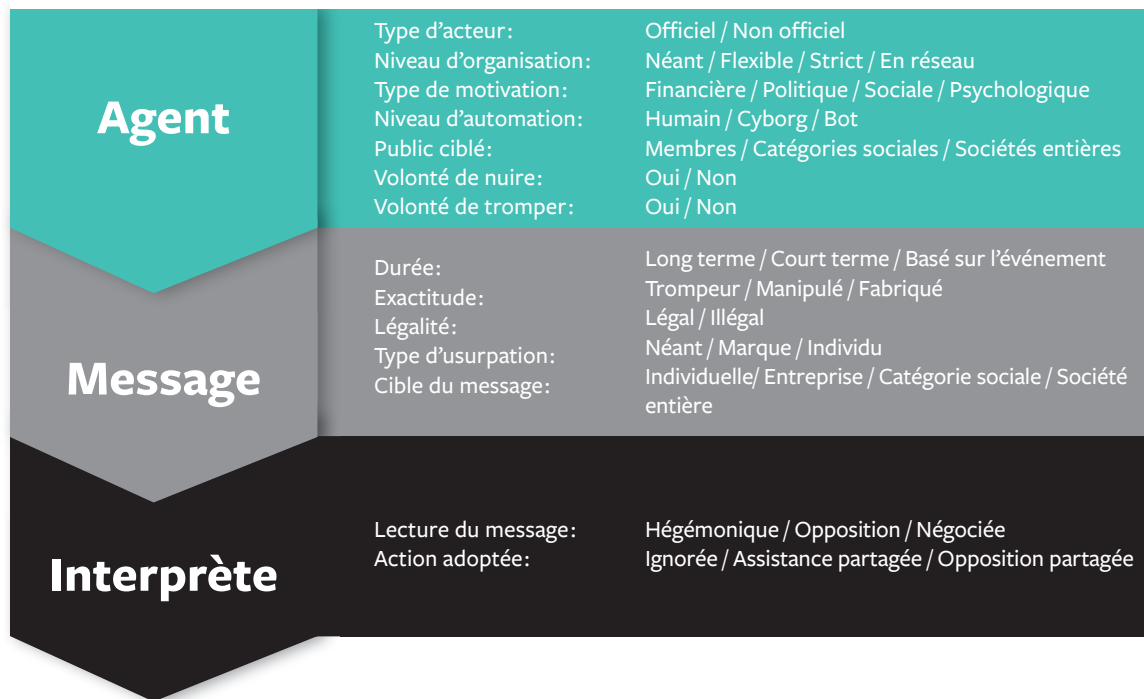


Figure 2: les trois éléments des «désordres de l'information»

Par exemple, les motivations du «cerveau» qui crée des campagnes de désinformation téléguidées par l'Etat sont très différentes de celles des «trolls» très peu payés, qui sont chargés de transformer les thèmes de la campagne en messages ciblés. Et, une fois qu'un message a été diffusé, il peut être reproduit et redistribué sans fin, par de nombreux acteurs différents, animés par des motivations différentes. Par exemple, le même message émanant d'un réseau social peut être diffusé par plusieurs communautés, de manière à ce que le message en question soit repris et reproduit par les médias traditionnels (sans opérer les vérifications nécessaires) et ultérieurement transmis à d'autres communautés. Nous ne pouvons commencer à comprendre ces nuances qu'en disséquant de cette manière les «désordres de l'information».¹⁸

¹⁸ Note des rédacteurs: Vous trouverez ci-dessous un autre graphique qui peut être analysé: Source: Berger, G. 2017. https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf [consulté le 22/04/2018].

	Acteurs: Gouvernements, psy-ops, partis politiques, entrepreneurs, cabinets de RP, particuliers, médias	Activation de logiciels
Création de contenus – Par ex. récits, commentaires, «likes» vidéos, mèmes (éléments de langage ou visuel reconnaissables et transmis par répétition d'un individu à d'autres)	Souvent avec des identifiants cachés, volés ou falsifiés	Interfaces interactives
Diffusion des contenus par le partage et des liens	Exploiter les bots pour aide	Bots
«Modifier» le contenu: Modifier, modérer & traiter	Piratage et jeu	Algorithmes

Tableau: Cadre de toxicité – de quelle manière l'intégrité de l'information peut être corrompue

Source: Berger, G. 2017. https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf [consulté le 22/04/2018].

L'exemple du site qui a publié une fausse nouvelle, devenue virale, selon laquelle le Pape aurait promu la candidature de Trump est très connu.¹⁹ Il s'agit d'une étude de cas utile pour réfléchir aux différentes phases des «désordres de l'information» (Cf. Figure 3).

19 WTOE5News (2016). Pope Francis shocks world, endorses Donald Trump for President, releases statement. [en ligne] Disponible sur: <https://web.archive.org/web/20161115024211/http://wtoe5news.com/us-election/pope-francis-shocks-world-endorses-donald-trump-for-president-releases-statement/> [consulté le 06/04/2018].

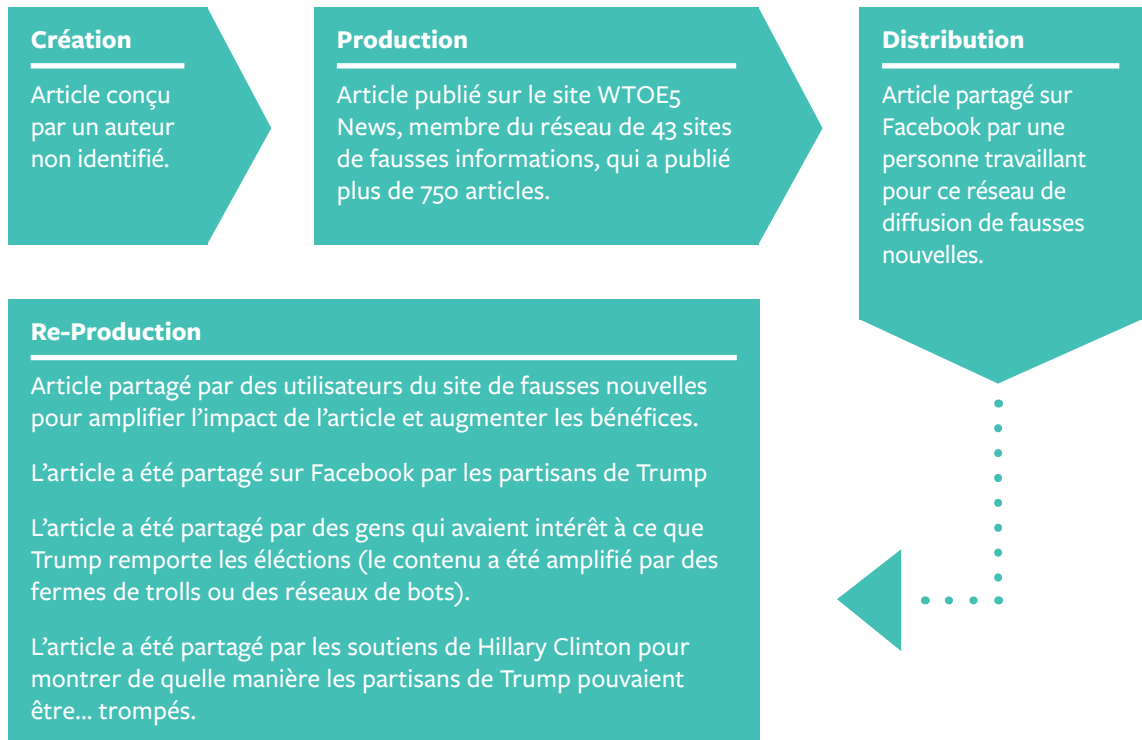


Figure 3: Phases des «désordres de l'information»



Objectifs du Module

Apprendre à consommer avec plus de discernement l'information disponible en ligne, en réfléchissant au vaste spectre de la désinformation et de la mésinformation.

- ▶ Analyser de manière critique l'action des gens (souvent des anonymes ou des usurpateurs) qui créent ce type d'information, les différents formats utilisés et les modalités de diffusion et d'interprétation de ces messages.
- ▶ Comprendre la complexité des «désordres de l'information» et particulièrement le besoin d'établir une distinction entre ceux qui créent ces types d'information, les formats qu'ils utilisent et la manière dont le public peut partager ces informations.
- ▶ Savoir prendre en compte les difficultés que nous éprouvons pour faire face aux défis de la désinformation et de la mésinformation.
- ▶ Souligner de quelle manière les «désordres de l'information» affectent les démocraties et les sociétés ouvertes, à savoir l'objet du précédent module.



Résultats de l'enseignement

Au terme de ce cours, les participants devront:

1. Savoir évaluer les différentes manières dont ce sujet a été débattu et formaté par les hommes politiques, les médias d'information et le monde académique.
2. Comprendre de quelle manière la falsification et le préjudice qu'elle crée rentrent dans la réflexion sur les «désordres de l'information».
3. Comprendre les différents types de mésinformation et de désinformation et les appliquer aux différents exemples.
4. Réfléchir de manière critique à un exemple de désinformation, remonter à ceux qui l'ont lancé/créé, analyser l'aspect du message et la manière dont il pouvait être interprété par le public.
5. Expliquer à quelqu'un d'autre pourquoi une réflexion approfondie sur ce sujet s'impose.



Format du Module

Cours théorique & atelier pratique:

Les diapositives de ce Module²⁰ ont été conçues pour un atelier interactif plus long.

Cependant, dans le cadre de ce programme, le texte ci-dessus peut servir de base pour un cours théorique. Les exercices pratiques contenus dans les diapositives ont été tirés d'un tutoriel de 90 minutes. Les formateurs doivent parcourir les diapositives et utiliser les questions pour le débat et les exercices.

Exercice 1: Regardez la Figure 4 ci-dessous, qui décrit les «7 types de désinformation et de mésinformation». Les participants, répartis par couples ou par petits groupes, peuvent être encouragés à fournir des exemples rentrant dans ces catégories.

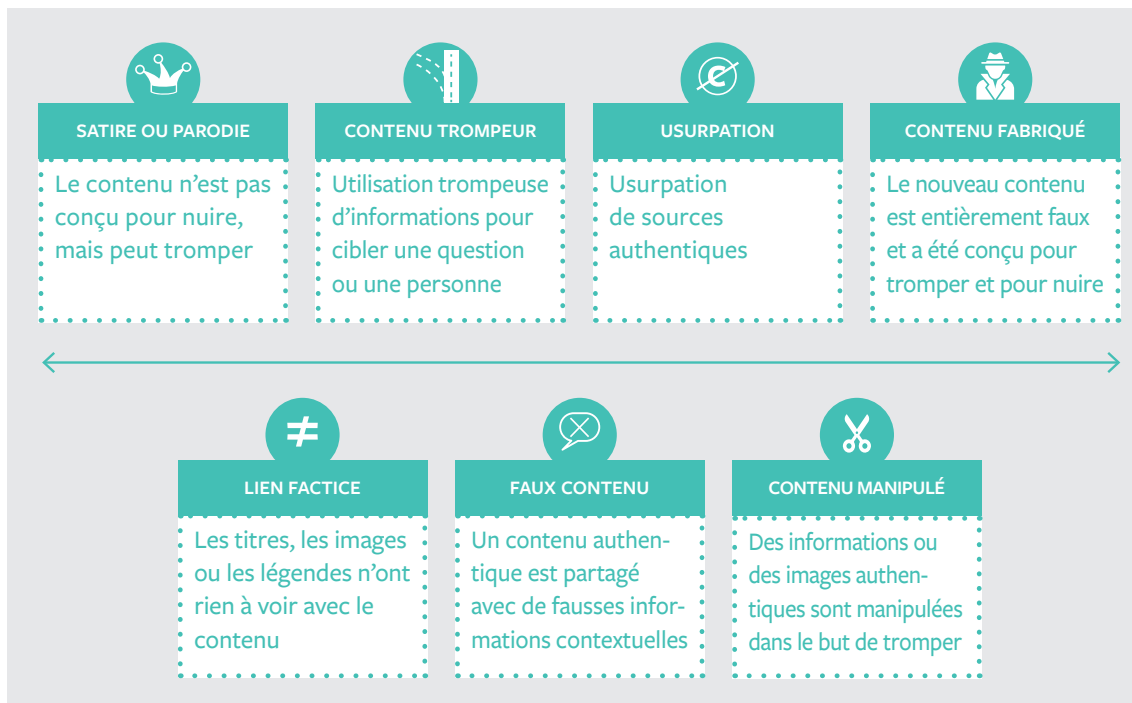


Figure 4: Sept catégories de «désordres de l'information» - firstdraftnews.org

Exercice 2: Examinez le diagramme de Venn (Figure 1), pour comprendre les différences entre mésinformation, désinformation et information malveillante. Etes-vous d'accord avec son contenu? Qu'est-ce qui manque? Y a-t-il quelque chose qui ne vous paraît pas exact?

Relier le Plan aux Résultats de l'enseignement

A. Théorie

Lecture	Nombre d'heures	Résultats de l'enseignement
Présentation et débat en classe: partage des connaissances précédemment acquises sur des cas récents de désinformation et de mésinformation	90 min	1

B. Pratique

Lecture	Nombre d'heures	Résultats de l'enseignement
Exercice 1: Examinez la Figure 4, qui décrit les différents types de désinformation et de mésinformation et trouvez, par couples ou par petits groupes, des exemples qui rentrent dans cette catégorie	45 min	2
Exercice 2: Examinez la Figure 1, qui décrit les différences entre mésinformation, désinformation et «information malveillante». Etes-vous d'accord avec cela? Qu'est-ce qui manque? Y a-t-il quelque chose qui ne vous paraît pas exact?	45 min	3



Exercices suggérés

Créez un scénario²¹ pour la réalisation d'une vidéo explicative qui pourrait apparaître au-dessus du Newsfeed, sur les réseaux sociaux, pour expliquer aux utilisateurs ce à quoi ils doivent faire attention lorsqu'ils consomment des informations sur le site. Les participants peuvent également apporter des exemples de désinformation et de mésinformation qui ont été examinés dans le cadre de ce module afin de souligner les risques que comporte le fait d'approuver le contenu par un «like» de le partager ou de le commenter sans avoir d'abord vérifié sa véracité. Vous trouverez à l'adresse suivante un outil simple pour créer des scénarios: <http://www.storyboardthat.com/>

²¹ Note: La création d'un scénario est le processus de planification créative utilisé dans la publicité, le cinéma, les documentaires et le journalisme, constitué d'une représentation picturale, image par image, du flux du texte, et du contenu vidéo ou audio



Matériel

Diapositives: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf



Lectures

Berger, G. 2017. Fake news and the future of professional and ethical journalism. Présentation lors de la conférence organisée par la Conférence du Groupe de Travail conjoint Extrémisme/Europe Numérique du Parlement Européen, le 6 septembre 2017 https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf

Busby, M. I. Khan & E. Watling (2017) *Types of Mésinformation During the UK Election*, First Draft News, Disponible sur <https://firstdraftnews.com/misinfo-types-uk-election/>

Guy, H. (2017) *Why we need to understand mésinformation through visuals*, First Draft News, Disponible sur <https://firstdraftnews.com/understanding-visual-misinfo/>

Karlova, N.A. and Fisher, K.E. (2012) «Plz RT»: A Social Diffusion Model of Mésinformation and Désinformation for Understanding Human Information Behaviour. Proceedings of the ISIC2012 (Tokyo). Disponible sur https://www.hastac.org/sites/default/files/documents/karlova_12_isic_misdismodel.pdf

Silverman, C. (2017) *This is How your Hyperpartisan Political News Get Made*, BuzzFeed News, Disponible sur <https://www.http://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-the-hyperpartisan-sausage-is-made?>

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017) *Désordres de l'information: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making*. Council of Europe. Disponible sur <https://firstdraftnews.com/resource/coe-report/>

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017) *One year on, we're still not recognizing the complexity of désordres de l'information en ligne*, First Draft News. Disponible sur https://firstdraftnews.org/coe_infodisorder/

Zuckerman, E. (2017) *Stop Saying Fake News, It's Not Helping, My Heart's* in Accra, Disponible sur <http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>

**TRANSFORMATION DE L'INDUSTRIE DE
L'INFORMATION : TECHNOLOGIE NUMERIQUE,
RESEAUX SOCIAUX ET DIFFUSION DE LA
MESINFORMATION ET DE LA DESINFORMATION**

Julie Posetti

MODULE 3



Synopsis

L'on a dit que l'ère du numérique était «l'âge d'or du journalisme»¹. En effet, le numérique a permis d'accéder à des mines de données, qui ont pu être exploitées par le journalisme d'investigation², en favorisant le développement de nouveaux modèles de collaboration, à l'échelle internationale, dans le domaine de l'information et l'accès à des trésors de connaissances et à des sources variées disponibles par un simple clic. Cependant, la technologie numérique a également donné lieu à des défis sans précédents, toujours en cours, et à une modification structurelle de l'industrie de l'information.

Le journalisme est «attaqué de toutes parts»³, il se trouve à devoir affronter une «véritable tempête» virtuelle déclenchée par des pressions convergentes qui alimentent les «désordres de l'information»⁴. Ceci inclut:

- ▶ La naissance de la propagande sur internet⁵ et la transformation de la méfiance en véritable arme⁶
- ▶ La perturbation créée par le numérique dans le monde de la publicité et de l'information a provoqué la chute du modèle traditionnel et un chômage de masse dans ces secteurs économiques
- ▶ L'échec de l'utilisation de la publicité numérique à l'appui du journalisme en remplacement de la publicité imprimée (Google et Facebook sont maintenant les principaux bénéficiaires des ventes de publicité sur Internet)⁷
- ▶ La convergence numérique qui a transformé la production, la publication et la distribution des contenus, en accroissant de manière significative la pression en termes de délais et entraînant des pertes d'emplois supplémentaires
- ▶ Le harcèlement ciblé, en ligne, des journalistes (en particulier des femmes), de leurs sources et de leurs lecteurs⁸

1 Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age UNESCO, Paris. p 104 <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [consulté le 01/04/2018]. (Citant Le Directeur de l'ICIJ, Gerard Ryle)

2 Obermayer, B. & Obermaier, F. (2016). The Panama Papers : Breaking the story of how the rich and powerful hide their money, One World, London

3 UNESCO (2018). World Trends in Freedom of Expression and Media Development 2017/2018. UNESCO, Paris. <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002597/259756e.pdf> [consulté le 29/03/2018].

4 Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Council of Europe, Op Cit. Note : l'enregistrement vidéo d'une table ronde au Festival International du Journalisme 2018, organisée par l'auteur du chapitre, peut être utilisé comme ressource par les formateurs pour la mise en œuvre de ce module. <https://www.journalismfestival.com/programme/2018/journalisms-perfect-storm-confronting-rising-global-threats-from-fake-news-to-censorship-surveillance-and-the-killing-of-journalists-with-impunity>

5 Clarke, R. & Gyemisi, B. (2017). Digging up facts about fake news : The Computational Propaganda Project. OECD. <http://www.oecd.org/governance/digging-up-facts-about-fake-news-the-computational-propaganda-project.htm> [consulté le 01/04/2018].

6 UNESCO (2017). States and journalists can take steps to counter «fake news». UNESCO, Paris. <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [consulté le 29/03/2018].

7 Kollewe, J. (2017). Google and Facebook bring in one-fifth of global ad revenue The Guardian, May 2nd 2017. <https://www.theguardian.com/media/2017/may/02/google-and-facebook-bring-in-one-fifth-of-global-ad-revenue> [consulté le 29/03/2018].

8 Cf. Module 7

- ▶ Les plateformes des réseaux sociaux qui placent le public en première ligne dans la recherche et la distribution des contenus⁹, en faisant du lecteur/spectateur/de l'auditeur, un collaborateur dans la production des nouvelles (ce qui apporte de nombreux avantages, mais qui déstabilise, aussi, la fonction de garde-fou des médias d'information traditionnels et a un impact sur les critères de vérification¹⁰).
- ▶ La demande d'information «prête à consommer» du public, diffusée sur des réseaux mobiles et de participation en temps réel sur les réseaux sociaux accroît ultérieurement la pression sur les professionnels de l'information, qui doivent faire face, par ailleurs, à une réduction des ressources dans un cycle d'information en continu.
- ▶ Les éditeurs des médias d'information doivent lutter pour conserver leurs lecteurs et leurs spectateurs/auditeurs au fur et à mesure que les barrières à la publication sont supprimées et que n'importe quelle personne ou entité – et notamment des politiciens puissants qui cherchent à décrédibiliser les critiques qui leur sont adressées - est libre de produire des contenus en contournant les garde-fous traditionnels et en concurrençant les moyens d'information officiels.¹¹
- ▶ L'impact limité et la rentabilité de nombreuses nouvelles start-ups opérant uniquement en ligne dans le domaine de l'information, qui comblent le vide créé par la faillite des journaux.
- ▶ L'érosion de la confiance dans le journalisme et les médias traditionnels, qui provoque une ultérieure dispersion du public, réduisant encore davantage les bénéfices et alimentant la diffusion des «désordres de l'information».

Suite à cela, les lignes de démarcation entre les faits, le divertissement, la publicité, la pure invention et la fiction sont de moins en moins claires. Et lorsque la désinformation et la mésinformation circulent, le système de diffusion des nouvelles sur les réseaux sociaux, basé sur un partage «de pair à pair» rend souvent viral le contenu ce qui empêche de le retirer, même si des journalistes et d'autres vérificateurs des faits essaient de le réfuter.

Ce module explique aux participants de quelle manière l'échec des modèles économiques de nombreux médias d'information commerciaux à l'ère du numérique, associé aux processus de transformation numérique et à l'avènement des réseaux sociaux, a permis de légitimer et de diffuser de manière virale la désinformation et la mésinformation¹². Ce module aidera également les participants à analyser de manière critique les réponses opposées par les médias d'information aux «désordres de l'information». De plus, il fournira aux participants des informations sur les bonnes pratiques mises en œuvre dans le secteur pour gérer ce problème.

9 Nielsen, R.K. & Schroeder, C. K. (2014). The Relative Importance of Social Media for Accessing, Finding and Engaging With News in Digital Journalism, 2(4) <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2013.872420> [consulté le 29/03/2018].

10 Posetti, J. & Silverman, C. (2014). When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification in Posetti (Ed) Trends in Newsrooms 2014 (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [consulté le 29/03/2018].

11 Cadwalladr, C. (2017). Trump, Assange, Bannon, Farage... bound together in an unholy alliance, The Guardian, October 28th 2017. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/28/trump-assange-bannon-farage-bound-together-in-unholy-alliance> [consulté le 29/03/2018].

12 Posetti, J. & Silverman, C. (2014). op cit



Aperçu

Comment aborder les problèmes

Les causes structurelles des «désordres de l'information» qui affectent l'industrie de l'information

I) La chute des modèles économiques traditionnels

La baisse rapide des recettes générées par la publicité traditionnelle – à savoir du modèle de financement sur lequel «était fondé le journalisme commercial pendant presque deux siècles – et les bénéfices insuffisants produits par la publicité numérique ont créé la nécessité urgente d'expérimenter de nouveaux modèles pour assurer la viabilité du journalisme. Cependant, l'effondrement de l'industrie de l'information n'a fait que s'accroître, avec le brusque déclin des quotidiens, d'énormes restructurations et des licenciements massifs, qui sont devenus un phénomène récurrent dans les rédactions du monde entier. Le changement des comportements des consommateurs de médias et la prolifération des réseaux sociaux, avec la diffusion de smartphones de moins en moins coûteux, dotés d'applications, ont également entraîné une transition importante du public des produits d'information traditionnels aux modes de partage des informations «de pair à pair» avec une ultérieure baisse des recettes.

Parmi les impacts liés aux «désordres de l'information» nous pouvons citer :

- ▶ la réduction des ressources dont disposent les rédactions (en termes de personnel et de budget), qui ne permet pas une vérification suffisamment rigoureuse des sources et des informations et réduit le nombre de reportages sur le terrain
- ▶ une pression accrue en termes de délais et des processus de contrôle de la qualité réduits ainsi que des pertes d'emplois, alors que la demande de contenus ne cesse d'augmenter pour remplir les pages d'accueil et celles des réseaux sociaux
- ▶ moins de temps et de ressources disponibles pour les «contrôles et les modifications» (y compris en ce qui concerne la vérification des faits par les reporters et le montage)
- ▶ une confiance excessive dans des titres – mal identifiés, mais lucratifs – de contenus publicitaires natifs¹³ et de clickbait ou «appât à clicks» qui risquent de réduire encore davantage la crédibilité aux yeux des lecteurs.

ii) Transformation numérique des rédactions et de la narration

La décennie 2000 -2010 a créé une onde de choc dans le domaine des médias¹⁴, déstabilisant les modèles et les processus de production, de distribution et de consommation de l'information, au fur et à mesure que l'ère du numérique s'imposait. Tout cela apportait de nouvelles opportunités et de nouveaux défis. La transformation numérique de l'industrie de l'information et le métier de journaliste sont maintenant

13 Le terme «Native Advertising» est utilisé dans l'industrie des médias pour désigner des contenus payants qui imitent la forme du reportage. Bien que le fait d'étiqueter clairement le contenu comme «payant» soit considéré comme une pratique éthique, la peur d'éloigner encore davantage les lecteurs a donné lieu, dans certains cas, à une absence de transparence.

14 Nielsen, R. K. (2012). The Ten Years That Shook the Media World : Big Questions and Big Trends in International Media Developments (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_o.pdf [consulté le 29/03/2018].

considérés comme un processus perpétuel entraîné, à la fois, par l'évolution des comportements du public (par ex. distribution des contenus «de pair à pair» accès à la demande) et de la technologie (l'émergence des plateformes de réseaux sociaux, de la réalité virtuelle, de l'intelligence artificielle et l'accessibilité accrue aux smartphones).¹⁵ Ceci entraîne une exigence permanente de nouvelles compétences en matière de numérique.

Les impacts liés aux «désordres de l'information» incluent:

- ▶ La convergence des médias: de nombreux journalistes sont maintenant affectés à la production pour plusieurs plateformes (mobiles ou imprimées) en même temps, ce qui réduit encore davantage le temps consacré au reportage par une approche proactive, par rapport à des activités journalistiques purement «réactives» telles que la reproduction de contenus issus du monde de la communication sans vigilance et esprit critique.
- ▶ De plus en plus souvent, les reporters doivent corriger et publier leurs contenus sans une vérification suffisante.¹⁶
- ▶ Les médias numériques exigent des délais de publication de plus en plus raccourcis, ce qui accroît le risque d'erreur.
- ▶ La publication en priorité sur les réseaux sociaux est courante: les journalistes publient leurs articles sur leurs comptes personnels de réseaux sociaux et/ou ceux de leurs éditeurs, afin de satisfaire la demande d'informations en temps réel du public. Ces pratiques incluent le «live tweeting» les vidéos «Facebook Live» et d'autres activités journalistiques qui n'impliquent pas nécessairement une vérification rédactionnelle (comme pour la diffusion en direct), et qui créent, potentiellement, une mentalité du type «publier d'abord, vérifier après».
- ▶ La confiance accordée à des outils d'analyse des données rudimentaires, qui se concentrent principalement sur le nombre de clics par article et de visiteurs sur le site au lieu de tenir compte du «nombre de minutes d'attention» et du «temps passé» (qui constituent des indicateurs bien plus précieux pour un journalisme de qualité et des articles approfondis) et qui sont utilisés pour justifier l'application de prix plus élevés pour une publicité numérique de plus en plus rare et de bas niveau.

15 Pour une analyse détaillée, au niveau mondial, des tendances dans le domaine des médias numériques, cf. le document de L'Institut Reuter pour l'étude du Journalism Reuters (RISJ) Digital News Report. The 2018 edition is disponible sur : <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/overview-key-findings-2018/>

16 Cf. l'étude de cas d'Australian Community Media (ACM) : Robin, M. (2014). Who needs subs ? Fairfax turns to reporter-only model Crikey. <https://www.crikey.com.au/2014/10/16/who-needs-subs-fairfax-turns-to-reporter-only-model/> [consulté le 29/03/2018]. (Note: cette méthode est maintenant intégrée aux publications régionales, rurales et communautaires de Fairfax Media)

- ▶ Les pratiques de «clickbait» (littéralement appâts à clicks, à savoir l'utilisation de titres trompeurs ou d'images aguicheuses pour inciter les lecteurs à cliquer sur des liens), spécialement conçues pour activer le trafic, mais responsables également, en partie, de l'érosion de la confiance des utilisateurs dans le journalisme professionnel.
- ▶ La poursuite de la «viralité» au détriment de la qualité et de la précision, un problème qui risque d'être encore accentué par l'intelligence artificielle et la capacité des machines à «apprendre».
- ▶ L'émergence d'unités de vérification des faits au sein des rédactions et en tant que résultat des projets de développement des médias.

iii) **Viralité: comment la désinformation se répand rapidement dans le nouvel écosystème de l'information?**

a) *L'augmentation du public*

L'ère du numérique a supprimé les barrières à la publication¹⁷ et marqué «le transfert des outils de production aux personnes que l'on désignait, autrefois, comme le public»,¹⁸ qui sont devenues, actuellement, coproductrices des contenus, et notamment de l'information - une fonction et une pratique qui sont désignées par le terme «produsage» (contraction des mots production et usage, le «produsage» décrit une nouvelle réalité: dans une communauté collaborative en ligne, la frontière entre producteur et usager de contenus s'efface. L'internaute devient un agent hybride, un «produser»)¹⁹. Le public a été initialement développé par e-mail et chat-room, avant que les plateformes des réseaux sociaux n'amplifient de manière très significative leur portée.

b) *L'arrivée des réseaux sociaux*

A la fin des années 2000, dans de nombreux pays, Twitter et Facebook avaient rejoint YouTube parmi les piliers des réseaux sociaux, qui influençaient les pratiques et l'identité professionnelle des journalistes (surtout en ce qui concerne la vérification, le contact avec le public et la collision entre la sphère publique et la sphère privée qui s'est produite sur les réseaux sociaux²⁰), ainsi que la distribution des contenus. Au fur et à mesure que des individus construisaient des réseaux axés sur la confiance, la distribution des contenus «de pair à pair» (notamment sur Facebook) a provoqué la remise en question des méthodes traditionnelles de diffusion des contenus.

Les utilisateurs traitaient leurs propres flux de contenus – y compris ceux provenant de nouveaux services, des journalistes et d'autres sources d'information fiables – sans intermédiaires. Suite à leur diffusion par le biais de ces «réseaux de confiance» (utilisateurs et homologues), des contenus faux, inexacts, malveillants et de propagande déguisés en information ont trouvé un plus grand écho. Les chercheurs ont découvert que les contenus dotés d'une connotation émotionnelle et les contenus partagés par un ami ou un membre

17 Gillmor, D. (2004). We, the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People (O'Reilly). <http://www.authorama.com/we-the-media-8.html> [consulté le 29/03/2018].

18 Rosen, J. (2006). The People Formerly Known as the Audience, PressThink blog (June 27th, 2006). http://archive.presthink.org/2006/06/27/ppL_frmr.html [consulté le 29/03/2018].

19 Bruns, A. (2008). Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage. Peter Lang, New York. Cf. également: Bruns A (2006) Collaborative En ligne News Production. Peter Lang, New York.

20 Posetti, J. (2009). Transforming Journalism...140 Characters at a Time Rhodes Journalism Review 29 septembre 2009. http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [consulté le 29/03/2018].

de la famille étaient davantage susceptibles d'être partagés sur les réseaux sociaux²¹.

Alors que les journalistes et les organes d'information ont été obligés d'intégrer ces plateformes dans le but de collecter des informations, d'échanger avec le public et de diffuser des contenus (ils devaient être présents là où se trouvaient leurs lecteurs), des « bulles de filtres »²² ou des « chambres de résonance » se sont développées (même si elles n'étaient pas aussi hermétiques et isolées que l'on a voulu, parfois, le faire croire). Ce phénomène a réduit l'accès de nombreux utilisateurs à des points de vue différents et à des informations vérifiées. Cette évolution a accru les risques associés aux « désordres de l'information ».

Les avantages du journalisme en ligne et en réseau incluent la possibilité de s'approvisionner de manière collaborative auprès de différentes sources, de procéder à une vérification collaborative²³ (afin de corriger la désinformation, de dévoiler la désinformation et de démasquer les acteurs malveillants) et de créer un public fidèle (soutenu par un dialogue direct entre le journaliste et le consommateur d'information).²⁴ Il permet également aux utilisateurs de « répondre » pour corriger les erreurs éventuellement commises par les auteurs ou de contribuer à la recherche. La participation des utilisateurs sur les réseaux sociaux aide également les journalistes et les lecteurs à contourner des restrictions arbitraires et la censure (par ex. plusieurs couches de « spin doctors » les conseillers en communication et marketing politique), qui peuvent empêcher l'accès à l'information et aux sociétés ouvertes.

Les échanges entre les journalistes, les utilisateurs et les sources d'information sur les réseaux sociaux peuvent également être considérés comme un nouveau dispositif visant à assurer la fiabilité et à contribuer à l'autorégulation. Ces interactions permettent aux journalistes de répondre rapidement et publiquement à des critiques justifiées concernant leur travail, de corriger immédiatement les erreurs et d'accroître la transparence de leur pratique en « séparant le contenu du processus ».²⁵

Parmi les inconvénients, nous pouvons mentionner, en revanche :

- ▶ Une plus grande probabilité de générer de la désinformation et de la désinformation qui se répandent rapidement par le biais des « réseaux de confiance »²⁶ et suite à des réactions émotionnelles (par ex. à travers les préjugés de confirmation). (Cf. Module 5)

21 Bakir, V. & McStay, A. (2017) Fake News and the Economy of Emotions Digital Journalism (Taylor and Francis) July, 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [consulté le 29/03/2018].

22 Note : Les bulles de filtres sont des espaces peuplés de personnes qui partagent les mêmes points de vue, car des algorithmes fournissent aux utilisateurs des contenus personnalisés c.f. Pariser, E. (2012). The Filter Bubble. Penguin and Random House, New York

23 Garcia de Torres, E. (2017). The Social Reporter in Action: An Analysis of the Practice and Discourse of Andy Carvin in Journalism Practice, 11(2-3). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/2017512786.2016.1245110> [consulté le 29/03/2018].

24 Posetti, J. (2010). Aussie #Spill Breaks Down Barriers Between Journalists, Audience PBS Mediashift, 24 mai 2010. <http://mediashift.org/2010/05/aussie-spill-breaks-down-wall-between-journalists-audience144/> [consulté le 29/03/2018].

25 Posetti, J. (2013). The « Twitterisation » of investigative journalism in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), Journalism Research and Investigation in a Digital World (pp. 88-100) : Oxford University Press. Disponible sur <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers>

26 Les réseaux de confiance sont des réseaux de personnes qui partagent des informations en ligne par le biais de relations basées sur la confiance (par exemple des groupes de membres de la famille ou d'amis), sans intermédiaires, de personne à personne. Les recherches ont démontré à plusieurs reprises que les utilisateurs des réseaux sociaux sont davantage susceptibles de partager les informations résultant de ces « réseaux de confiance » indépendamment de leur vérification ou de leur exactitude.

- ▶ La possibilité, pour les gouvernements et d'autres institutions, de contourner les questions et les vérifications des médias d'information en s'adressant directement au public afin d'éviter la critique. Les preuves d'une manipulation accrue du pouvoir des réseaux sociaux par tous ceux qui cherchent à influencer les résultats des élections et les politiques publiques ne manquent pas.²⁷
- ▶ Les informations à sensation sont davantage susceptibles d'être partagées.²⁸
- ▶ L'impossibilité de bloquer facilement ou corriger la désinformation et la mésinformation une fois qu'elle s'est répandue: quel que soit le «déboulonnage» ou la force d'un reportage visant à démontrer la fausseté de certaines informations, rien ne réussira à éliminer totalement l'impact d'une histoire fabriquée, d'un mème (éléments de langage ou visuels reconnaissables et transmis par répétition) malveillant, d'une vidéo de propagande déguisée en information ou d'une information erronée suite à un manque de vérification.
- ▶ La demande de publication immédiate sur les réseaux sociaux peut mener, par inadvertance, à partager un élément de désinformation et de mésinformation ou du matériel provenant de sources polluées.²⁹
- ▶ Le faible niveau de maîtrise des médias et de l'information et des compétences en matière de vérification, dans la société au sens large. Ce qui veut dire, dans de nombreux cas, que les utilisateurs moyens des réseaux sociaux ne sont pas suffisamment équipés pour savoir si une certaine information est véridique avant de la partager.
- ▶ Le risque que les gouvernements dressent des obstacles contre la liberté d'expression par une censure et des fermetures injustifiées en réponse aux problèmes urgents décrits plus haut.
- ▶ Le développement de bulles de filtres qui confirment, de manière théorique, les préjugés et ne permettent pas d'accéder à une information vérifiée, de qualité.
- ▶ Le risque qu'un journalisme de mauvaise qualité entraîne une baisse ultérieure du respect du public vis-à-vis de la profession journalistique et légitime les attaques contre les médias d'information par tous ceux qui ont intérêt à bâillonner les critiques.
- ▶ Le risque de confusion, de la part du public, concernant la notion même d'information, par rapport à la désinformation déguisée en information.³⁰

27 Freedom House (2017). Freedom of the Net 2017: Manipulating Social Media to Undermine Democracy Freedom House. <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017> [consulté le 29/03/2018]. See also Cadwalladr, C. (2018). I made Steve Bannon's Psychological Warfare Tool: Meet the data war whistleblower, The Guardian/Observer <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/2017/data-war-whistleblower-christopher-wylie-faceook-nix-bannon-trump> [consulté le 31/03/2018].

28 Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter in Journalism Studies (Taylor and Francis) March, 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [consulté le 29/03/2018].

29 Posetti, J. (2009). Rules of Engagement For Journalists on Twitter PBS Mediashift, June 19th 2009. <http://mediashift.org/2009/06/rules-of-engagement-for-journalists-on-twitter170/> [consulté le 29/03/2018].

30 Nielsen, R. K. & Graves, L. (2017). «News you don't believe»: Audience Perspectives on Fake News Reuters Institute for the Study of Journalism Factsheet (RISJ, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf [consulté le 29/03/2018].

- ▶ La mauvaise préparation des rédactions en termes de traitement de la désinformation et la nécessité, pour les équipes rédactionnelles des réseaux sociaux, de développer des stratégies avancées pour mieux lutter contre ce problème.³¹

c) *L'avènement des plateformes*

La rédactrice en chef du quotidien britannique *The Guardian*, Katherine Viner, a affirmé que «Facebook est devenu l'éditeur le plus riche et le plus puissant de toute l'histoire en remplaçant les rédacteurs par des algorithmes.»³² Les plateformes des réseaux sociaux ont été acclamées comme les «nouveaux garde-fou»³³, bien qu'elles montrent toujours une certaine réticence à accepter le même niveau de responsabilité, en termes de supervision – et notamment de vérification et de «curation» – que les médias traditionnels, même si elles décident, parfois, de censurer certains contenus en portant atteinte, ainsi, à la liberté de la presse.³⁴ Bien que les efforts mis en œuvre par les réseaux sociaux pour s'opposer à la désinformation et à la mésinformation évoluent rapidement, leur réticence a) à répondre de manière adéquate à l'échelle mondiale, et b) à assumer une responsabilité éditoriale pour l'impact exercé par la désinformation et la mésinformation sur la démocratie et sur la société risque de les transformer en réceptacles des «désordres de l'information» et de harcèlement en ligne.³⁵

La fonction de l'algorithme Facebook dans la diffusion des nouvelles et de la désinformation, surtout dans les Etats en voie de développement, fait l'objet d'une surveillance depuis 2016³⁶, surtout dans le contexte de la propagande en ligne, qui affecte un grand nombre de plateformes ouvertes de réseaux sociaux.³⁷ Toutefois, après avoir initialement assumé des engagements et mis en œuvre des actions en partenariat avec de nouveaux organismes et institutions universitaires journalistiques pour répondre à ces problèmes, y compris des actions visant à rendre visibles des contenus fiables et à signaler les messages faux et trompeurs, Facebook a fait un grand pas en arrière, à ce sujet, en janvier 2018.³⁸ La transition d'un système ouvert à un système plus fermé de contact avec le public devrait suivre, très probablement, avec un ensemble de nouvelles implications en termes de diffusion des nouvelles et viabilité du journalisme de haut niveau. Il existe également d'autres risques liés à la création de bulles de filtres et à la diffusion virale de la désinformation.³⁹ Cela concerne les problèmes inhérents aux algorithmes des moteurs de recherche tels que Google, qui, comme l'entreprise

-
- 31 Elizabeth, J. (2017) After a Decade, It's Time to Reinvent Social Media in Newsrooms, American Press Institute <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/reinventing-social-media/single-page/> [consulté le 29/03/2018].
- 32 Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis *The Guardian*, November 17th, 2017. <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [consulté le 29/03/2018].
- 33 Bell, E. & Owen, T. (2017). The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism *Tow Center for Digital Journalism*. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [consulté le 29/03/2018].
- 34 *Hindustan Times* (2016). Facebook Says Will Learn From Mistake Over Vietnam Photo. <http://www.hindustantimes.com/world-news/facebook-says-will-learn-from-mistake-over-vietnam-photo/story-kwmb3iX6lKgmwalGZeKlyN.html> [consulté le 29/03/2018].
- 35 Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific En ligne Harassment, *The Conversation*, June 29th 2017. <https://theconversation.com/fighting-back-against-prolific-en-ligne-harassment-in-the-philippines-80271> [consulté le 29/03/2018].
- 36 Finkel, Casey & Mazur (2018). op cit
- 37 Grimme, C., Preuss, M., Adam, L., & Trautmann, H. (2017). Social Bots : Human-Like by Means of Human Control ?. *Big Data* 5(4) <http://comprop.oii.ox.ac.uk/publishing/academic-articles/social-bots-human-like-by-means-of-human-control/> [consulté le 29/03/2018].
- 38 Wang, S., Schmidt, C. & Hazard, O.L. (2018). Publishers claim they're taking Facebook's newsfeed changes in their stride - is the bloodletting still to come? *NiemanLab*. <http://www.niemanlab.org/2018/01/publishers-claim-theyre-taking-facebooks-news-feed-changes-in-stride-is-the-bloodletting-still-to-come/> [consulté le 29/03/2018].
- 39 Alaphillippe, A. (2018). Facebook's Newsfeed Changes Are Probably Going to be Great for Fake News, *The Next Web*. <https://thenextweb.com/contributors/2018/01/2018/facebook-news-feed-changes-probably-going-great-fake-news/> [consulté le 29/03/2018].

même l'a admis début 2018, auraient tendance à renforcer le biais de confirmation. A la date de rédaction de ce manuel, Google a indiqué qu'il travaillait à la résolution de ce problème: «*Les rédacteurs ont souvent et légitimement des points de vue différents et nous souhaitons fournir aux utilisateurs une visibilité et un accès à ces points de vue , en ayant recours à des sources différentes.*»⁴⁰

Conséquences des «désordres de l'information» pour le journalisme et l'industrie de l'information:

- ▶ Une érosion ultérieure de la confiance dans les médias d'information, dans le journalisme et dans les journalistes qui publient des informations inexactes, fabriquées ou trompeuses.
- ▶ Une confusion entre l'information de qualité, d'une part, et la désinformation et les contenus de la publicité «native» (payante) - insuffisamment signalée comme telle et déguisée en information -, d'autre part, qui a accru une méfiance généralisée.
- ▶ Une pression ultérieure sur le modèle économique du journalisme; le public ne peut plus se tourner vers les médias d'information en cas de crise et de catastrophe, en pensant qu'il disposera de nouvelles fiables, préalablement vérifiées, publiées dans l'intérêt général. Cette confiance sous-tend la fidélité à un journal, ce qui est tout à fait essentiel à la création d'un modèle économique viable pour l'information.
- ▶ L'affaiblissement du rôle des journalistes en tant qu'intermédiaires fiables (par ex. dans le cadre du journalisme d'investigation), avec un effet de ruissellement sur la société dans son ensemble.
- ▶ Des mesures répressives (parfois justifiées sous prétexte qu'elles sont nécessaires pour éradiquer les «fake news»), qui portent atteinte à la liberté d'expression et à celle de la presse, y compris, entre autres, la fermeture du réseau Internet, le blocage des plateformes et la censure.
- ▶ Le ciblage malveillant des journalistes (en particulier s'il s'agit de femmes) par les pourvoyeurs de désinformation exploitant le harcèlement en ligne pour jeter le discrédit sur le journalisme critique, en même temps que des tentatives délibérées de piéger les journalistes dans la diffusion de la désinformation et de la mésinformation.⁴¹

De nouvelles pratiques sectorielles: comment les médias couvrent le sujet des «fake news» et tentent de s'opposer aux «désordres de l'information»?

Les problèmes et les risques décrits plus haut requièrent de la vigilance de la part des professionnels, un engagement éthique, un haut niveau qualitatif en termes de rédaction et de vérification (y compris des méthodes de vérification collaboratives) à la fois des informations et des sources. Par ailleurs, les professionnels doivent dévoiler activement les fausses nouvelles et écrire des articles originaux sur ce sujet.

⁴⁰ Hao, K. (2018). Google is finally admitting it has a filter bubble problem, Quartz. <https://qz.com/1194566/google-is-finally-admitting-it-has-a-filter-bubble-problem/> [consulté le 29/03/2018].

⁴¹ Cf. une analyse détaillée au Module 7

Voici quelques exemples des efforts mis en œuvre par des organes d'information et des journalistes pour aborder ce sujet, apprendre au public à maîtriser l'information et contrer la désinformation :

- ▶ *The Guardian* utilise Instagram Stories pour s'opposer à la diffusion de la désinformation, par de courtes vidéos destinées à un public jeune <http://www.instagram.com/p/BRd25kQBb5N/> (Cf. également: le quiz interactif sur les «fake news» du *Guardian* <https://www.theguardian.com/theguardian/2016/dec/28/can-you-spot-the-real-fake-news-story-quiz>)
- ▶ *Rappler* a recours au journalisme d'investigation et à l'analyse des big data pour révéler les sites de propagande de «faux nez» (sites usurpateurs) qui s'attaquent aux institutions démocratiques aux Philippines <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet>
- ▶ Le *New York Times* publie des articles explicatifs approfondis sur le problème, avec des études de cas: <https://www.nytimes.com/2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html>
- ▶ La revue *Columbia Journalism Review* s'est engagée dans une analyse réflexive du problème: https://www.cjr.org/analysis/how_fake_news_sites_frequently_trick_big-time_journalists.php
- ▶ *Guardian Australia* a publié un guide à l'usage des reporters pour contrer les théories climato-sceptiques: <https://www.theguardian.com/environment/planet-oz/2016/nov/08/tough-choices-for-the-media-when-climate-science-deniers-are-elected>
- ▶ Au Japon, lors des élections législatives de 2017, des journalistes et des universitaires ont uni leurs efforts dans le cadre d'une action collaborative visant à discréditer la désinformation en se fondant sur les principes du projet, très réussi, d'observatoire électoral, CrossCheck mis en place en France la même année: <http://www.niemanlab.org/2017/10/a-snap-election-and-global-worries-over-fake-news-spur-fact-checking-collaborations-in-japan/>
- ▶ Aux Etats-Unis, Electionland est un exemple intéressant de collaboration entre enseignants et étudiants d'écoles de journalisme: <https://projects.propublica.org/electionland/>⁴²
- ▶ L'enquête journalistique internationale sur le scandale Cambridge Analytica (à laquelle ont participé *The Observer & The Guardian*, Channel 4 News et *The New York Times*) et l'explication très approfondie de cette question complexe fournie par Vox Media à son public: a. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/21/2017141428/cambridge-analytica-trump-russia-mueller> b. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/2017151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram>

42 Note du rédacteur: CrossCheck et Electionland sont deux exemples d'un nouveau phénomène représenté par des partenariats temporaires, créés pour contrer la désinformation pendant les campagnes électorales. Ces partenariats «éphémères» peuvent être précieux pour compenser l'absence, la relative faiblesse ou l'isolement des entités établies chargées de la vérification des faits.

- ▶ Le site *The Quint* a exploité le pouvoir de ses utilisateurs pour contrer la diffusion de la désinformation sur WhatsApp, en Inde, par un traitement original de contenus vérifiés, sur l'App: <https://www.thequint.com/neon/satire/whatsapp-indian-elections-and-fake-propaganda-satire>⁴³

Les formateurs et les enseignants sont invités à ajouter d'autres exemples choisis dans leur propre zone géographique et dans leur langue.

Sont également intéressantes les stratégies mises en œuvre par le Professeur Charlie Beckett pour favoriser une pratique éthique du journalisme à l'ère des «fake news». D'après lui, les journalistes devraient:

- ▶ être connectés, à savoir accessibles et présents sur toutes les plateformes⁴⁴
- ▶ organiser, à savoir aider les utilisateurs à trouver de bons contenus, partout où ils se trouvent
- ▶ être pertinents: utiliser le langage des utilisateurs et «écouter» de manière créative
- ▶ agir en experts: apporter de la valeur, une analyse, une expérience et un contexte
- ▶ être sincères: vérification des faits, équilibre, précision
- ▶ être humains: faire preuve d'empathie, respecter la diversité, [être] constructifs
- ▶ être transparents: révéler les sources, être fiables, accepter les critiques.⁴⁵



Objectifs du Module

- ▶ Faire en sorte que les participants comprennent, d'une part, les causes structurelles de l'affaiblissement de l'industrie de l'information et, d'autre part, l'explosion de la désinformation et de la mésinformation
- ▶ Apprendre aux participants à analyser de manière critique les réponses de l'industrie de l'information au phénomène des «désordres de l'information»
- ▶ Comprendre et critiquer le rôle des plateformes dans le développement et la poursuite du phénomène de la désinformation
- ▶ Tirer des leçons des bonnes pratiques qui émergent, parmi les journalistes et les organes d'information, pour répondre de manière efficace à ce phénomène.

43 Note: Pour des recherches examinant le rôle des applications de chat dans la diffusion de la désinformation cf.: Bradshaw, S & Howard, P. (2018). Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. Working Paper 2018.1. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf> [consulté le : 20/8/18].

44 Note: les éditeurs reconnaissent que tous les journalistes ne peuvent pas être présents, individuellement, sur toutes les plateformes. Toutefois, il peut être utile que les rédactions affectent certains journalistes à des plateformes émergentes et à plus faible impact outre qu'à Twitter, Facebook et Instagram.

45 Beckett, C. (2017). Op. cit



Résultats de l'enseignement

Au terme de ce module, les participants devraient être en mesure de :

1. Evaluer de manière critique les causes structurelles et les vastes conséquences de la communication et de la diffusion de fausses informations par les médias.
2. Comprendre et analyser de manière critique le rôle de la technologie et des «nouveaux garde-fou» (à savoir les plateformes) dans la vaste diffusion de la désinformation et de la mésinformation déguisées en information.
3. Identifier les meilleures pratiques émergentes dans l'industrie de l'information pour dévoiler et combattre la désinformation.



Format du Module

Ce module a été conçu pour être dispensé en classe ou en ligne. Il comprend une partie théorique et une partie pratique.

Comment relier le Plan aux Résultats de l'enseignement

A. Théorie

Plan du Module	Number d'heures	Résultats de l'enseignement
<p>Cours interactif et session de questions/réponses traditionnels ou sous la forme de webinaire, afin de faciliter la participation à distance.</p> <p>Le contenu du cours peut être extrait de la théorie et des exemples fournis ci-dessus.</p> <p>Cependant, nous encourageons les formateurs à insérer dans ce module des études de cas ayant un intérêt local.</p> <p>Les résultats de l'enseignement seront d'autant plus intéressants si le cours se déroule sous la forme d'une table ronde d'experts, avec la participation de journalistes, rédacteurs en chef et représentants des plateformes, la modération pouvant être assurée par l'enseignant ou le conférencier et les participants pouvant participer en posant ou en répondant à des questions.</p>	60 - 90 min	1, 2, 3

B. Pratique

Plan du Module	Number d'heures	Résultats de l'enseignement
<p>Un atelier/tutoriel, qui pourra se dérouler dans un environnement traditionnel, en classe, ou par le biais d'une plateforme d'e-learning telle que Moodle, des groupes Facebook ou d'autres services permettant la participation à distance sur Internet. L'exercice relatif à l'atelier/au tutoriel peut assumer le format suivant.</p> <p>Les groupes de tutoriels sont répartis en groupes de 3 à 5 participants chacun. Chaque groupe devrait:</p> <ol style="list-style-type: none">Recevoir une étude de cas concernant la couverture ou la diffusion, par inadvertance, par un organe d'information d'éléments de mésinformation / désinformationEvaluer, de manière collaborative, le matériel, en recherchant l'origine des informations et le contexte d'origine des informations erronées (par ex. l'information a-t-elle fait l'objet d'une édition spéciale?); discuter des causes possibles de l'incident (en faisant attention à des facteurs structurels, tels que la récente compression des ressources de la rédaction et le rôle des réseaux sociaux); parler de leurs propres expériences personnelles en décrivant des cas dans lesquels ils ont cru à des informations fausses ou inexactes.Ecrire, collectivement, un résumé de 250 mots contenant leur analyse des causes probables de la publication, en identifiant trois choses que le(s) journaliste(s) ou l'organe d'information aurai(en)t pu faire différemment pour éviter la publication des fausses informations. Ils peuvent utiliser, à cet effet, Google Docs ou tout autre outil de rédaction collaboratif et doivent soumettre le texte au formateur/à l'enseignant.	90 - 120 min	1, 2, 3, 4



Exercices suggérés

Rapport sur une Etude de Cas (2000 mots). Identifier trois études de cas (dont une de nature locale ou régionale) concernant la diffusion, par un organe d'information, d'un exemple de désinformation ou une enquête menée par cet organe à ce sujet. Analyser chaque exemple (en traitant des causes et des conséquences de la publication de la mésinformation/désinformation) et tirer les leçons apprises pour chaque cas (Note: les participants doivent choisir des exemples récents, en excluant ceux fournis pour animer le débat dans le cadre de l'atelier de ce module).



Lecture

- Bakir, V. & McStay, A. (2017). *Fake News and the Economy of Emotions in Digital Journalism* (Taylor and Francis). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [consulté le 29/03/2018].
- Bell, E. & Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism* Tow Center for Digital Journalism, March 29th, 2017. https://cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [consulté le 29/03/2018].
- Ireton, C. (Ed) (2016). *Trends in Newsrooms 2016* (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2016.pdf [consulté le 29/03/2018].
- Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). *Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter* in *Journalism Studies* (Taylor and Francis). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [consulté le 29/03/2018].
- Nielsen, R. K. (2012). *The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments* (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_o.pdf [consulté le 29/03/2018].
- McChesney, W. & Picard, V. (Eds) (2011). *Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights: The Collapse of Journalism and What Can Be Done to Fix it*. The New Press, New York.
- Mitchell, A., Holcomb, J. & Weisel, R. (2016). *State of the News Media* Pew Research Centre. <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/06/30143308/state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf> [consulté le 29/03/2018].
- Posetti, J. (2009). *Transforming Journalism...140 Characters at a Time* Rhodes Journalism Review 29, http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [consulté le 29/03/2018].
- Posetti, J. (2013). *The «Twitterisation» of investigative journalism* in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (pp. 88-100): Oxford University Press, Melbourne. <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers> [consulté le 20/03/2018].
- Posetti, J. & Silverman, C. (2014). *When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification* in Posetti (Ed) *Trends in Newsrooms 2014* (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [consulté le 29/03/2018].
- Posetti, J. (Ed) (2015). *Trends in Newsrooms 2015* (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2015.pdf, (Cf. également *Newsrooms 2014*) [consulté le 29/03/2018].

- RISJ (2018). *Digital News Report 2018* (University of Oxford). <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475> [consulté le 29/06/2018].
- Silverman, C. (2015). *Lies, Damn Lies and Viral Content*. Tow Center for Digital Journalism. http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf [consulté le 29/03/2018].
- Society of Climate Change Reporters (2016). *Climate Change: A Guide to Information and Désinformation* <http://www.sej.org/initiatives/climate-change/overview> [consulté le 29/03/2018].
- UNESCO (2017). *States and journalists can take steps to counter «fake news»*. <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-new> [consulté le 29/03/2018].

The background of the entire page is a silhouette of a person sitting and reading a book. The person is shown in profile, facing right. The background behind the silhouette is a warm, orange and red gradient, suggesting a sunset or sunrise. The text is overlaid on this background.

**LUTTER CONTRE LA DESINFORMATION ET LA
MESINFORMATION PAR
L'EDUCATION AUX MEDIA ET A L'INFORMATION**

Magda Abu-Fadil

MODULE 4



Synopsis

Ce module présente aux participants le concept d'éducation aux médias et à l'information¹ (EMI), afin qu'ils apprennent à voir l'information comme un moyen de détecter les «désordres de l'information» dans des messages subliminaux tout à fait banals. Ce concept est utilisé par l'UNESCO pour souligner la corrélation existante entre les compétences relatives à l'information au sens large et les médias en particulier. Cela inclut la compréhension des droits de l'homme (en particulier du droit à la liberté d'expression en tant que droit de chaque individu de rechercher, recevoir et fournir des informations et exprimer des opinions); la maîtrise de l'information (notamment en ce qui concerne les normes et l'éthique journalistiques); la connaissance de la publicité et de l'informatique; la compréhension du concept d'«économie de l'attention»; la maîtrise des relations interculturelles; la compréhension de la protection des données personnelles et de la vie privée etc. Cela comporte également la compréhension de l'interaction entre les communications et l'évolution de l'identité individuelle et sociale. La maîtrise des médias et de l'information devient une compétence de plus en plus essentielle: elle est nécessaire pour connaître les éléments qui contribuent à former notre identité et comprendre comment naviguer dans le brouillard de l'information, en évitant les écueils. Elle caractérise notre consommation, production, découverte, évaluation de l'information et notre manière de la partager, ainsi que notre compréhension de nous-mêmes et des autres dans la société de l'information.

La maîtrise de l'information est la compétence spécifique qui permet de comprendre le langage et les conventions utilisés dans le traitement d'une certaine nouvelle, en termes de typologie, et de reconnaître de quelle manière ces caractéristiques peuvent être exploitées de manière malveillante. Bien que ce soit très important, il est très improbable, toutefois, que cela génère une véritable résilience face à la désinformation déguisée en information. Ceci, parce que les humains communiquent non seulement avec leurs têtes, mais aussi avec leurs cœurs. Par conséquent, l'éducation aux médias et à l'information doit également se concentrer sur la sensibilisation des individus à leur manière de réagir aux contenus de l'information et à leur propension à croire ou non une certaine information, même indépendamment des indicateurs du «genre».

Par conséquent l'EMI doit aider, avant tout, les individus à comprendre leur propre identité: qui ils sont et qui ils vont devenir et de quelle manière cette identité affecte leur comportement en matière d'information et d'autres types de communication. Ce module vise à aider les participants à reconnaître et distinguer le journalisme d'une part et l'information déguisée en journalisme de l'autre. Cela rend l'individu maître de sa propre identité et lui permet de reconnaître la manipulation et d'y résister face à la désinformation déguisée en information.

Les participants apprendront à développer et utiliser la réflexion critique,² qui comporte le recours à l'analyse, à l'interprétation, à l'évaluation, à l'autorégulation, à l'esprit de déduction et à l'explication.

Les participants doivent, d'abord, analyser les nouvelles diffusées dans la presse imprimée, à la télévision et à la radio, en ligne et sur les réseaux sociaux, en décomposant les messages dans leurs différentes composantes et en découvrant leurs sources et la crédibilité (ou le manque de crédibilité) de celles-ci.

1 <https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy> [consulté le 16/06/2018].

2 Facione, P. (2010, mis à jour). Critical Thinking: What It Is and Why It Counts. [en ligne] Insight Assessment. Disponible sur: <https://www.insightassessment.com/> [consulté le 01/02/2018].

Ils apprendront que la véracité de l'information n'est pas une science exacte, mais qu'elle est présente dans des récits qui, bien qu'étant différents, sont généralement conformes à certaines méthodes professionnelles et à certains principes d'éthique qui contribuent à limiter les erreurs et à éviter la falsification. Les journalistes doivent signaler les mensonges répandus par différentes sources et ne doivent jamais prendre les déclarations pour des faits ou faire croire au public le contraire.

Dans ce module, les étudiants apprendront aussi qu'il est très facile d'exploiter le «jargon journalistique» pour produire un récit apparemment crédible et convaincant à partir de bribes d'informations incomplètes, trompeuses et purement inventées.³

Le matériel pédagogique relatif à ce module se concentre sur la sensibilisation croissante à l'importance de l'éducation aux médias et à l'information dans la lutte contre la mésinformation et la désinformation. Ceci inclut le recours à la réflexion critique pour détecter les «nouvelles» qui ont été fabriquées et incite les participants à exercer leur jugement critique dans leur vie de tous les jours, tout en les aidant à comprendre de quelle manière l'EMI peut renforcer leurs droits et ceux des autres et combien il est important d'empêcher la diffusion de la désinformation et du mensonge.⁴

Le cours doit se dérouler dans une classe équipée d'ordinateurs et d'un espace d'apprentissage avec connexion Internet. Les participants peuvent utiliser les applications de chat de leurs dispositifs mobiles personnels pendant la partie pratique. La connexion Internet est nécessaire pour accéder aux sources en ligne externes au campus, tandis que l'intranet du campus (lorsque ce module est proposé dans l'enseignement supérieur) est utilisé pour accéder à la bibliothèque et aux autres centres de ressources d'information dédiés présents sur le campus.



Aperçu

La désinformation déguisée en information, qui a sévi pendant les campagnes électorales aux Etats-Unis, en France, au Kenya et en Allemagne, en 2016 et 2017, n'est que la pointe de l'iceberg de toute une série de défis auxquels doivent faire face les sociétés en matière d'information, bien que, peut-être, dans ce cas, les conséquences soient potentiellement plus graves. Nous ne devons pas oublier, toutefois, que les spectateurs des chaînes de télévision et les utilisateurs des réseaux sociaux ont pu suivre en temps réel, dans le monde entier, le sauvetage quasi-miraculeux au Mexique, en 2017, d'une écolière, #FridaSofía, qui était restée piégée dans les décombres après un tremblement de terre – pour découvrir, ensuite, qu'elle n'existait tout simplement pas⁵. L'histoire était fautive, bien que l'on ne puisse pas affirmer avec certitude qu'elle soit le fruit d'une tentative de désinformation délibérée. Mais, le journalisme doit éviter, à la fois, les erreurs et la contrefaçon. Tout ce qui est faux, dans l'information, ne relève pas forcément d'une «fake news» dans le sens d'une volonté de désinformation, mais ces deux phénomènes sont tout aussi problématiques en termes de capacité de la société de comprendre le monde.

3 Pour des exemples de jargon journalistique, cf. : *Fluent in Journalese* by Philip B. Corbett. March 17, 2015 <https://afterdeadline.blogs.nytimes.com/2015/03/2017/fluent-in-journalese/>; *My «shameful secret» : l've learnt to love clichéd journalese* by Rob Hutton. 05 Sep 2013. <https://www.telegraph.co.uk/culture/10288967/My-shameful-secret-lve-learnt-to-love-cliched-journalese.html> [consultés le 22/04/2018].

4 L'intégration de l'éducation aux médias à l'enseignement du journalisme a été étudiée, par exemple, par Van der Linde, F. 2010.

5 Campoy, A. (2017). *A schoolgirl trapped in Mexico's earthquake rubble won the world's hearts – except she did not exist*. Quartz. Disponible sur : <https://qz.com/1084105/a-schoolgirl-trapped-in-mexicos-earthquake-rubble-won-the-worlds-hearts-except-she-didnt-exist/> [consulté le 03/04/2018].

Les consommateurs d'information doivent posséder une maîtrise de haut niveau de l'information et des médias en général, mais aussi un certain niveau de compréhension philosophique. Par exemple, ils doivent comprendre que les informations véridiques ne constituent pas toute la «vérité» (qui ne peut exister que de façon approximative dans les interactions humaines et dans la relation que les hommes et les femmes entretiennent avec la réalité, dans le temps). Les participants, et notamment les étudiants en journalisme, doivent comprendre, toutefois, que ce qui importe, avant tout, est que le journalisme ne doit pas perpétuer le mensonge. La vue de baleines et de requins dans des piscines ou des cours de maisons après un ouragan et d'autres effets collatéraux improbables de catastrophes naturelles apparaissant dans les médias doivent nous inciter à nous poser la question: *Est-ce possible?* Les informations non conformes à la nécessité de respecter la vérité des faits peuvent résulter d'une négligence et de procédures de publication inadéquates, tout comme elles peuvent être intentionnellement trompeuses et, par conséquent, frauduleuses. L'éducation aux médias et à l'information est nécessaire pour savoir déchiffrer la différence et comparer ces exemples à des informations conformes à l'éthique professionnelle.

La route est encore longue. L'incitation à la haine, la xénophobie et les attaques contre les réfugiés ou des gens différents en termes de religion, origine ethnique et couleur de peau, qui se fondent sur des stéréotypes nourris par des statistiques biaisées, une rhétorique populiste et des informations fabriquées et répandues par des médias qui ne pratiquent pas le journalisme selon les principes d'éthique qui s'imposent, viennent alimenter le mélange explosif que l'EMI est appelée à désamorcer. Cette situation va devenir, rapidement, de plus en plus compliquée au fur et à mesure que des programmes informatiques se fondant sur l'intelligence artificielle (IA) sont utilisés pour simuler, dans des vidéos et/ou des émissions de radio, des situations qui n'ont rien à voir avec la réalité.⁶

D'où la nécessité d'inciter les élèves des écoles de journalisme et leurs enseignants à réfléchir de manière critique à ce qu'ils voient et écoutent, de la conversation la plus banale aux informations les plus vastement répandues dans les médias traditionnels et numériques.

Outre les types de désinformation et de mésinformation identifiés par Wardle et Derakhshan (2017)⁷, l'organisation bruxelloise à but non lucratif European Association for Viewers' Interests (EAVI), a produit, dans le cadre de son programme d'Education aux médias pour la citoyenneté, une infographie pratique, intitulée «Au-delà des fake news: dix types d'informations trompeuses» qui résume les défis auxquels sont confrontés les consommateurs d'information aujourd'hui.⁸ C'est une ressource précieuse pour les étudiants et les professionnels.

La version actualisée de l'article de recherche du Dr. Peter A. Facione intitulé «*Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*»⁹ est un bon point de départ pour expliquer aux élèves «les processus de raisonnement, prise de décision et réflexion individuelle et collective efficace». Ceci est d'autant plus important à cette époque de «post-vérité» «fausses nouvelles» et «faits alternatifs». Dans le cadre de cette approche, la réflexion critique doit être caractérisée par les éléments suivants:

6 Edmund, C. (2017). This AI can create a video of Barack Obama saying anything. [en ligne] World Economic Forum. Disponible sur : <https://www.weforum.org/agenda/2017/07/obama-speech-simulation-washington-university?>

7 Cf. Module 2

8 EAVI. (2018). EAVI.eu. [en ligne] Disponible sur : <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info>

9 Facione, P. (2010, actualisé). Ibid. Critical Thinking.

- ▶ La curiosité à propos d'un grand nombre de questions
- ▶ La volonté d'être bien informés et de se tenir constamment au courant
- ▶ La sensibilisation aux opportunités de développer une réflexion critique
- ▶ La confiance dans les processus d'enquête raisonnée
- ▶ La confiance dans ses propres facultés de raisonnement
- ▶ L'ouverture d'esprit vis-à-vis des différentes façons de voir le monde
- ▶ La flexibilité dans la prise en compte des différentes alternatives et points de vue
- ▶ La compréhension des opinions des autres
- ▶ Une attitude équitable dans l'évaluation des raisonnements
- ▶ Savoir reconnaître et affronter de manière honnête ses propres préjugés, partis pris, stéréotypes ou tendances égocentriques
- ▶ La prudence dans la formulation, la suspension ou la modification du jugement
- ▶ La volonté de réexaminer un point de vue lorsqu'une réflexion honnête suggère qu'un changement de perspective est justifié.

Selon plusieurs études, en raison de leur utilisation accrue de dispositifs mobiles,¹⁰ les jeunes s'informent principalement via les applications de chat (apps), les réseaux sociaux et, parfois, les sites web des médias traditionnels et des blogs^{11 12 13}.

Ces sites et ces applications comportent peu ou ne comportent pas d'indicateurs permettant de savoir si les informations proviennent de sources journalistiques fiables ou s'il s'agit de reportages réalisés par des amateurs, ou carrément de désinformation.

Un autre problème est représenté par la manière dont ces plateformes traitent l'information. Pour Facebook, qui constitue, et de loin, le réseau social le plus puissant, «...*le journalisme a été depuis le début un problème fastidieux. Maintenant que [Facebook] est enlisé dans les problèmes insolubles des «fake news» et de mauvaises RP, il est évident qu'il laissera tomber l'information*» fait remarquer Frédéric Filloux.¹⁴ Reste à voir comment. Certains organes d'information vont se sentir abandonnés si Facebook renonce

10 Children's use of mobile phones. (2015). [ebook] Tokyo: Mobile Society Research Institute, NTT Docomo. Disponible sur : https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/03/GSMA_Childrens_use_of_mobile_phones_2014.pdf

11 Digital News Report (2017). Reuters Institute for the Study of Journalism's (RISJ, Oxford) https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_o.pdf

12 Shearer, E. & Gottfried, J. (2017). News Use Across Social Media Platforms. [ebook] Washington DC : Pew Research Centre. Disponible sur : <http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/>

13 Youth, Internet, and Technology in Lebanon : A Snapshot (2017) Social Media Exchange. Disponible sur <https://smex.org/youth-internet-and-technology-in-lebanon-a-snapshot/>

14 Filloux, F. (2018). The Monday Note, 14 janvier 2018. Disponible sur : <https://mondaynote.com/facebook-is-done-with-quality-journalism-deal-with-it-afc2475f1f84>

à l'information et affirmeront que les utilisateurs seront perdants, car Facebook a servi de canal pour les utilisateurs qui s'informent principalement à travers les réseaux sociaux.¹⁵ Toutefois, certains acteurs de l'éducation aux médias et à l'information espèrent que ce changement amènera le plus jeune public à rechercher de nouvelles sources d'information pour savoir ce qui se passe dans le monde, sans se fier uniquement aux réseaux sociaux, où l'information est polluée, et au fil d'informations en continu qui se déroule sur leurs appareils mobiles toujours allumés. En même temps, selon certains, Facebook pourrait se lancer lui-même dans la production d'information, en concurrençant les médias existants.¹⁶

Grâce à l'éducation aux médias, les participants peuvent apprendre à reconnaître que même des informations authentiques sont toujours construites et consommées dans un plus vaste cadre narratif qui attribue aux faits une certaine signification et qui implique de plus vastes hypothèses, idéologies et identités. Ceci implique la capacité de reconnaître la différence entre, d'une part, différentes tentatives journalistiques de saisir et interpréter une réalité marquante et, d'autre part, des exemples de tromperie déguisée en information, contraire aux normes et aux principes essentiels de vérifiabilité des faits.

L'éducation aux médias peut également constituer un outil pour lutter contre les stéréotypes et promouvoir une communication interculturelle, le multilinguisme étant un facteur significatif pour atteindre ce but. Plusieurs acteurs ont contribué aux efforts en matière d'éducation aux médias et à l'information; vous pourrez découvrir également des ressources intéressantes sur le site web de l'UNESCO.¹⁷ Toutefois, beaucoup reste encore à faire en termes de programmes et de pratique pour contrer cette véritable explosion de désinformation et de mésinformation.¹⁸

Afin d'accroître l'impact de ce module, vous pourriez exploiter l'ubiquité de la vidéo pour dialoguer avec les participants à l'aide de courtes vidéos sous-titrées¹⁹; cela pourrait constituer une forme «d'edutainment» (contraction entre les mots «education» / éducation et «entertainment» / divertissement) pour présenter des exemples de faux messages, inviter les participants à trouver leurs propres exemples d'informations fausses ou trompeuses et les habituer à analyser avec précaution chaque fragment de contenu, même s'il est présenté comme une information.

Les enseignants et les formateurs doivent également aider les participants à ne pas rechercher mécaniquement et systématiquement des informations sur «Google» et à effectuer des recherches plus approfondies en ligne, y compris à l'aide de fonctions de recherche avancées, en procédant à une vérification croisée de différentes sources et en comprenant le rôle important que jouent les bibliothèques et les bibliothécaires pour la recherche et l'analyse des informations.²⁰ Les bibliothèques en ligne ont rendu

15 Cf. Module 3

16 Is Facebook's Campbell Brown a Force to Be Reckoned With? Or Is She Fake News? <https://www.nytimes.com/2018/04/21/technology/facebook-campbell-brown-news.html>

17 See <http://unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept> [consulté le 22/04/2018].

18 Abu-Fadil, M. (2007). Media Literacy: A Tool to Combat Stereotypes and Promote Intercultural Understanding. Disponible sur: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001611/161157e.pdf> [consulté le 01/04/2018].

19 Voici un exemple de vidéo de Vice Media utilisée de manière efficace pour montrer l'importance de la maîtrise des médias et de l'information dans le traitement des fusillades dans les écoles, aux Etats-Unis: Hoaxers say victims of mass shootings are « crisis actors » Vice Select on Facebook. <https://www.facebook.com/vicenews/videos/842904982564160/> [consulté le 01/04/2018].

20 15 resources for teaching media literacy. ASCD. Disponible sur <http://inservice.ascd.org/15-resources-for-teaching-media-literacy/> [consulté le 03/04/2018].

beaucoup plus facile l'accès aux ressources scientifiques et d'autre type que les étudiants en journalisme et les journalistes professionnels peuvent utiliser pour approfondir leurs connaissances des processus et des pratiques d'analyse critique et de vérification des informations. D'autres ressources viennent compléter le processus d'apprentissage /connaissance pour aider les participants à se frayer un chemin à travers la masse d'informations plus ou moins frauduleuses, à se protéger de leur impact négatif et à se préparer à les démasquer dans le cadre de leur activité journalistique.²¹

Un dialogue civilisé avec les utilisateurs des réseaux sociaux qui reçoivent et partagent des éléments de désinformation et de mésinformation constitue également une méthode prometteuse, pour les journalistes et les étudiants en journalisme, pour apprendre à repérer, suivre et démasquer efficacement les fausses informations, à la fois pour eux-mêmes et pour leurs communautés respectives. Les enseignants et les formateurs sont encouragés à imaginer des exercices de ce type pour ce module.

Afin de montrer l'importance de ce module, il est important de rappeler les paroles de Rouba El Helou, conférencier et chercheur principal à l'Université Notre-Dame, au Liban: «Les enseignants et les journalistes doivent se joindre à la bataille afin d'équiper les gens des compétences nécessaires pour décoder différents types de messages. L'éducation aux médias et à l'information aide à établir un équilibre entre la confiance dans les sources d'information et la méfiance nécessaire pour les remettre en question».



Objectifs du Module

Ce module a pour but de:

- ▶ Souligner l'importance de l'acquisition des compétences nécessaires²² et implicites²³ pour comprendre le journalisme (et ses diverses variantes) et détecter, en même temps, le journalisme biaisé et les informations frauduleuses diffusées par différents médias.
- ▶ Doter les participants des compétences nécessaires pour décortiquer leur consommation d'informations sur tout le spectre des médias et réaliser à quel point il est facile de produire de la désinformation.
- ▶ Apprendre aux participants à développer un sain scepticisme vis-à-vis de toutes les informations qu'ils consomment et à pondérer la véracité des articles, commentaires, feeds, photos, vidéos, contenus audio ou infographiques et des statistiques, dans différents contextes adéquats.

21 Un exemple est constitué par le Projet Look Sharp, une initiative en matière de Maîtrise des médias de l'Ithaca College, comprenant des guides à la maîtrise des média, des kits de programmes et de la documentation téléchargeable. www.projectlooksharp.org. [consulté le 23/03/2018].

22 Pour des informations concernant l'éducation aux médias et à l'information, cf. Notions of MIL, de l'UNESCO, <http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/foreword/unifying-notions-of-media-and-information-literacy/> [consulté le 22/4/2018].

23 Outre les qualités de réflexion critique soulignées par Facione (2010), les participants doivent être encouragés à faire preuve d'un sain scepticisme; à remettre en question chaque élément; à ne rien prendre pour argent comptant; à vérifier les sources du point de vue factuel.



Résultats de l'enseignement

Au terme de ce module, les élèves devront:

1. Savoir distinguer les faits réels des inventions ainsi que la légitimité de récits potentiellement différents dans un contexte journalistique authentique.
2. Comprendre les modalités de sélection des contenus, qui produit les contenus, les méthodes employées pour créer l'apparence d'une représentation véridique de la réalité, le maniement du langage, les éléments qui sont soulignés, ceux qui sont omis, qui dit quoi, à quel point la personne en question est importante/ fiable, quels pourraient être ses objectifs cachés, quel impact a/a eu/aura cette nouvelle et de quelle manière d'autres peuvent la voir et la consommer.
3. Evaluer leur propre niveau d'éducation aux médias et à l'information et l'importance de cet aspect pour leur identité personnelle ainsi que sa valeur en ce qui concerne leur engagement dans le domaine de l'information et de la communication.



Format du Module

Le module comprend deux parties de 90 minutes chacune. La première partie est théorique et la seconde est pratique.

Cette méthode se fonde sur la signification et l'importance de l'éducation aux médias et à l'information à l'époque de la désinformation, de la mésinformation et d'autres désordres de l'information répandus à travers les médias traditionnels et les réseaux sociaux. Le Matériel utilisé pour ce cours peut être consulté sur Internet: il existe de nombreuses ressources utiles pour la recherche et les exercices pratiques.

Voici quelques sites utiles, parmi d'autres:

- ▶ UNESCO <http://en.unesco.org/> and its Media Literacy site <https://en.unesco.org/themes/media-literacy>
- ▶ United Nations Alliance of Civilisations <https://www.unaoc.org/>
- ▶ Media and information literacy curriculum for teachers <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-Matériel/publications/full-list/media-and-information-literacy-curriculum-for-teachers/>
- ▶ 5 laws of MIL <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/>
- ▶ Common Sense Education <https://www.common sense.org/education/top-picks/media-news-and-information-literacy-resources-for-students>
- ▶ EAVI Media and Literacy for Citizenship <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>

- ▶ The News Literacy Project <http://www.thenewsliteracyproject.org/>, the Center for News Literacy at Stony Brook University <http://www.centerfornewsliteracy.org/>
- ▶ Mind over Media <http://propaganda.mediaeducationlab.com/>
- ▶ The Digital Resources Center (Center for News Literacy) <http://drc.centerfornewsliteracy.org/>
- ▶ The Center for Media and Information Literacy at the University of Rhode Island <https://centermil.org/resources/>,

Les enseignants et les formateurs sont invités à apporter des ressources liées à leurs pays et régions d'origine, dans différentes langues.

La salle de classe doit être équipée d'ordinateurs et d'accès à Internet permettant aux enseignants et aux participants de consulter les sites des organismes actifs dans l'éducation aux médias et à l'information, ainsi que des études de cas de médias.

Comment relier le Plan aux résultats de l'enseignement

A. Théorie

Le formateur présente le matériel et les études de cas concernant l'éducation aux médias et son lien avec la désinformation et la mésinformation déguisées en information.

Plan du Module	Nombre d'heures	Résultats de l'enseignement
Expliquer ce que représentent l'EMI et les outils qui s'y rapportent - dont le cadre de réflexion critique - et animer le débat à ce sujet	45 min	1 + 3
Examiner des exemples choisis d'importance locale, sous différents formats de médias	45 min	1 + 2

B. Pratique:

Activités liées au matériel et aux outils d'apprentissage.

Plan du Module	Nombre d'heures	Résultats de l'enseignement
Activités pratiques	90 min	1 + 3
Activité 1: <i>Reconnaître le(s) journalisme(s)</i> Identifier un article de première page paru dans la presse locale. Chaque élève doit rechercher et examiner le même article tel qu'il a été publié dans différents médias. Animer le débat en demandant aux participants d'appliquer la technique de la réflexion critique et de décortiquer la narration sous-jacente, ainsi que le cadrage, la sélection et la présentation de l'information. Dans cette analyse, les élèves doivent consacrer une attention particulière à la présence des éléments d'information conventionnels (qui, quoi, quand, où, pourquoi; usage du discours indirect; la référence à des sources crédibles et fiables, les images qui illustrent le texte, la terminologie stéréotypée typique du jargon journalistique et les autres tags typiques de l'information.	45 min	
Activité 2: <i>La désinformation présentée comme information</i> Montrez aux participants un exemple d'information frauduleuse et parlez de ce qui «fonctionne» et ce qui «vend la mèche». Puis, demandez-leur de manipuler les articles lus dans le cadre de l'exercice précédent pour créer un récit falsifié, se déroulant dans un futur proche, qui aura l'air, à première vue, d'une information authentique. (Les participants pourront également choisir, en alternative, leur propre sujet pour créer leur propre désinformation.) Une fois terminé, les élèves forment des groupes pour discuter des éléments qui rendent le récit crédible. Cet exercice peut également comprendre un test d'évaluation, mais celui-ci devra inclure l'identification des signifiants d'information qui ont été exploités par pièces rapportées. Une fois à nouveau réunis, les participants sont appelés à partager leurs analyses par le biais de brèves présentations destinées au groupe dans son ensemble.	45 min	1 + 3



Exercices suggérés

Chaque personne doit effectuer des recherches sur les feeds des réseaux sociaux utilisés pour écrire un article sur un sujet scientifique ou médical (par ex. concernant un régime, une épidémie, l'impact du réchauffement climatique sur sa communauté, la rentabilité énergétique des voitures électriques par rapport à celles à essence). Il doit évaluer sa recherche, son biais de confirmation (s'il est actif) et ses réactions émotives à la lecture de l'article/aux points vue exprimés sur le sujet, en analysant de quelle manière ils se rapportent aux questions d'éducation aux médias et à l'information, telles que la recherche, l'évaluation, la sécurité numérique, les droits et l'identité, ainsi que les principes éthiques de base applicables à l'information.

Le participant doit ensuite indiquer les informations obtenues par sa recherche concernant l'auteur de l'article; par quel moyen le reporter ou la personne a eu connaissance de l'information publiée et s'il/elle retire un avantage de sa publication; soumettre les données, les statistiques, l'infographie à une double vérification. Si possible, les élèves doivent également utiliser la bibliothèque/bibliothèque en ligne de leur université pour vérifier les données. Les résultats feront l'objet d'un texte de 1500 mots sur la critique des médias, l'analyse des points forts et des points faibles, les omissions et les failles du contenu identifié.



Matériel

Les articles contenant des diapositives, images et vidéos figurent ci-dessous. Les formateurs sont encouragés à créer leurs propres diaporamas en y incluant des photos et des vidéos relatives à leurs pays ou contextes spécifiques.



Lectures

Abu-Fadil, M. & Grizzle, A. (2016). *Opportunities for Media and Information Literacy in the Middle East and North Africa*. Disponible sur: <https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/MIL-Mena-2016-english.pdf> [consulté le 05/01/2018].

A lexicon for the digital age. (2017). The Unesco Courier, [en ligne] (juillet - septembre 2017). Disponible sur: <https://en.unesco.org/courier/2017-july-september/lexicon-digital-age> [consulté le 06/04/2018].

Facione, P. (2010). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*. [en ligne] Insight Assessment. Disponible sur: <https://www.insightassessment.com/> [consulté le 05/01/2018].

Gray, J., Bounegru, L.& Venturini, T. (2017). *What does fake news tell us about life in the digital age? Not what you might expect*. NiemanLab. [en ligne] Disponible sur: <http://www.niemanlab.org/2017/04/what-does-fake-news-tell-us-about-life-in-the-digital-age-not-what-you-might-expect/> [consulté le 06/04/2018].

Stephens, B. (2017). *The Dying Art of Disagreement*. The New York Times. [en ligne] Disponible sur: <https://www.nytimes.com/2017/09/24/opinion/dying-art-of-disagreement.html> [consulté le 06/04/2018].

Lectures complémentaires

- Lytvynenko, J. (2018). *Here's How A Canadian Imam Got Caught Up In Fake News About Houston*. BuzzFeed. [en ligne] Disponible sur: https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/toronto-imam-caught-up-in-fake-news?bftw&utm_term=.ha3w9B5rr#.acEgmYE66 [consulté le 06/04/2018].
- Mulrooney Eldred, S. (2017). *In an era of fake news, students must act like journalists: schools rarely require news literacy, but it's more important than ever*. Science News. [en ligne] Disponible sur: <https://www.sciencenewsforstudents.org/article/era-fake-news-students-must-act-journalists> [consulté le 06/04/2018].
- Rusbridger, A., Neilsen, R. and Skjeseth, H. (2017). *We asked people from all over the world how journalists should cover powerful people who lie. Here is what they said*. Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/we-asked-people-all-over-world-how-journalists-should-cover-powerful-people-who-lie> [consulté le 12/06/2018]
- Vesey-Byrne, J. (2017). *Bikini designer exposes why you shouldn't trust everything you see on Instagram*. The Independent. [en ligne] Disponible sur: <https://www.indy100.com/article/bikini-designer-instagram-before-after-karina-irby-7934006?amp> [consulté le 06/04/2018].

VERIFICATION DES FAITS (FACT-CHECKING) 101

Alexios Mantzarlis



THE TOWN OF
PELHAM
123

MODULE 5

VICTORINOX



Synopsis

Des hommes politiques aux annonceurs, des groupes de défense aux marques, tous ceux qui cherchent à convaincre les autres sont amenés à déformer, exagérer ou occulter des faits. Ce module cherche à apporter aux participants une méthode leur permettant de détecter des déclarations qui peuvent nécessiter une vérification des faits et d'évaluer de manière critique les données, de manière conforme aux normes et aux principes d'éthique.



Aperçu

Historique et sémantique de la vérification des faits en tant que forme de journalisme responsable

Daniel Patrick Moynihan, Sénateur de l'Etat de New York et Ambassadeur en Inde et auprès des Nations Unies (1927-2003) a prononcé une phrase qui est restée célèbre: «Chacun a le droit d'avoir une opinion, mais n'a pas le droit d'avoir ses propres faits.»¹

Dans le journalisme, le terme «fact-checking» vérification des faits, peut vouloir dire deux choses distinctes. Traditionnellement, les vérificateurs de faits étaient employés par les rédactions pour relire, corriger et vérifier les faits décrits par les journalistes dans leurs articles. Ce type de vérification des faits sert à évaluer la solidité de l'information, à revérifier les faits et les chiffres et en tant que contrôle de la qualité globale du contenu d'une source d'information avant la publication. L'aube de cette pratique, dans le journalisme moderne — au moins dans les pays occidentaux — remonte à des hebdomadaires comme TIME et aux années vingt.²

Les contraintes budgétaires subies par la plupart des organes d'information depuis le début du nouveau millénaire, dans le monde entier,³ ont amené à une réduction des ressources des salles de rédaction, qui ont été fusionnées avec les services de relecture ou entièrement supprimées. Aujourd'hui, ce sont principalement des magazines réservées à une certaine élite intellectuelle, comme *The New Yorker* aux Etats-Unis ou *Der Spiegel*, en Allemagne, qui emploient encore des vérificateurs spécialisés, dans leurs rédactions.⁴

Le type de vérification des faits que nous allons étudier dans ce module a lieu non pas avant la publication, mais suite à une réclamation qui intéresse le public. Cette forme de vérification des faits a posteriori a pour but de confronter les hommes politiques et les autres personnages publics à la véracité ou non de leurs déclarations. Les personnes affectées à ce type de vérification des faits recherchent des sources fiables, de premier plan, susceptibles de confirmer ou d'infirmer les déclarations publiées.

La vérification des faits a posteriori se concentre principalement (mais non pas exclusivement) sur les spots des candidats politiques, les discours de campagne et les manifestes des partis. Parmi les premiers projets

1 Moynihan, D. & Weisman, S. (2010). Daniel Patrick Moynihan. New York: PublicAffairs.

2 Scriber, B. (2016). Who decides what's true in politics? A history of the rise of political fact-checking. [en ligne] Poynter. Disponible sur : <https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking> [consulté le 28/03/2018].

3 Cf. Module 3

4 Bloyd-Peshkin, S. & Sivek, S. (2017). Magazines find there's little time to fact-check en ligne. [en ligne] Columbia Journalism Review. Disponible sur : <https://www.cjr.org/b-roll/magazine-fact-checking-en-ligne.php> [consulté le 28/03/2018].

consacrés à ce type de vérification des faits de nature politique, l'on peut citer le site Factcheck.org, lancé par l'Annenberg Public Policy Center de l'Université de Pennsylvanie, en 2003, ainsi que Channel 4 Fact Check, lancé en 2005.

La vérification des faits est devenue de plus en plus importante et s'est répandue dans le monde entier au cours de cette décennie.

Deux moments ont été particulièrement importants dans le développement de cette pratique journalistique. Une première vague a été déployée suite à l'attribution du Prix Pulitzer 2009 pour le reportage national à PolitiFact, un projet de vérification des faits lancé, un an plus tôt, par le *St Petersburg Times* (maintenant *Tampa Bay Times*), en Floride. L'approche innovante adoptée par PolitiFact consistait à évaluer les déclarations à l'aide d'un « *Truth-O-Meter* », [Véritomètre], qui apportait une solidité et une clarté supplémentaires à la vérification des faits. (Certains ont critiqué ce dispositif d'évaluation en affirmant qu'il introduisait un facteur de subjectivité dans le processus.) Cette approche structurée montrait clairement au public en quoi consistait la vérification des faits, en clarifiant le rôle de cet instrument en tant qu'outil journalistique destiné à obliger les responsables politiques et autres personnages publics à rendre compte de leurs déclarations, ce qui a inspiré des dizaines d'autres projets similaires dans le monde.⁵

La deuxième vague de projets de vérification des faits a été déclenchée par la flambée mondiale du phénomène des « fake news ». Ce terme, qui est maintenant utilisé à tort et à travers, décrit des récits à sensation entièrement fabriqués atteignant des millions d'utilisateurs, grâce aux algorithmes des réseaux sociaux qu'ils exploitent à leur propre avantage. Puisqu'il s'est avéré, en 2016, que l'infrastructure de l'information en ligne était particulièrement perméable à la désinformation et à la mésinformation, des groupes de plus en plus nombreux ont décidé de se tourner vers la vérification des faits.

Cette deuxième vague s'est souvent concentrée autant sur la vérification de la véracité des déclarations publiques que sur le « déboulonnage » de ces canulars devenus viraux. Démasquer les fausses informations fait partie du processus de vérification des faits et requiert un ensemble de compétences spécifiques communes à la vérification (notamment en ce qui concerne le contenu généré par les utilisateurs, connu sous l'acronyme CGU - Contenu généré par les utilisateurs, Cf. le diagramme de Venn ci-dessous). Ce module se concentrera sur la vérification des faits telle que définie ci-dessous, alors que le module suivant sera consacré à la vérification des contenus et des sources numériques.⁶

5 Mantzarlis, A. (2017). In its first decade, PolitiFact helped define political fact-checking far beyond Washington, D.C. [en ligne] Poynter. Disponible sur : <https://www.poynter.org/news/its-first-decade-politifact-helped-define-political-fact-checking-far-beyond-washington-dc> [consulté le 28/03/2018].

6 Cf. Module 6

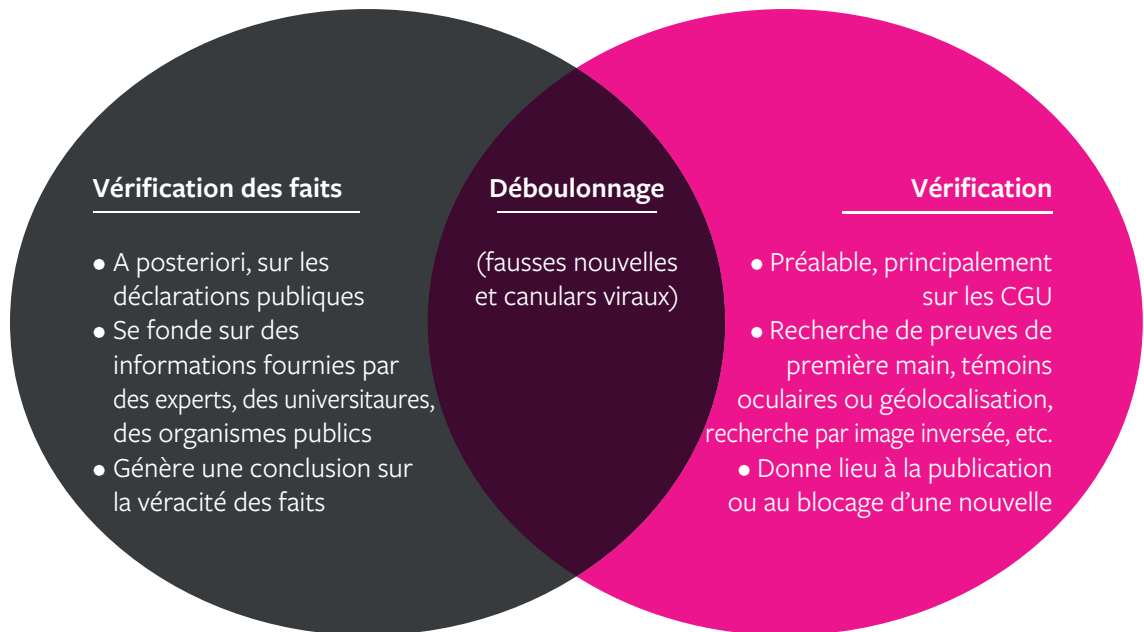


Figure 5: Différence entre vérification des faits [facts-checking] et vérification tout court

Exemples d'entités de fact-checking dans le monde

Selon le Duke Reporters» Lab, en décembre 2017, 137 projets de facts-checking étaient actifs dans le monde, dans 51 pays⁷.

Bien que le plus vaste marché pour le fact-checking se trouve aux Etats-Unis, une partie du travail le plus intéressant et innovant réalisé dans ce domaine a lieu dans le reste du monde. Nous invitons les formateurs à se familiariser avec des projets tels qu’Africa Check (Afrique du Sud, Sénégal, Nigéria et Kenya), Chequeado (Argentine), Les Décodeurs (France), Faktisk (Norvège) et Full Fact (Royaume-Uni).

Pour les formateurs qui souhaitent se concentrer sur certains pays ou régions en particulier, les ressources suivantes peuvent se révéler utiles:

- ▶ **Brésil:** «Fact-checking booms in Brazil,» un article de Kate Steiker- Ginzberg for Poynter, disponible sur: <https://www.poynter.org/news/fact-checking-booms-brazil>
- ▶ **Europe:** «The Rise of Fact-Checking Sites in Europe» un reportage réalisé par Lucas Graves et Federica Cherubini pour le Reuters Institute de l’Université d’Oxford, disponible sur <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe#overlay-context=>

- ▶ **Japon:** «A new fact-checking coalition is launching in Japan», un article de Masato Kajimoto pour Poynter, disponible sur <https://www.poynter.org/news/new-fact-checking-coalition-launching-japan>
- ▶ **Corée du Sud:** «What’s behind South Korea’s fact-checking boom? Tense politics and the decline of investigative journalism,» un article de Boyoung Lim pour Poynter, disponible sur <http://www.poynter.org/2017/whats-behind-south-koreas-fact-checking-boom-tense-politics-and-the-decline-of-investigative-journalism/463655/>
- ▶ **Amérique Latine:** «Lack of access to information is driving Latin America’s fact-checking boom» un article d’Ivan Echt pour Poynter, disponible en ligne sur <https://www.poynter.org/news/lack-access-information-driving-latin-americas-fact-checking-boom>
- ▶ **Etats-Unis:** «Deciding What’s True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism» un livre de Lucas Graves ou le compte rendu s’y rapportant publié par Brad Scriber sur Poynter, disponible en ligne sur: <https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking>

Méthode et éthique du fact-checking

Le fact-checking n’est pas sorcier. Cela consiste en une analyse rigoureuse s’articulant autour d’une question simple: «Comment le savons-nous?» En même temps, il ne s’agit pas d’une simple correction orthographique. Il n’existe pas de répertoire de tous les faits ni un logiciel simple capable d’examiner les documents et de signaler chaque fait qui ne correspond pas à la réalité.

En général, le fact-checking comprend trois phases:

1. **La recherche de déclarations nécessitant une vérification des faits** par l’examen des dossiers législatifs, des sources médiatiques et des réseaux sociaux. Dans le cadre de ce processus, l’on doit déterminer quelles déclarations publiques importantes (a) peuvent donner lieu à une vérification des faits, et (b) doivent entraîner une vérification des faits.
2. **Trouver les faits** en recherchant les preuves disponibles les plus convaincantes relatives à la déclaration en question.
3. **Corriger les données**, en examinant la déclaration à la lumière des preuves disponibles, généralement sur une échelle de véracité.

Les entités les plus fiables spécialisées dans le fact-checking rendent publiques leurs méthodes pour expliquer le processus suivi. Les formateurs pourront guider les participants dans l'examen des ressources suivantes:

1. Africa Check's «*How We Work*» page (accessible sur <https://africacheck.org/about-us/how-we-work/>) ainsi que l'infographie dans la rubrique Matériel
2. «*Metodo*» de Chequeado (accessible en espagnol sur: <http://chequeado.com/metodo/>)
3. «*Metodologia*» de Pagella Politica et «*Come funzioniamo*» (accessible en italien sur <https://pagellapolitica.it/progetto/index>)
4. «*The Principles of PolitiFact*» de PolitiFact (accessible sur <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact-and-truth-o-meter/>)

L'International Fact-Checking Network (IFCN)⁸ a également élaboré un code de conduite destiné à assister les vérificateurs consciencieux dans leur travail de tous les jours.

Les entités spécialisées dans le fact-checking doivent déposer une demande pour devenir signataires agréés du Code de Conduite IFCN. Ceci comporte une évaluation, par un organisme externe, de la mise en application effective de ces principes. Nous invitons les formateurs à se familiariser avec le code et à trouver des évaluations relatives aux entités de fact-checking de leurs pays respectifs⁹ et à demander aux élèves si ces évaluations sont susceptibles d'accroître leur confiance dans les vérificateurs.

Ces principes ont été développés pour aider les lecteurs à distinguer une bonne vérification des faits d'une mauvaise vérification des faits. Pour montrer un exemple de désinformation déguisée en fact-checking, les formateurs pourront partager avec les élèves les cas présentés dans ces deux articles:

- ▶ *These fake fact-checkers are peddling lies about genocide and censorship in Turkey (Poynter)* <https://www.poynter.org/news/these-fake-fact-checkers-are-peddling-lies-about-genocide-and-censorship-turkey>
- ▶ *In the post-truth era Sweden's far-right fake fact checker was inevitable. (The Guardian)* <https://www.theguardian.com/media/2017/jan/19/in-the-post-truth-era-swedens-far-right-fake-fact-checker-was-inevitable>

Qu'est-ce qui empêche une bonne vérification des faits?

Avant de creuser les aspects pratiques du fact-checking, les élèves doivent apprendre à connaître ses limites et leurs propres limites.

Selon certains commentateurs, nous sommes maintenant dans l'ère de la «post-vérité» ou des «post-faits». En 2016, ces termes sont apparus à la une des journaux du monde entier et ont été choisis comme «Mot de l'année» respectivement par l'Oxford English Dictionary et la Société de la Langue Allemande. Selon ceux qui croient au concept de «post-vérité» la politique et les médias se sont polarisés à tel point et

8 L'auteur, Alexios Mantzarlis, dirige l'International Fact Checking Network

sont devenus tellement partiaux que les citoyens rejettent en bloc tous les faits avec lesquels ils ne sont pas d'accord.

Ceci ne cadre pas, toutefois, avec un nombre croissant d'études selon lesquelles si l'on prend la peine de corriger les informations qu'ils détiennent - notamment en les renvoyant à des sources qu'ils considèrent comme crédibles - les gens deviennent (en moyenne) mieux informés. Nous invitons les formateurs à lire les études suivantes et à en discuter avec les élèves:

- ▶ Swire, B., Berinsky, A. J., Lewandowsky, S. & Ecker, U. K. H. (2017). *Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon* (1 March 2017). Disponible sur <http://rsos.royalsocietypublishing.org/content/4/3/160802> [consulté le 28/03/2018].
- ▶ Nyhan, B. & Zeitzoff, T. (2018). *Fighting the Past: Perceptions of Control, Historical Misperceptions, and Corrective Information in the Israeli- Palestinian Conflict*. Disponible sur: <http://en ligne library.wiley.com/doi/10.1111/pops.12449/abstract>. [consulté le 28/03/2018].
- ▶ Wood, T. & Porter, E. (2016). *The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes» Steadfast Factual Adherence* (5 août 2016). Disponible sur: <https://ssrn.com/abstract=2819073>. [consulté le 28/03/2018].

D'autre part, il serait tout à fait absurde et simpliste de suggérer que les faits sont une caractérisation parfaite du monde et que les humains sont des êtres parfaitement rationnels, capables d'intégrer de nouveaux faits sans faire un pli, indépendamment des croyances et des préférences personnelles auxquelles ils adhéraient auparavant. Chacun d'entre nous possède un biais cognitif et d'autres types de préjugés — en grande partie des obstacles psychiques — qui peuvent l'empêcher d'assimiler de nouvelles informations factuelles. Il est absolument essentiel de reconnaître que cela n'arrive pas qu'aux autres, mais que cela peut arriver à chacun d'entre nous.

Les formateurs devraient parler de ces préjugés avec la classe.

Biais de confirmation: le biais de confirmation est le fait de rechercher de préférence des données qui confirment vos opinions et d'attribuer moins d'importance aux données qui les contredisent. Cette approche biaisée en termes de prise de décision est en grande partie involontaire et amène souvent à ignorer les informations. Les convictions existantes peuvent inclure nos prévisions dans une certaine situation et nos prédictions relatives à un certain résultat. Les gens sont particulièrement susceptibles de rechercher des informations qui confirment leurs opinions lorsqu'il s'agit de questions importantes ou qui les concernent de près.

Raisonnement motivé: le raisonnement motivé désigne la tendance inconsciente des individus à adapter leur traitement des informations aux conclusions qui conviennent au but ou à l'objectif poursuivi par eux. Prenons un exemple classique. Dans les années Cinquante, des psychologues ont demandé aux étudiants de deux universités appartenant à l'Ivy League de participer à une expérience dans le cadre de laquelle ils devaient regarder un film montrant une série de décisions arbitrales controversées prises pendant un match entre les équipes de leurs écoles respectives. Les étudiants de chacune des écoles avaient tendance à trouver juste la décision arbitrale quand elle était favorable à leur école plutôt que quand elle était favorable à l'équipe adverse. Selon les chercheurs, la portée émotionnelle liée à l'affirmation, par chacun des étudiants, de sa loyauté à son institution d'appartenance avait modelé son interprétation de l'image vue à l'écran.

Heuristique de disponibilité: il s'agit d'un apprentissage cognitif à travers lequel la fréquence ou la probabilité d'occurrence d'un événement est jugée selon le nombre de cas de ladite occurrence dont on peut se souvenir. Ceci peut amener une personne à croire qu'une certaine déclaration est vraie uniquement parce qu'elle peut s'en souvenir facilement. Une expérience menée par Lisa Fazio à la Vanderbilt University a montré qu'un groupe de personnes qui avaient dû répéter six fois la phrase «un sari est un kilt» avaient cru davantage à cette affirmation manifestement inexacte qu'un groupe de personnes qui avaient répété la même phrase une seule fois. En traitant un certain sujet sans l'analyser de manière critique, le journalisme peut se transformer en un véhicule de fausses informations que les gens finissent par croire. Par exemple, la couverture, par les médias, de la campagne de désinformation relative au lieu de naissance de Barack Obama peut avoir joué un rôle dans la diffusion de la conviction selon laquelle l'ancien président des Etats-Unis n'était pas né à Hawaii.

Il convient de noter que le fact-checking, en soi, est un outil imparfait. Une information peut être entièrement exacte, même si une partie importante de son contexte a été omise.¹⁰ Les faits sont invariablement interprétés, organisés et réorganisés de manière sensée dans le cadre de plus vastes structures narratives donnant une signification différente au même fait. De plus, la vérité est bien plus qu'un simple ensemble de faits. Le fact-checking n'est pas un outil à employer pour faire taire des interprétations différentes ou pour passer sous silence des faits qui peuvent influencer le récit ou la manière de le raconter, en bloquant ainsi tout débat rationnel.



Objectifs du Module

- ▶ Améliorer la connaissance des bonnes pratiques émergentes en matière de fact-checking dans le monde
- ▶ Sensibiliser au biais cognitif qui peut empêcher la compréhension des faits
- ▶ Améliorer les compétences en termes d'analyse critique



Résultats de l'enseignement

1. Compréhension de l'émergence du fact-checking en tant que forme de journalisme à part entière ainsi que des principes d'éthique et de la méthode relatifs à cette pratique
2. Compréhension des questions à poser pour évaluer la qualité des données probantes
3. Amélioration de la capacité de distinguer les déclarations qui requièrent une vérification des faits par rapport aux opinions et aux exagérations
4. Conceptualisation de base des biais cognitifs qui peuvent entraver la bonne compréhension des faits

¹⁰ Cf. exemple Yanofsky, D. (2013). The chart Tim Cook doesn't want you to see. Disponible sur <https://qz.com/122921/the-chart-tim-cook-doesnt-want-you-to-see/>. [consulté le 28/03/2018].



Format du Module

Le parcours théorique de ce cours concerne:

1. L'historique et la sémantique
2. La méthode et l'éthique
3. Ce qui peut entraver le traitement des faits.

Le parcours pratique comprend deux activités:

1. Trouver des déclarations nécessitant une vérification des faits
2. Trouver les faits

Cet exercice est centré sur la correction des données.

Comment relier le Plan aux Résultats de l'enseignement

A. Théorie

Plan du Module	Nombre d'heures	Résultats de l'enseignement
1. Historique et sémantique	20 min	1
2. Méthode et éthique	20 min	1
3. Qu'est-ce qui entrave le bon traitement des faits	20 min	4

B. Pratique

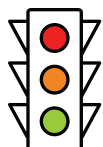
Plan du Module	Nombre d'heures	Résultats de l'enseignement
Activité 1: Trouver des déclarations nécessitant une vérification des faits	30 min	3
Activité 2: Trouver des faits	1 heure	2

i) Trouver des déclarations nécessitant une vérification des faits

Le Fact-checking se concentre sur les déclarations qui contiennent au moins un fait ou un chiffre dont la véracité peut être vérifiée de manière objective. Il ne sert pas à évaluer la véracité des opinions et des prévisions ni les exagérations, la satire ou les blagues.

Activité 1: Les élèves doivent avoir lu les extraits suivants de discours tenus par quatre personnages publics et doivent surligner en VERT les déclarations qui peuvent faire l'objet d'une vérification des faits, en ROUGE les opinions et en ORANGE les parties qui se situent entre les deux. Une fois que les étudiants auront rendu leurs extraits annotés, parcourez chaque extrait en analysant ce qui constitue une déclaration «vérifiable».

GUIDE



Rouge: pas de vérification des faits

Orange – entre les deux

Vert – déclaration vérifiable

Michelle Bachelet, ancienne Présidente du Chili

Bien que nous ayons fait des progrès significatifs dans cette direction, nous sommes conscients que nous devons faire face à une autre menace pour l'écosystème marin, le plastique. Année après année, 8 millions de tonnes de plastique finissent dans l'océan, et vont y rester pendant des centaines d'années avec un énorme impact négatif. Pour résoudre ce problème, nous participons à la Campagne Océans Propres du Programme Environnemental des Nations Unies. Entre-temps, au niveau local, nous allons présenter un projet de loi interdisant l'utilisation de sacs en plastique dans les villes côtières, d'ici 12 mois. Cette loi permettra aux citoyens de contribuer à la protection des océans. Nous seron, donc, le premier pays sud-américain à promulguer une telle loi, et nous appelons les autres pays à assumer cette responsabilité. Par ailleurs, cela fait trente ans maintenant que le Protocole de Montréal sur les substances qui appauvrissent la couche d'ozone – qui a permis la réparation de la couche d'ozone – a été signé. En ce trentième anniversaire, je souhaite annoncer que mon pays vient de déposer sa ratification à l'amendement de Kigali de 2016 au Protocole de Montréal, visant à prévenir une augmentation de 0,5°C du réchauffement climatique mondial. Le Chili devient donc l'un des premiers pays à ratifier ce nouvel accord. Et ce n'est pas tout. Avec la création d'un réseau de parcs en Patagonie, nous avons également ajouté 4,5 millions d'hectares de zones vertes, riches en biodiversité, qui seront protégées, dorénavant, par l'Etat et destinées à un usage public.

Jacob Zuma, ancien Président de l'Afrique du Sud

La structure actuelle de l'économie mondiale continue à creuser le fossé entre le Nord et le Sud. Alors qu'une minorité bénéficie des avantages de la mondialisation, la majorité des gens, dans le monde, vit encore dans des conditions inacceptables de pauvreté et dans la faim, sans aucun espoir d'améliorer ses conditions d'existence. Même dans les pays développés, l'écart entre les riches et les pauvres est encore important et est source d'inquiétude. Nous avons besoin d'une volonté politique et de l'engagement des responsables des gouvernements mondiaux pour répondre aux défis et aux obstacles que pose cette structure inchangée de l'économie mondiale, si nous voulons espérer pouvoir atteindre les objectifs et les ambitions de l'Agenda 2030. Ces relations de pouvoir économique iniques et injustes sont criantes en Afrique. Par exemple, notre continent possède d'énormes richesses minières, mais aussi le nombre le plus élevé de pays en voie de développement dans le monde.

Sigmar Gabriel, ancien Ministre des Affaires Étrangères allemand

Nous devons apporter aux Nations Unies les moyens nécessaires pour mener à bien leur mandat. Mais actuellement, les chiffres disent le contraire:

Le Programme alimentaires mondial reçoit moins de 50% des financements nécessaires pour lutter, aujourd'hui, contre la faim dans le monde. Le Programme de développement mondial ne reçoit que 15% des contributions volontaires, non obligatoires, alors qu'en 2011, elles s'élevaient à 50%. Et la situation n'est pas meilleure en ce qui concerne d'autres programmes des Nations Unies.

Il est inacceptable que les responsables des Nations Unies passent plus de temps à envoyer des lettres de demande de fonds pour obtenir les financements nécessaires qu'à organiser une assistance efficace. Nous devons changer le cours des choses. Nous devons apporter aux Nations Unies le juste niveau de financement ainsi que plus de liberté. En échange, nous avons besoin de plus de transparence et de rentabilité en ce qui concerne l'emploi des fonds. Dans tous les cas, l'Allemagne entend conserver son soutien financier aux Nations Unies.

En tant que quatrième plus gros contributeur en termes de contribution obligatoire et l'un des plus grands donateurs en termes d'assistance humanitaire dans le monde, nous sommes décidés à continuer à fournir un apport substantiel.

Mark Zuckerberg, PDG de Facebook

Facebook est une société idéaliste et optimiste. Pendant la plupart de notre existence, nous nous sommes focalisés sur les bienfaits que la connexion entre les gens peut apporter. Quand Facebook a commencé à se développer, les gens, partout dans le monde, ont eu accès à un nouvel outil puissant leur permettant de rester connectés aux gens qu'ils aiment, de faire entendre leur voix et de construire des communautés et des activités. Récemment, nous avons assisté à la naissance des mouvements #metoo et March for Our Lives, qui ont été lancés, au moins en partie, sur Facebook. Après l'ouragan Harvey, les gens ont récolté plus de 20 millions de dollars d'aides, et plus de 70 millions de petites entreprises utilisent, maintenant, Facebook pour croître et créer des emplois.

ii) Trouver les faits

Activité 2: Répartissez les élèves par petits groupes. Chaque groupe doit choisir une déclaration surlignée en vert parmi celles-ci-dessus (ou sur une liste créée par vous-même) et la soumettre à la vérification des faits.

Demandez aux groupes de rechercher des preuves à l'appui des déclarations ou qui réfutent ces déclarations. Avant de faire cela, encouragez-les à évaluer les sources trouvées selon les paramètres suivants.

Proximité: Combien la preuve est-elle proche du phénomène? Par ex., un organe d'information qui publie les dernières statistiques du chômage est généralement moins proche des données — donc moins fiable — que le bureau national des statistiques, qui mesure directement les chiffres du chômage.

Expertise: Quels éléments certifient la compétence de la source qui a produit la preuve? Par ex., l'auteur d'un livre est titulaire d'un doctorat sur le sujet et est très apprécié dans son domaine d'expertise.

Rigueur: De quelle manière a été collectée la preuve? Par ex., des données sur les violences faites aux femmes sont souvent collectées dans le cadre d'enquêtes.¹ Ceci peut décrédibiliser les généralisations

¹ Cf. indicateur (48) des Statistiques de Genre de l'ONU <https://genderstats.un.org/#/downloads>

et rendre difficiles les comparaisons sur le plan international, puisque la disponibilité des femmes pour répondre aux questions et le concept de harcèlement sexuel peuvent varier, y compris d'un pays à l'autre. Cela n'a pas pour but de diminuer la gravité des violences dont sont victimes les femmes, mais d'appeler à plus de rigueur à propos de certaines déclarations.

Transparence: Que savez-vous de cette preuve? Par ex. une étude scientifique a publié en ligne toutes les données sur lesquelles se fondent ses conclusions, afin d'en permettre l'examen par d'autres chercheurs.

Fiabilité: Y a-t-il des précédents à prendre en compte? Par ex., Transparency International a publié un Indice de perception de la corruption depuis plus de 20 ans. Cela a laissé beaucoup de temps aux experts pour en signaler les limites.²

Conflit d'intérêt: La source a-t-elle un intérêt personnel ou particulier dans le contenu de la preuve? Par ex. une étude sur les bienfaits présumés des pâtes a été réalisée et financée en partie par un gros fabricant de pâtes.³

Les formateurs pourront imprimer ce tableau et le transmettre aux élèves pour qu'ils évaluent chaque source

	Insuffisant(e)	Moyen(ne)	Elevé(e)
Proximité			
Expertise			
Rigueur			
Transparence			
Fiabilité			
Conflit d'intérêt			

2 Hough, D. (2016) Here's this year's (flawed) Corruption Perception Index. Those flaws are useful. The Washington Post. Disponible sur : https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/01/27/how-do-you-measure-corruption-transparency-international-does-its-best-and-thats-useful/?utm_term=.7ff90ea289of [consulté le 23/03/2018].

3 Il s'agit d'un exemple réel. Pour en savoir plus : <http://www.healthnewsreview.org/2016/07/study-really-find-pasta-opposite-fattening/>. [consulté le 23/03/2018].



Exercices suggérés

Corrections de l'information

A l'aide des données évaluées dans le tutoriel, les participants doivent écrire un rapport de vérification des faits (environ 1200 mots), en parvenant à une conclusion sur la véracité de la déclaration choisie.

Ils doivent établir leur propre échelle d'évaluation de la déclaration soumise au fact-checking. Par exemple, PolitiFact fournit les évaluations suivantes:

Vraie – la déclaration est exacte et aucun élément important n'a été omis.

En grande partie vraie – la déclaration est exacte mais nécessite certains éclaircissements et des informations complémentaires

Partiellement vraie – la déclaration est en partie vraie, mais elle omet des détails importants ou cite des éléments hors contexte.

En grande partie fausse – la déclaration contient certains éléments vrais, mais elle ignore des faits essentiels, qui pourraient donner une impression différente concernant le sujet.

Fausse – la déclaration est inexacte.

Mensongère – la déclaration est inexacte et absurde.

Les critères d'évaluation ne doivent pas être forcément linéaires comme ceux utilisés par PolitiFact, où l'évaluation devient progressivement moins bonne sur une échelle allant de vrai à mensonger. Par exemple, *El Sabueso*, au Mexique,⁴ inclut des critères d'évaluation tels que «ne peut être prouvé» pour des déclarations pour lesquelles il est impossible d'obtenir une preuve dans un sens ou dans l'autre, ou «discutable» pour des déclarations dont la véracité dépend de la méthode d'évaluation choisie. Encouragez les élèves à établir des échelles d'évaluation originales, prenant en compte les différentes manières de qualifier un exposé de faits.

En fonction du temps et des ressources disponibles, les formateurs pourront également inviter les élèves à préparer la vérification des faits sous un format allant au-delà du texte, à savoir sous la forme de mèmes, courtes vidéos, GIF, Snapchat, qui constituent de bons outils pour lutter contre les falsifications. Selon une étude, en effet, la même vérification des faits peut être plus efficace si elle est présentée sous la forme d'une vidéo humoristique que sous la forme d'article.⁵

4 AnimalPolitico (2015). Disponible sur <http://www.animalpolitico.com/blogueros-blog-invitado/2015/01/28/el-sabueso-un-proyecto-para-vigilar-el-discurso-publico/>. [consulté le 6/04/2018].

Pour trouver des exemples de formats originaux, les formateurs pourront consulter les articles suivants dans Poynter :

Mantzaris, A. (2016). *Fact-checkers experiment with Snapchat, GIFs and other stuff millennials* ♥.

Disponible sur <https://www.poynter.org/news/fact-checkers-experiment-snapchat-gifs-and-other-stuff-millennials> [consulté le 28/03/2018].

Mantzaris, A. (2016). *How (and why) to turn a fact check into a GIF*. [consulté le 28/03/2018. Disponible sur <https://www.poynter.org/news/how-and-why-turn-fact-check-gif> [consulté le 28/03/2018].



Lectures

Outre les lectures indiquées dans la liste, Poynter a consacré au fact-checking, sur <https://www.poynter.org/channels/fact-checking>, une rubrique qui est mise à jour plusieurs fois par semaine. Voici quelques ressources utiles, à jour, principalement tirées de cette rubrique.

Poynter (2018). *How to fact-check a politician's claim in 10 steps*. Disponible sur <https://factcheckingday.com/articles/5/how-to-fact-check-a-politicians-claim-in-10-steps>. [consulté le 06/04/2018].

Van Ess, H. (2017). *The ultimate guide to bust fake tweeters: A video toolkit in 10 steps*. Disponible sur <https://www.poynter.org/news/ultimate-guide-bust-fake-tweeters-video-toolkit-10-steps>. [consulté le 06/04/2018].

Mantzaris, A. (2015). *5 things to keep in mind when fact-checking claim about science*. Disponible sur <https://www.poynter.org/news/5-things-keep-mind-when-fact-checking-claims-about-science>. [consulté le 06/04/2018].

Mantzaris, A. (2016). *5 tips for fact-checking claims about health*. Disponible sur <https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-claims-about-health>. [consulté le 06/04/2018].

Mantzaris, A. (2015). *5 tips for fact-checking datasets*. Disponible sur <https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-datasets>. [consulté le 06/04/2018].

Mantzaris, A. (2015). *5 studies about fact-checking you may have missed last month* (Poynter). Disponible sur <https://www.poynter.org/news/5-studies-about-fact-checking-you-may-have-missed-last-month>. [consulté le 06/04/2018].

Mantzaris, A. (2017). *Repetition boosts lies — but it could help fact-checkers too*. Disponible sur <https://www.poynter.org/news/repetition-boosts-lies-could-help-fact-checkers-too>. [consulté le 06/04/2018].

Mantzaris, A. (2017). *French and American voters seem to respond to fact-checking in a similar way*. Disponible sur <https://www.poynter.org/news/french-and-american-voters-seem-respond-similar-way-fact-checking>. [consulté le 06/04/2018].

Funke, D. (2017). *Where there's a rumour, there's an audience. This study sheds light on why some take off*. Disponible sur <https://www.poynter.org/news/where-theres-rumor-theres-audience-study-sheds-light-why-some-take>. [consulté le 06/04/2018].

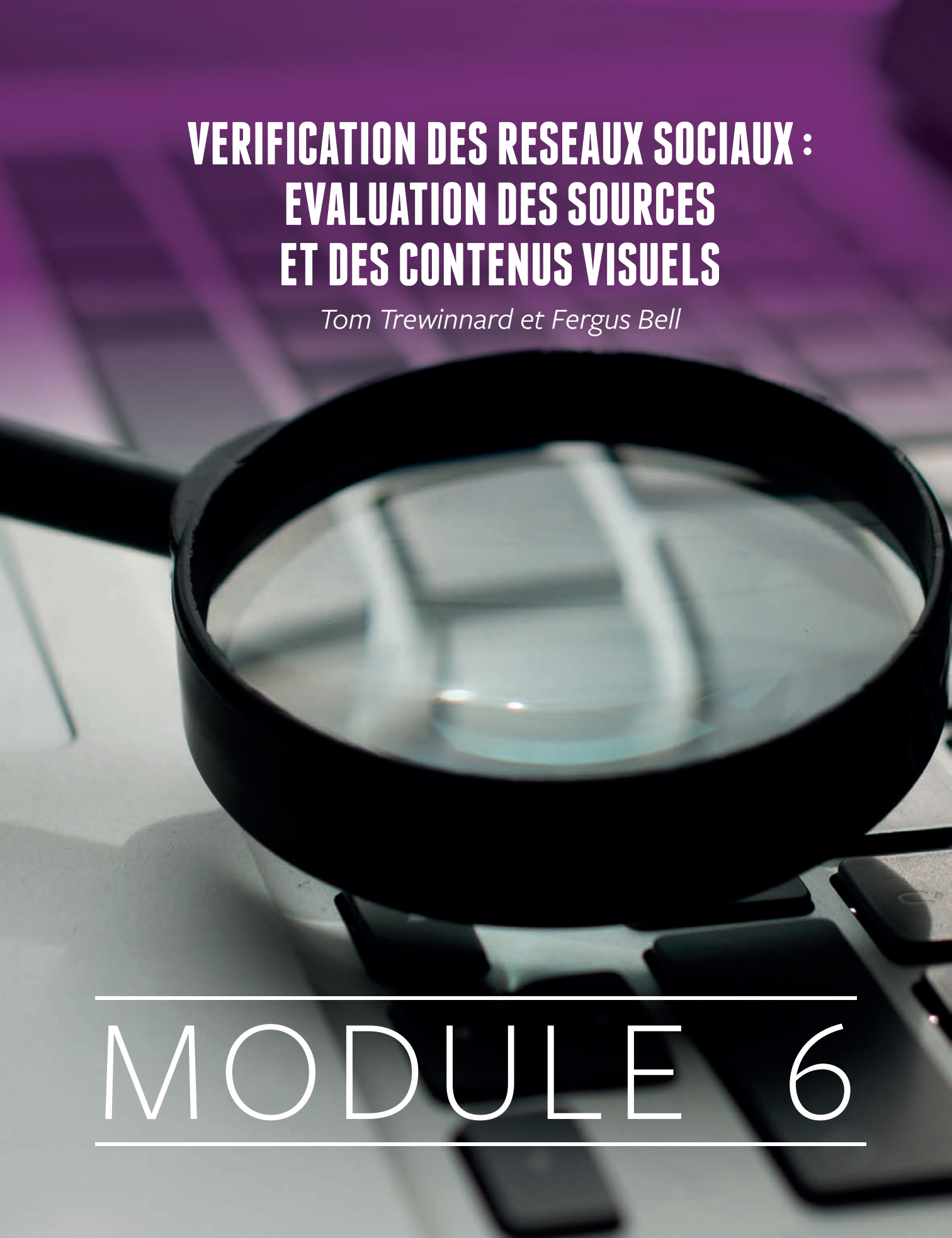
- Funke, D. (2017). *Want to be a better en ligne sleuth? Learn to read webpages like a fact-checker.* Disponible sur <https://www.poynter.org/news/want-be-better-en-ligne-sleuth-learn-read-webpages-fact-checker>. [consulté le 06/04/2018].
- Funke, D. (2017). *These two studies found that correcting misperceptions works. But it's not magic.* Disponible sur <https://www.poynter.org/news/these-two-studies-found-correcting-misperceptions-works-its-not-magic>. [consulté le 06/04/2018].
- Mantzaris, A. (2017). *What does the «Death of Expertise» mean for fact-checkers?* Disponible sur <https://www.poynter.org/news/what-does-death-expertise-mean-fact-checkers>. [consulté le 06/04/2018].
- Mantzaris, A. (2017). *Journalism can't afford for corrections to be the next victim of the fake news frenzy.* Disponible sur <https://www.poynter.org/news/journalism-cant-afford-corrections-be-next-victim-fake-news-frenzy>. [consulté le 06/04/2018].
- Mantzaris, A. (2016). *Should journalists outsource fact-checking to academics?* Disponible sur <https://www.poynter.org/news/should-journalists-outsource-fact-checking-academics>. [consulté le 06/04/2018].

Livres

- Ball, J. (2017). *Post-Truth: How Bullshit Conquered the World.* London: Biteback Publishing.
- Gladstone, B. (2017). *The Trouble with Reality: a Ruminaton on Moral Panic in Our Time.* New York: Workman Pu.
- Graves, L. (2016). *Deciding What's True: the Rise of Political Fact-Checking Movement in American Journalism.* New York: Columbia University Press.

Ressources

Plan du cours dispensé sous la forme de cartes de jeu de rôle à l'occasion de la Journée mondiale de la vérification des faits (conçu pour des élèves âgés de 14 à 16 ans) et disponible sur: <http://factcheckingday.com/lesson-plan>. Ce site contient également des fiches de conseils, un lien pour un cours en ligne destiné à des étudiants universitaires et une liste de lectures sur les faits et la vérification des faits.

A close-up photograph of a black magnifying glass resting on a laptop keyboard. The lens is focused on the keys, creating a clear reflection of the keyboard's layout. The background is a soft, out-of-focus purple and blue gradient.

**VERIFICATION DES RESEAUX SOCIAUX :
EVALUATION DES SOURCES
ET DES CONTENUS VISUELS**

Tom Trewinnard et Fergus Bell

MODULE 6

Ce module a été conçu pour aider les participants à identifier et vérifier la source des informations numériques diffusées en ligne. Il présente différents types de stratégies à mettre en place pour déterminer l'authenticité des sources, photos et vidéos et, en particulier, des Contenus Générés par les Utilisateurs (UGC) partagés sur les réseaux sociaux.

A la fin de ce module, les participants devraient connaître les différents types de contenus faux ou trompeurs souvent partagés suite à des événements d'actualité majeurs, sur des réseaux tels que Facebook, Twitter, Instagram et YouTube¹. Ces contenus sont souvent sélectionnés et présentés aussi par des organes d'information généralement fiables, qui sont ainsi discrédités. Ils peuvent également être rediffusés et amplifiés, par inadvertance, sur les réseaux sociaux par des journalistes ciblés par des acteurs malveillants, afin d'influencer le débat public² et de miner la crédibilité des reporters en tant que sources d'information fiables³.

Les participants devront tester leur intuition par rapport à des scénarios et des exemples réels, avant de mettre en place des techniques et des stratégies d'enquête classiques pour la vérification des contenus, dont:

- ▶ l'identification et la confirmation des sources initiales des informations en ligne selon les principes d'éthique qui guident l'utilisation journalistique des contenus générés par les utilisateurs⁴
- ▶ l'identification et l'exclusion des faux comptes ou bots^{5 6}
- ▶ la confirmation du lien entre le contenu visuel et la source d'origine
- ▶ la vérification de la durée de l'enregistrement et du téléchargement du contenu
- ▶ la géolocalisation des photos et des vidéos

La capacité d'identifier et de vérifier le contenu original permet aux journalistes de demander l'autorisation de publier le contenu généré par l'utilisateur (UGC) dans le respect des dispositions légales et des principes d'éthique.

1 Alejandro, J. (2010). Journalism In The Age Of Social Media. Reuters Institute Fellowship. Disponible sur : <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Journalism%2520in%2520the%2520Age%2520of%2520Social%2520Media.pdf> [consulté le 22/04/2018].].

4 Cf. le Code d'Éthique en matière d'UGC de l'On line News Association UGC Ethics guide : <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [consulté le 18/4/2018].

5 Woolley, S.C. & Howard, P.N. (2017). Computational Propaganda Worldwide : Executive Summary. Samuel Woolley and Philip N. Howard, Eds. Working Paper 2017.11. Oxford, UK : Project on Computational Propaganda. [comprop.oii.ox.ac.uk](http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf). Disponible sur <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> [consulté le 22/04/2018].].

6 Joseph, R. (2018). Guide. How to verify a Twitter account. Africa Check. Disponible sur <https://africacheck.org/factsheets/guide-verify-twitter-account/>. [consulté le . 6/04/2018].



Aperçu

Les écrivains Bill Kovach et Tom Rosenstiel déclarent, dans *The Elements of Journalism*⁷: «En fin de compte, la rigueur de la vérification c'est ce qui distingue le journalisme du divertissement, de la propagande, de la fiction ou de l'art.... Seul le journalisme se concentre, avant tout, sur la restitution exacte des faits...». Dans cette optique, ce module examine la «rigueur de la vérification» à notre époque.

Les réseaux sociaux ont modifié la pratique du journalisme. Le dialogue en temps réel avec les utilisateurs a donné lieu à la production de contenus et, maintenant, même des tâches comme la vérification peuvent être sous-traitées au public.⁸ Bien que le journalisme reste, essentiellement, un travail de vérification⁹, les méthodes de vérification du contenu et des sources requièrent une mise à jour constante pour tenir compte de l'impact de l'évolution rapide des technologies numériques, des comportements en ligne et des pratiques de collecte des informations. Par exemple, pendant le Printemps arabe, l'idée de «vérification ouverte» – à savoir un processus de vérification publique, collaborative, en temps réel – a commencé à émerger. Cependant, ce processus reste encore controversé en raison des risques associés à la mésinformation, qui peut se répandre de manière virale pendant que l'on essaie de vérifier une information, étape par étape, sur un forum (par ex. lorsqu'un journaliste partage une information non vérifiée dans le but de «sous-traiter» le processus de vérification).¹⁰

Aujourd'hui, les récits des témoins oculaires et le contenu visuel figurent parmi les principaux outils qui permettent à un journaliste ou à un organe d'information de raconter une histoire à fort impact. En cas d'événement d'actualité majeur, la vitesse constitue un facteur critique pour la vérification de l'information diffusée par les réseaux sociaux.¹¹

Les journalistes doivent être en mesure de naviguer au milieu d'un énorme volume d'informations pour parvenir aux sources, aux informations et aux images vraiment importantes. La croissance rapide du volume de contenus visuels (photos, vidéos et GIF) téléchargés sur les réseaux sociaux est impulsée par trois facteurs essentiels:

- ▶ La prolifération de smartphones et téléphones portables équipés de caméra dans le monde¹²
- ▶ L'accès accru et bon-marché (parfois gratuit) à des données mobiles
- ▶ Le développement accru, dans le monde, des réseaux sociaux et des plateformes de messagerie en ligne, sur lesquels chacun peut publier des contenus et créer un public

Dans de nombreux cas d'événement d'actualité majeur, les premiers récits, photos et vidéos diffusés concernant un incident ou un accident – que ce soit une manifestation, un accident de chemin de fer, un ouragan ou une attaque terroriste – sont généralement publiés par un témoin oculaire, un participant

7 Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. New York: Crown Publishers.

8 Carvin, A. (2012). *Distant witness: Social Media's Journalism Revolution*. New York, NY: CUNY Journalism Press.

9 Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). Op cit

10 Posetti, J. & Silverman, S. (2014). *When Good People Share Bad Things: The basics of social media verification at Mediashift July 24th, 2014*. Disponible sur: <http://mediashift.org/2014/07/goodwhen-good-people-share-bad-things-the-basics-of-social-media-verification/> [consulté le 22/04/2018].

12 Cf. diapositive 5 du Mary Meeker's Internet Trends Report: <https://www.slideshare.net/kleinerperkins/internet-trends-v1>. [consulté le 22/04/2018].

ou un passant, qui les a enregistrés avec un smartphone. Les techniques de vérification de ces contenus varient en fonction des ressources disponibles au sein de la rédaction, des normes et des critères ainsi que des pratiques des journalistes. Ce module présente quelques-un(e)s des meilleur(e)s pratiques, outils et ressources disponibles en ligne; il ne faut pas oublier, toutefois, que tout comme les technologies, les outils aussi évoluent très rapidement.¹³

Certaines orientations proposées par Kovach et Rosenstiel (2014)¹⁴ s'appliquent à n'importe quel type de vérification:

- ▶ vérifier sans se départir d'une certaine méfiance
- ▶ tenir à jour une liste de contrôle de l'exactitude des informations
- ▶ ne rien prendre pour argent comptant, ne pas se laisser tromper par des indicateurs associés à la «véracité»¹⁵
- ▶ être prudents lorsqu'il s'agit de sources anonymes.

En identifiant l'auteur qui est à l'origine des informations ou des images et en mettant en place un système de contrôles sur la source et le contenu partagés, vous devriez être en mesure d'en vérifier la fiabilité en tant que sources, si les contrôles vous fournissent les résultats requis.¹⁶

Ces contrôles simulent le travail qu'un journaliste pourrait effectuer s'il était présent sur les lieux d'un événement pour interroger les témoins oculaires. Un journaliste capable de mener un entretien en face à face serait en mesure d'analyser le récit du témoin oculaire, de suivre les détails importants et de parvenir à une conclusion quant à leur fiabilité, sur la base de la vérification des faits. L'intuition peut également vous guider, en partie, ainsi que l'observation du comportement des gens. Le processus de confirmation d'une source par voie numérique doit permettre de tirer des conclusions, même s'il n'est pas possible de parler directement ou en temps réel à une personne.¹⁷

Souvent, les grandes rédactions disposent d'équipes et de technologies coûteuses ou d'agences prestataires de services, qui sont spécialisées dans la recherche rapide de ces contenus¹⁸ et qui s'occupent également de l'acquisition des droits et de la vérification des contenus avant leur publication.

13 Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Göker, A. & Martin, C. (2014). Identifying and Verifying News through Social Media. *Digital Journalism*, 2(3), pp.406-418.

14 Kovach & Rosenstiel (2014). Op cit.

15 Zimmer, B (2010). « Truthiness » The New York Times. <https://www.nytimes.com/2010/10/2017/magazine/2017FOB-onlanguage-t.html> [consulté le 15/04/2018].

16 Bell, F. (2015). Verification: Source vs Content [en ligne] Medium. Disponible sur : <https://medium.com/1st-draft/verficiation-source-vs-content-b67d6eed3ado> [consulté le 22/04/2018].

17 Kovach & Rosenstiel (2014). Op cit.

18 Diakopoulos N., De Choudhury M. & Naaman M. (2012). Finding and assessing social media information sources in the context of journalism Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, pp. 2451-2460. Disponible sur : <http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/2011/07/SRSR-diakopoulos.pdf> [consulté le 22/04/2018].

Toutefois, des plus petites rédactions et des journalistes indépendants ne disposent pas des mêmes moyens,¹⁹ et ne peuvent compter que sur leur propre méthode systématique et évolutive pour déterminer la véracité des informations.²⁰

Pourquoi la vérification des sources et des contenus visuels est-elle si importante? Pour le dire simplement: c'est ce qui fait le «bon» journalisme. Dans le monde numérique d'aujourd'hui, des acteurs malveillants peuvent créer facilement et partager de fausses informations convaincantes et difficiles à détecter. Dans de nombreux cas, des journalistes professionnels et des rédactions ont mis en péril leur propre réputation en partageant ou en republiant des informations, des photos ou des vidéos trompeuses d'origine frauduleuse. Parfois, ils ont mal interprété des contenus satiriques, en les partageant ou en les publiant comme s'il s'agissait de faits réels.²¹

Ce problème est rendu plus complexe par le volume de contenu visuel disponible en ligne, qui peut être entièrement décontextualisé et recyclé pour de futurs événements d'actualité, comme nous le voyons tous les jours dans le monde entier avec des propagateurs de canulars qui tentent de piéger des hommes politiques et des journalistes professionnels.

Différentes mesures peuvent être adoptées, cependant, pour évaluer la crédibilité d'une source qui a une histoire à raconter ou un contenu à partager. Des questions importantes doivent être posées, parfois directement, et certaines réponses peuvent être données en utilisant les preuves obtenues en enquêtant. Des outils de vérification peuvent être employés pour connaître le lieu à partir duquel une information a été affichée, mais il est également possible de procéder à la triangulation manuelle d'une source en analysant son historique d'activité sur les réseaux sociaux pour rechercher des indices susceptibles d'indiquer la probabilité de leur présence à un certain endroit et à une certaine date et heure. L'examen de l'historique de leurs interactions avec d'autres utilisateurs et la vérification du contenu accessible à partir de liens présents dans des commentaires aident également dans le processus de vérification manuelle et peuvent contribuer à supprimer les informations partagées par des bots.

Il est essentiel de faire preuve de méfiance dans la rédaction des articles et la réalisation des reportages, mais la plupart des personnes qui se trouvent impliquées dans des événements d'actualité et qui racontent ce qui s'est passé, n'ont pas l'intention de tromper, mais tout simplement de partager leurs expériences. La mésinformation peut ne pas naître d'une intention malveillante; il se peut, tout simplement, que la personne n'arrive pas à se souvenir correctement des événements qu'elle a vécus ou qu'elle ait choisi d'enjoliver son histoire. Ceci peut également se passer si vous avez décidé de réaliser un entretien en tête-à-tête et cela arrive souvent avec des déclarations et des récits contradictoires collecté(e)s sur des scènes de crimes ou d'accidents, où les récits des témoins ou des victimes traumatisé(e)s peuvent varier énormément.

19 Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Goker, A.S. & Martin, C. (2014). Identifying and verifying news through social media: Developing a user-centred tool for professional journalists. *Digital Journalism*, 2(3), pp. 406-418. Disponible sur http://openaccess.city.ac.uk/3071/1/IDENTIFYING_AND_VERIFYING_NEWS_THROUGH_SOCIAL_MEDIA.pdf [consulté le 22/04/2018].

20 Brandtzaeg, P. B., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggings, L., & Følstad, A. (2016). Emerging journalistic verification practices concerning social media. *Journalism Practice*, 10(3), 323-342.

21 Deutsche Welle (2018) Germany's Bild falls for hoax and unleashes fake news debate (22/02/2018) Disponible sur <http://www.dw.com/en/germanys-bild-falls-for-hoax-unleashes-debate-on-fake-news/a-42704014> [consulté le 22/04/2018].

Alors que la provenance du contenu visuel ne peut être identifiée de manière certaine, il existe un certain nombre «d'indicateurs» qui peuvent être dévoilés par un simple processus de vérification basé sur les questions suivantes:

- ▶ le contenu est-il original ou a-t-il été copié de précédents articles ou reportages et détourné de manière frauduleuse?
- ▶ le contenu a-t-il été manipulé par des moyens numériques, de quelque manière que ce soit?²²
- ▶ peut-on confirmer le lieu et la date de la photo/de l'enregistrement vidéo, à l'aide des métadonnées disponibles?
- ▶ peut-on confirmer le lieu et la date de la photo/de l'enregistrement vidéo, à l'aide des indices visuels présents dans le contenu?

Afin de trouver des «clignotants» efficaces, nous devons également comprendre les différents types de contenus visuels faux ou trompeurs:

- ▶ **Mauvaise date/mauvais endroit:** le type le plus courant d'images trompeuses est constitué par de vieilles images recyclées en modifiant la description de l'image. Dans ce cas, la viralité naît souvent du partage accidentel d'un contenu qui peut être facilement «déboulonné» mais qui n'est pas facile à retirer de la circulation²³
- ▶ **Contenu manipulé:** contenu manipulé par des moyens numériques à l'aide de logiciels d'édition de photos ou de vidéos.
- ▶ **Contenu fabriqué:** contenu original créé ou partagé dans l'intention de tromper²⁴

Dans ce module, nous allons présenter aux étudiants les outils et les techniques de base nécessaires pour apprendre à vérifier les sources et les contenus (diapositives, avec les notes du formateur, et lectures complémentaires) tels que:²⁵

L'analyse de compte Facebook: en utilisant un outil en ligne d'Intel Techniques²⁶, vous pouvez découvrir des informations supplémentaires sur une source en analysant son compte Facebook;

L'analyse du compte Twitter: à l'aide du guide Africa Check, vous pouvez découvrir des informations

22 Les étudiants survivants du massacre de l'école de Parkland, Florida, USA, qui ont organisé une grande manifestation pour la réglementation de la vente d'armes, apparaissaient dans des images manipulées diffusées sur des réseaux sociaux politiquement connotés https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/here-are-the-hoaxes-and-conspiracies-still-going-around?utm_term=.euy6NPayy#.jhe2YVV44. [consulté le 22/04/2018].

23 Cette vidéo qui prétendait illustrer une inondation à l'aéroport international de Bengaluru, en Inde, n'était autre qu'une vidéo recyclée de l'inondation d'un aéroport au Mexique. <https://www.thequint.com/news/webqoof/fake-video-claiming-bengaluru-airport-was-flooded-is-from-mexico> [consulté le 22/04/2018].

24 L'Intelligence Artificielle et des outils sophistiqués de montage de photos/vidéos ne permettent pas de distinguer facilement de fausses vidéos des vidéos authentiques, comme le montre ce film dans lequel apparaît Barack Obama: <https://www.youtube.com/watch?v=AmUC4m6w1wo> [consulté le 03/04/2018].

25 Notez que les nouveaux outils ne cessent d'évoluer et que le formateur, avec les participants, peut découvrir et tester ces technologies et ces techniques.

26 Disponible sur: <https://inteltechniques.com/osint/facebook.html>. [consulté le 03/04/2018].

supplémentaires sur une source en analysant l'historique de son activité sur les réseaux sociaux et en identifiant s'il s'agit de bot tweeting²⁷

Recherche par image inversée: à l'aide de Google Reverse Image Search²⁸, TinEye²⁹ ou RevEye³⁰, vous pouvez vérifier si une image a été recyclée pour illustrer une nouvelle déclaration ou un nouvel événement. La recherche par image inversée vous permet de voir si une ou plusieurs bases de données d'images (avec des milliards d'images) contiennent une version antérieure de la même image. Si la recherche par image inversée montre qu'une image existait avant l'occurrence de l'événement mentionné, le «clignotant» ne peut être ignoré et il est probable que l'image ait été recyclée à partir d'un événement antérieur. Si la recherche par image inversée ne donne aucun résultat, cela ne veut pas dire pour autant que l'image est authentique et vous devez effectuer des recherches supplémentaires.

YouTube Data Viewer: il n'y a pas «de recherche par image inversée» disponible pour le public – mais des outils tels que YouTube Data Viewer d'Amnesty³¹, InVID³² et NewsCheck¹⁹¹ peuvent détecter des vidéos miniatures pour YouTube et une recherche par image inversée sur ces vidéos miniature peut révéler si des versions antérieures de la vidéo ont été téléchargées (des outils montrent également la date et l'heure précise du téléchargement).

EXIF Viewer: EXIF désigne des métadonnées jointes à un contenu visuel qui incluent un vaste ensemble de points de données créés par des caméras numériques et des caméras dont sont équipés des téléphones au point de capture.

Elles peuvent indiquer la date et l'heure précise, la localisation des métadonnées, les données du dispositif et des informations sur le réglage de la lumière. Les métadonnées EXIF sont, donc, extrêmement utiles dans le cadre du processus de vérification, mais le fait que les réseaux sociaux dépouillent les métadonnées de leur contenu visuel constitue une limite importante. Ceci signifie que les images partagées sur Twitter ou sur Facebook n'incluent pas de données EXIF. Toutefois, si vous êtes en mesure de contacter la personne qui a effectué le téléchargement et de vous procurer le fichier image original, vous pouvez utiliser des données EXIF pour vérifier le contenu. Il est également important de noter que les données EXIF peuvent être modifiées et que, par conséquent, une vérification complémentaire est nécessaire.

Les participants apprendront également les notions de base de certaines techniques plus avancées et disposeront de ressources complémentaires sous la forme de lectures et études de cas. Parmi ces techniques figurent:

- ▶ **la géolocalisation:** ce processus permet de déterminer où une vidéo a été enregistrée ou où une image a été prise. Il peut être simple, si l'on dispose de métadonnées adéquates: les données EXIF provenant des téléphones portables révèlent souvent les coordonnées et le contenu des réseaux sociaux (sur Instagram, Facebook et Twitter, par exemple) est parfois

27 Joseph (2018). Op cit

28 How to do a Google Reverse Image Search : <https://support.google.com/websearch/answer/1325808?hl=en> [consulté le 22/04/2018].].

29 Cf. <https://www.tineye.com/> [consulté le 22/04/2018].].

30 <http://squobbler.blogspot.co.uk/2009/12/chromeeye-tineye-extension-for-google.html> [consulté le 22/04/2018].].

31 How to use Amnesty's YouTube Data Viewer : https://firstdraftnews.org/curriculum_resource/youtube-data-viewer/ [consulté le 22/04/2018].]. 190 InVID video verification tool disponible sur : <http://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/>. [consulté le 22/04/2018].

32 About NewsCheck : <https://firstdraftnews.org/launching-new-chrome-extension-newscheck/> [consulté le 22/04/2018].

géolocalisé (bien qu'il soit important de noter que ces métadonnées sont modifiables et peuvent, donc, être trompeuses). Souvent, la géolocalisation requiert une comparaison entre les caractéristiques visuelles et les repères du contenu et des images satellites, des vues de rues et des contenus visuels disponibles sur d'autres sources (comme d'autres contenus visuels affichés sur Twitter, Instagram, Facebook et YouTube).

- ▶ **la confirmation de la météo:** des sources telles que WolframAlpha³³ peuvent révéler l'historique de la météo, ce qui nous permet de vérifier si les conditions météo visibles dans un certain contenu sont confirmées par les données historiques. (à savoir, par ex., s'il pleut dans la vidéo alors que les données météorologiques ne confirment pas la présence de pluie à cet endroit à la date et à l'heure concernées...).
- ▶ **l'analyse de l'ombre:** une manière de vérifier une photo ou une vidéo qui consiste à examiner la cohérence interne des ombres éventuellement visibles (à savoir, y a-t-il des ombres là où il devrait y en avoir et les ombres visibles sont-elles cohérentes par rapport aux sources de lumière?).
- ▶ **Investigation des images:** certains outils permettent de détecter des incohérences dans les métadonnées des images, qui évoquent une manipulation. La validité de ces techniques dépend en grande partie du contexte et de l'application; cependant, des outils tels que Forensically³⁴, Photo Forensics³⁵ et IziTru³⁶ peuvent permettre de détecter des clones et de pratiquer une analyse du niveau d'erreur qui peut apporter des indications précieuses.



Objectifs du Module

- ▶ accroître la sensibilisation en ce qui concerne le rôle que jouent les contenus générés par l'utilisateur (UGC) partagés sur les réseaux sociaux dans le cadre du journalisme contemporain, et souligner les risques et les pièges associés à la confiance que l'on accorde à ces contenus;
- ▶ aider à comprendre de manière approfondie l'importance de l'accès à une source d'information de première main dans la rédaction d'un article ou la réalisation d'un reportage et le processus à suivre pour le faire;
- ▶ aider à comprendre la nécessité de vérifier les contenus générés par l'utilisateur et d'exclure certains types de contenus faux ou trompeurs;
- ▶ accroître la sensibilisation aux méthodes de base utilisées pour la vérification des images et des vidéos et le «déboulonnage» des contenus visuels falsifiés.

33 WolframAlpha tools disponible sur <https://www.wolframalpha.com/examples/science-and-technology/weather-and-meteorology/> [consulté le 22/04/2018].

34 Wagner, J. (2015). Forensically, Photo Forensics for the Web. [Blog] 29a.ch. Disponible sur : <https://29a.ch/2015/08/16/forensically-photo-forensics-for-the-web> [consulté le 22/04/2018].

35 Outils Fotoforensics disponibles sur : <http://fotoforensics.com/> [consulté le 22/04/2018].

36 Outils Izitru disponibles sur : <https://www.izitru.com/> [consulté le 22/04/2018].



Résultats de l'enseignement

1. Meilleure compréhension du rôle des CGU dans le journalisme contemporain
2. Compréhension de la nécessité de vérifier le contenu numérique
3. Compréhension, notamment du point de vue technique, des modalités d'utilisation des outils pour la vérification des sources originales
4. Capacité d'effectuer une vérification de base du contenu photo et vidéo
5. Sensibilisation à des techniques plus avancées et aux métadonnées utilisables dans les processus de vérification
6. Comprendre la nécessité de demander une autorisation pour l'utilisation des CGU et d'autres contenus en ligne et posséder les connaissances nécessaires pour le faire.



Format du Module

Ce module comprend une partie théorique de 60 minutes et une démonstration pratique de 120 minutes, en trois parties. Cependant, en raison de son caractère pratique, ce sujet se prête à l'organisation d'un atelier interactif plus long, comprenant des exercices pratiques destinés à compléter les démonstrations.

Partie théorique: cela consiste à imaginer, à l'aide des notes ci-dessus, un cours sur la vérification en tant que partie intégrante, mais évolutive, des méthodes journalistiques à l'ère numérique.

Partie pratique: la partie pratique de 120 minutes se prête à une démonstration interactive et à un atelier. Elle peut être répartie en trois phases distinctes.

Les formateurs doivent se servir des notes ci-dessus et travailler sur les diapositives qui peuvent être téléchargées à travers les liens suivants. D'autres notes pour les formateurs sont jointes aux diapositives:

- i. **Identification et vérification des sources.** Vérification de l'historique des sources des réseaux sociaux: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf
- ii. **Vérification basique des images.** Types les plus courants de falsification des images et étapes basiques de la vérification: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf
- iii. **Vérification plus avancée.** Approches de l'analyse du contenu, y compris l'analyse et la géolocalisation des métadonnées: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf

Comment relier le plan aux résultats de l'enseignement

A. Théorie

Plan du Module	Nombre d'heures	Résultats de l'enseignement
Cours: Bases et théorie de la vérification et évolution des méthodes	1 heure	1, 2, 6

B. Pratique

Plan du Module	Nombre d'heures	Résultats de l'enseignement
i) Vérification des sources – réseaux sociaux (exercice)	30 min	2, 3
ii) Recherche par image inversée (démonstration & exercice)	15 min	2, 3, 4
ii) Analyse des vidéos (démonstration)	30 min	2, 3, 4
iii) Introduction aux différents types de métadonnées (démonstration)	15 min	2, 5
iii) Géolocalisation (démonstration + exercice)	20 min	2, 4, 5
iii) Météo, ombres et outils d'investigation des images (démonstration)	10 min	2, 4, 5



Exercices suggérés

- ▶ les participants doivent concevoir un flux de travail de vérification des images à l'aide du modèle générique fourni à la diapositive 8 de la première série de diapositives. Ils peuvent utiliser un rôle réel, leur lieu de travail, ou un organe d'information qu'ils connaissent bien;
- ▶ choisissez un compte de réseaux sociaux connecté d'une personnalité connue et demandez aux participants d'utiliser les outils décrits plus haut pour déterminer s'il s'agit de comptes authentiques et d'identifier des comptes éventuellement associés, mais non authentiques;
- ▶ choisissez et partagez avec les participants un fichier image et demandez-leur d'identifier certaines informations à travers une visionneuse EXIF en ligne et un outil de recherche d'image inversée, pour découvrir la source d'origine.



Matériel

Diapositives

1. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf
2. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf
3. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf



Lectures

Vérification des sources

Ayala Iacucci, A. (2014). *Case Study 3.1: Monitoring and Verifying During the Ukrainian Parliamentary Election, Verification Handbook*. European Journalism Centre. Disponible sur: <http://verificationhandbook.com/book/chapter3.1.php>. [consulté le 04/04/2018].

Bell, F. (2015). *Verification: Source vs. Content, First Draft News*. Disponible sur: <https://medium.com/1st-draft/verification-source-vs-content-b67d6eed3ado>. [consulté le 04/04/2018].

Carvin, A. (2013), *Distant Witness*, CUNY Journalism Press. Disponible sur: <http://press.journalism.cuny.edu/book/distant-witness-social-media-the-arab-spring-and-a-journalism-revolution/>. [consulté le 04/04/2018].

Toler, A. (2017). *Advanced guide on verifying video content*. Disponible sur: <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/>. [consulté le 04/04/2018].

Trewinnard, T. (2016). *Source verification: Beware the bots, First Draft News*. Disponible sur: <https://firstdraftnews.com/source-verification-beware-the-bots/>. [consulté le 04/04/2018].

Vidéo

Real or Fake: How to verify what you see on the internet. (2015). France24.

Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=Q8su4chuU3M&feature=youtu> [consulté le 04/04/2018].

Knight, W. (2018). *The Defense Department has produced the first tools for catching deepfakes*, MIT Technology Review. Disponible sur <https://www.technologyreview.com/s/611726/the-defense-department-has-produced-the-first-tools-for-catching-deepfakes/> [consulté le 23/08/2018].

Eyewitness Media (média élaborés par des non journalistes)

Brown, P. (2015). *A global study of eyewitness media in on line newspaper sites*. Eyewitness Media Hub.

Disponible sur <http://eyewitnessmediahub.com/uploads/browser/files/Final%20Press%20Study%20-%20eyewitness%20media%20hub.pdf>. [consulté le 04/04/2018].

- Hermida, A. (2013). #JOURNALISM. *Digital Journalism*, 1(3), pp.295-313.
- Koettl, C. (2016, January 27). *Citizen Media Research and Verification: An Analytical Framework for Human Rights Practitioners*. Centre of Governance and Human Rights, University of Cambridge. Disponible sur <https://www.repository.cam.ac.uk/handle/201810/253508>. [consulté le 04/04/2018].
- Kuczerawy, A. (2016, December 16). *Pants on fire: content verification tools and other ways to deal with the fake news problem*. Disponible sur <https://revealproject.eu/pants-on-fire-content-verification-tools-and-other-ways-to-deal-with-the-fake-news-problem/> [consulté le 22/01/2018].
- Novak, M. (n.d.). *69 Viral Images From 2016 That Were Totally Fake*. Disponible sur <https://gizmodo.com/69-viral-images-from-2016-that-were-totally-fake-1789400518>. [consulté le 12/11/2017].
- On line News Association: UGC Ethics Guide <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [consulté le 18/4/2018].
- Pierre-Louis, K. (2017). *You're probably terrible at spotting faked photos*. Disponible sur <https://www.popsci.com/fake-news-manipulated-photo>. [consulté le 12/11/2017].
- Rohde, D. (2013). *Pictures That Change History: Why the World Needs Photojournalists*. The Atlantic. Disponible sur <https://www.theatlantic.com/international/archive/2013/12/pictures-that-change-history-why-the-world-needs-photojournalists/282498/>. [consulté le 03/04/2018].
- Shapiro, I., Brin, C., Bédard-Brûlé, I. & Mychajlowcz, K. (2013) *Verification as a Strategic Ritual: How journalists retrospectively describe processes for ensuring accuracy*, published in *Journalism Practice*, 7(6).
- Smidt, J. L., Lewis, C. & Schmidt, R. (2017). *Here's A Running List Of Misinformation About Hurricane Irma*. Disponible sur <https://www.buzzfeed.com/janeltyvynenko/irma-misinfo/>. [consulté le 23/10/2017].
- Wardle, C. (2015). *7/7: Comparing the use of eyewitness media 10 years on*. Disponible sur <https://firstdraftnews.com:443/77-comparing-the-use-of-eyewitness-media-10-years-on/>. [consulté le 12/11/2017].
- Wardle, C., Dubberley, S., & Brown, P. (2017). *Amateur Footage: A Global Study of User-Generated Content in TV and On Line News Output*. Disponible sur <http://usergeneratednews.towcenter.org/how-when-and-why-ugc-is-integrated-into-news-output/>. [consulté le 23/10/2017].
- Zdanowicz, C. (2014). «*Miracle on the Hudson*» *Twitpic changed his life*. Disponible sur <http://www.cnn.com/2014/01/15/tech/hudson-landing-twitpic-krums/index.html>. [consulté le 12/11/2017].

Recherche par image inversée

- First Draft News. *Visual Verification Guide - Photos* -. Disponible sur https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_photos.pdf?x47084. [consulté le 06/11/2017].
- First Draft News. *Visual Verification Guide - Video* -. Disponible sur https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_videos.pdf?x47084. [consulté le 06/11/2017].

Suibhne, E. (2015). *Baltimore «looting» tweets show importance of quick and easy image checks*. Disponible sur <https://medium.com/1st-draft/baltimore-looting-tweets-show-importance-of-quick-and-easy-image-checks-a713bbcc275e>. [consulté le 06/11/2017].

Seitz, J. (2015). *Manual Reverse Image Search With Google and TinEye*. Disponible sur <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2015/05/08/manual-reverse-image-search-with-google-and-tineye/>. [consulté le 06/11/2017].

YouTube Data Viewer

First Draft News. (n.d.). *Using YouTube Data Viewer to check the upload time of a video* -. Disponible sur <https://firstdraftnews.com:443/resource/using-youtube-data-viewer-to-check-the-upload-time-of-a-video/>. [consulté le 13/11/2017].

Toler, A. (2017). *Advanced Guide on Verifying Video Content*. Disponible sur <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/>. [consulté le 13/11/2017].

Analyse des métadonnées

Honan, M. (2012). *How Trusting in Vice Led to John McAfee's Downfall*. Disponible sur <https://www.wired.com/2012/12/how-vice-got-john-mcafee-caught/>. [consulté le 03/04/2018].

Storyful. (2014). *Verifying images: why seeing is not always believing*. Disponible sur <https://storyful.com/blog/2014/01/23/verifying-images-why-seeing-is-not-always-believing/>. [consulté le 13/11/2017].

Wen, T. (2017). *The hidden signs that can reveal a fake photo*. Disponible sur <http://www.bbc.com/future/story/20170629-the-hidden-signs-that-can-reveal-if-a-photo-is-fake>. [consulté le 12/11/2017].

Analyse des contenus

Ess, H. van. (2017). *Inside the trenches of an information war* Medium. Disponible sur <https://medium.com/@henkvaness/how-to-date-a-mysterious-missile-launcher-78352ca8c3c3>. [consulté le 03/04/2018].

Farid, H. (2012a). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies - Blog - A Pointless Shadow Analysis*. Disponible sur <http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/4/a-pointless-shadow-analysis.html>. [consulté le 03/04/2018].

Farid, H. (2012b). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies - Blog - The JFK Zapruder Film*. Disponible sur <http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/11/the-jfk-zapruder-film.html>. [consulté le 03/04/2018].

Farid, H. (n.d.-c). *Photo Forensics: In the Shadows - Still searching - Fotomuseum Winterthur*. Disponible sur http://www.fotomuseum.ch/en/explore/still-searching/articles/26425_photo_forensics_in_the_shadows. [consulté le 03/04/2018].

First Draft News. (2016). *Watch Eliot Higgins demonstrate advanced verification techniques at #FDLive*. Disponible sur <https://firstdraftnews.com:443/watch-eliot-higgins-discuss-advanced-verification-and-geolocation-techniques-at-fdlive/>. [consulté le 03/04/2018].

Higgins, E. (2015, July 24). *Searching the Earth: Essential geolocation tools for verification*. Disponible sur <https://medium.com/1st-draft/searching-the-earth-essential-geolocation-tools-for-verification-89d96obb8fba>. [consulté le 03/04/2018].

Ressources en ligne

First Draft Interactive: Geolocation Challenge. Disponible sur <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-geolocation-challenge/>. [consulté le 03/04/2018].

First Draft Interactive: Observation Challenge. Disponible sur <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-observation-challenge/>. [consulté le 03/04/2018].

First Draft On line Verification Course. Disponible sur <https://firstdraftnews.org/learn/> [consulté le 03/04/2018]

A person is shown from the side, looking at a smartphone. The background consists of horizontal window blinds, which are out of focus. The lighting is soft, suggesting an indoor setting near a window. The overall color palette is dominated by blues and greys, with the person's skin tones providing a natural contrast.

LUTTER CONTRE LES ABUS EN LIGNE : LORSQUE LES JOURNALISTES ET LEURS SOURCES SONT VISES

Julie Posetti

MODULE 7



Synopsis

Le problème lié à la désinformation et à la mésinformation¹ qui portent atteinte à la crédibilité du journalisme et à la fiabilité des informations a assumé des proportions de plus en plus inquiétantes à l'ère des réseaux sociaux. Le ciblage intentionnel de certains journalistes et éditeurs d'information en ligne qui entendent vérifier ou partager des informations et des commentaires - ainsi que de leurs sources respectives - fait partie des conséquences de ce phénomène. Les risques qui y sont associés peuvent miner encore davantage la confiance dans le journalisme ainsi que la sécurité des journalistes et de leurs sources.

Dans certains cas, les journalistes ont été ciblés par des actes d'«astroturfing» (diffusion de fausses informations ciblant certains publics dans le but de les tromper)² et «trolling»³ à savoir des tentatives délibérées de «tromper, mésinformer, créer l'intox ou mettre en péril les journalistes»⁴ en partageant des informations spécialement conçues pour détourner leur attention et les orienter dans une mauvaise direction. Leurs sources ont également été ciblées de la même manière. Les journalistes peuvent être visés, aussi, en les amenant à publier des informations inexactes qui donnent une fausse interprétation des faits ou qui, lorsque l'on découvre qu'elles sont fausses, minent encore davantage la confiance dans le journaliste concerné (et dans l'organe d'information auquel il appartient). Dans d'autres cas, les journalistes doivent faire face à des menaces numériques spécialement conçues pour exposer leurs sources, violer leur vie privée pour les mettre en péril ou accéder à leurs données non publiées.

Par ailleurs, certains gouvernements mobilisent, sur les réseaux sociaux, de véritables «bataillons de la haine» chargés de bloquer les commentaires critiques à leur égard et de réprimer la liberté d'expression.⁵ Il y a également un grave problème de harcèlement et de violence en ligne (parfois étiqueté, à tort, comme «trolling»⁶) dont sont très majoritairement victimes les femmes. Ces attaques sont très souvent de nature misogyne. Dans ce contexte, les journalistes, leurs sources, et les commentateurs sont submergés par de véritables torrents de violence, de mensonges sur leurs comportements, de fausses déclarations d'identité, de menaces faites pour les humilier et miner leur confiance, les discréditer, détourner leur attention et, en

1 Pour des définitions, cf. : Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Désordres de l'information : Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking (Council of Europe). <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> [consulté le 30/03/2018].

2 Le terme «astroturfing» s'inspire d'une marque de gazon artificiel utilisé pour tapisser des surfaces en plein air et pour donner une fausse impression de vrai gazon. Dans le cadre de la désinformation, cela désigne la diffusion de fausses informations ciblant certains publics et certains journalistes dans le but de les orienter dans une mauvaise direction ou de les tromper, notamment par des «preuves» de faux soutien populaire apporté à une personne, une idée ou une politique. Cf. également la définition de Technopedia : <https://www.techopedia.com/definition/13920/astroturfing> [consulté le 20/03/2018].

3 Coco, G. (2012). Why Does Nobody Know What Trolling Means? A quick reference guide for the media at Vice.com. https://www.vice.com/en_au/article/ppqk78/what-trolling-means-definition-UK-newspapers [consulté le 30/03/2018].

4 Posetti, J. (2013). The «Twitterisation» of investigative journalism in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (pp. 88-100) : Oxford University Press, Melbourne. <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers> [consulté le 30/03/2018].

5 Riley M, Etter, L and Pradhan, B (2018) A Global Guide To State-Sponsored Trolling, Bloomberg : <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [consulté le 21/07/2018].

6 Note : Le terme «Trolling» dans sa signification liée à internet, désigne des actes allant d'une simple moquerie, blague ou provocation à une tromperie délibérée. Toutefois, ce terme est employé de plus en plus souvent pour désigner tous les abus en ligne, ce qui est problématique, car cela crée une confusion entre différents types d'activités et donne lieu, potentiellement, à une sous-estimation de la gravité du harcèlement en ligne.

dernier ressort, «geler» leurs informations.⁷ Entre-temps, dans le monde réel, les violences conçues pour faire taire une informations critique se poursuivent et sont ultérieurement alimentées par les incitations et les intimidations qui sévissent sur les réseaux sociaux.

Les journalistes peuvent être des victimes directes des campagnes de désinformation, mais ils peuvent aussi y répondre. Tout en renforçant les mesures de protection numériques, de nombreux journalistes ont décidé également de révéler au grand jour ces attaques et de dévoiler l'identité des «agresseurs». En s'engageant dans l'éducation aux médias et à l'information et aux côtés des ONG actives dans ce domaine, les médias d'information jouent également un rôle pour apprendre au public pourquoi il faut protéger le journalisme et le considérer comme une véritable valeur.



Aperçu

S'attaquer au problème

1) Identifier le «trolling» et «l'astroturfing» et y répondre⁸

Ce phénomène inclut la fabrication de personnages et d'événements conçus pour piéger les journalistes et le public, ainsi que des campagnes orchestrées sur les réseaux sociaux visant à mimer la réaction du public réel. Cela peut être difficile de différencier un événement d'actualité majeur et le récit de témoins crédibles d'un contenu fabriqué ou parsemé d'inexactitudes visant délibérément à tromper ou miner la crédibilité des journalistes et des commentateurs en ligne, ainsi que leur travail, en les amenant à partager de fausses informations.

Voici quelques exemples de ce type de comportement:

- ▶ La fabrication de victimes de catastrophes naturelles et d'attaques terroristes (par ex., suite aux attaques à la bombe à Manchester⁹) pour tromper les gens et les inciter à partager des contenus susceptibles de porter atteinte à la réputation et/ou à la crédibilité de certaines personnes, et notamment de journalistes, qui pourraient être ciblés dans le processus de diffusion des fausses informations.
- ▶ La publication de contenus déguisés en informations crédibles produits par des personnages fictifs, tels que «Gay girl in Damascus»¹⁰. En 2011, les médias du monde entier avaient annoncé l'arrestation de cette blogueuse, décrite comme une lesbienne syrienne, l'auteur de cette fausse information étant, en réalité, un étudiant américain vivant à l'étranger.

7 Cf., par exemple: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/twitter-maggie-haberman-new-york-times-quits-social-media-jack-dorsey-a8459121.html>

8 Pour une explication du terme «astroturfing» à utiliser dans le cadre de l'enseignement, le lien suivant peut être intéressant: <https://youtu.be/Fmh4RdlwswE>

9 Exemple de l'attaque à la bombe de Manchester, <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/26/the-story-behind-the-fake-manchester-attack-victims> [consulté le 30/03/2018].

10 Young, K. (2017). How to Hoax Yourself: The Case of the Gay Girl in Damascus, November 9th, 2017, in The New Yorker. <https://www.newyorker.com/books/page-turner/how-to-hoax-yourself-gay-girl-in-damascus> [consulté le 30/03/2018].

La journaliste Jess Hill a été chargée de rendre compte de cette information pour le compte du programme PM diffusé par l'Australian Broadcasting Corporation. Elle raconte que, grâce à des méthodes de vérification traditionnelles et à l'éthique associée à celles-ci son programme a évité de répandre cette fausse nouvelle. «Nous n'avons pas annoncé son arrestation, pour une simple raison, à savoir parce que nous n'avons pas été en mesure de trouver une seule personne qui l'ait rencontrée physiquement. Pas de parents, pas d'amis. Nous avons cherché pendant deux jours, en demandant à nos correspondants en Syrie de nous mettre en contact avec des gens susceptibles de l'avoir rencontrée, mais chaque indication s'est terminée dans un cul de sac. Le fait de ne pas avoir trouvé une seule personne qui ait connu réellement cette femme a déclenché plusieurs «clignotants», alors nous avons décidé de ne pas diffuser cette information... Les agences de presse qui se sont précipitées sur cette affaire ont négligé le travail de base qui consiste à remonter à la source. Elles ont diffusé la nouvelle sur la simple base d'un blog.»¹¹

Il peut y avoir aussi, parmi les motivations plausibles, la volonté de réorienter ou de détourner les journalistes d'une certaine enquête en les lançant sur des pistes d'investigation sans issue destinées à entraver le travail journalistique et, en dernier lieu, à empêcher la recherche de la vérité.

Voici quelques exemples de ce processus de distraction:

- ▶ La tentative de recadrage des déclarations relatives à la foule présente à l'investiture de Donald Trump, en janvier 2017, en tant que «faits alternatifs».¹²
- ▶ La propagande en temps de guerre, par exemple les tweets émis par les talibans à l'adresse des journalistes présents en Afghanistan contenant de fausses informations concernant des batailles.¹³
- ▶ Des séries de données transmises aux journalistes contenant des informations utiles d'intérêt général mélangées à des éléments de désinformation.

Plus récemment, la propagande numérique¹⁴ a accru le risque, pour les journalistes, d'avoir affaire à des actes «d'astroturfing» et de «trolling». Ce phénomène implique l'utilisation de bots pour diffuser de fausses informations et des messages de propagande précisément ciblés à une échelle spécialement prévue pour faire croire à un mouvement organique.¹⁵ En même temps, les technologies basées sur l'IA sont exploitées pour créer des vidéos «deepfake»¹⁶ et d'autres formes de contenus spécialement conçues pour décrédibiliser les cibles, et notamment les journalistes, de préférence s'il s'agit de femmes.

11 Posetti, J. (2013). op cit

12 NBC News (2017) Video: <https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-860142147643> [consulté le 30/03/2018].

13 Cunningham, E (2011). In shift, Taliban embrace new media, GlobalPost. <https://www.pri.org/stories/2011-05-21/shift-taliban-embrace-new-media> [consulté le 30/03/2018].

14 Woolley, S. & Howard, P. (2017). Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary, Working Paper No. 2017.11 (Oxford University). <http://comprow.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> [consulté le 30/03/2018].

15 Note : Les comptes rendus superficiels sur la campagne des législatives au Royaume Uni, en 2017, soulignent la difficulté d'informer sur ce type de questions Cf. Dias, N. (2017). Reporting on a new age of digital astroturfing. First Draft News. <https://firstdraftnews.com/digital-astroturfing/> [consulté le 29/03/2018].

16 Le terme « deepfake » est composé des termes « deep learning » et « fake ». Cela implique l'utilisation de l'IA dans la création de contenus frauduleux, parfois à caractère pornographique, virtuellement indétectables. Il est utilisé dans les cyberattaques pour discréditer des personnes, notamment des journalistes. Cf: Cuthbertson, A (2018) What is « deepfake » porn? AI brings face-swapping to disturbing new level in Newsweek <http://www.newsweek.com/what-deepfake-porn-ai-brings-face-swapping-disturbing-new-level-801328> [consulté le 17/06/2018].

Voici quelques exemples de cette pratique:

- ▶ Le site d'information indépendant Rappler.com et son personnel, en grande partie féminin, ont été la cible d'une campagne d'abus en ligne très prolifique. «Des trolls rémunérés, des raisonnements fallacieux, des sauts logiques, voici quelques-unes des techniques de propagande qui ont contribué à modifier l'opinion des gens sur certains sujets, aux Philippines.»¹⁷ (Ce sujet est développé plus loin).
- ▶ Une famille aisée accusée d'avoir capté de grandes entreprises publiques et des hommes politiques sud-africains ont engagé le cabinet de relations publiques britannique Bell Pottinger pour concevoir une vaste campagne de propagande. Les messages objet de cette campagne ont été répandus par l'intermédiaire d'un empire de la désinformation composé de sites web, de médias et d'une véritable armée rémunérée pour sévir sur Twitter en ciblant des journalistes, des hommes d'affaires et des hommes politiques par des messages violents, hostiles et des images photoshoppées, spécialement conçues pour humilier et contrer leurs enquêtes concernant la captation de l'Etat.¹⁸ Une rédactrice de premier plan, Ferial Haffajee, a été ciblée par une campagne de harcèlement en ligne, pendant cette période, dans le cadre de laquelle son image a été manipulée pour donner une fausse impression et le hashtag #presstitute a été lancé pour lui nuire.¹⁹
- ▶ Le cas de la journaliste Rana Ayyub a suscité un appel de la part de cinq rapporteurs spéciaux des Nations Unies pour que le gouvernement indien fournisse à celle-ci une protection adéquate, suite à la diffusion massive de fausses informations visant à contrer ses articles critiques. Cette journaliste indépendante avait fait l'objet d'un ensemble de fausses informations sur les réseaux sociaux, y compris par des vidéos «deepfake» qui laissaient entendre, à tort, qu'elle avait tourné des films pornographiques, et des menaces de mort et de viol²⁰
- ▶ Le cas de la journaliste finlandaise Jessikka Aro est traité au paragraphe «Menaces pour la sécurité numérique et stratégies de défense», au point ii) de ce module.

Les autres modules contenus dans ce manuel traitent plus spécifiquement des techniques de vérification, mais il est important d'apprendre aux participants à identifier les intentions malveillantes de certains opérateurs en ligne dans la création, la diffusion et le ciblage des journalistes par la désinformation et la mésinformation, dans un contexte d'abus.

17 Ressa, M. (2016). Propaganda War: Weaponising the Internet, Rappler. <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet> [consulté le 30/03/2018].

18 Un dossier complet sur « l'empire des fake news » des Gupta est disponible sur <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/>. [Consulté le 30/03/2018].

19 Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me. HuffPost South Africa. [en ligne] Disponible sur: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [consulté le 06/04/2018].

20 UN experts call on India to protect journalist Rana Ayyub from en ligne hate campaign <http://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=23126&LangID=E>; [consulté le 17/08/2018]. Cf. également Ayyub, R. (2018). In India, journalists face slut-shaming and rape threats. <https://www.nytimes.com/2018/05/22/opinion/india-journalists-slut-shaming-rape.html> [consulté le 17/06/2018].

Questions essentielles à poser à l'appui des méthodes techniques de vérification de l'information:

1. Peut-il y avoir une intention malveillante derrière ce commentaire ou cet onglet?
2. Qu'est-ce que la personne qui a publié le contenu a à gagner en partageant celui-ci?
3. Quelles peuvent être les conséquences pour moi/ma crédibilité professionnelle/un organe d'information ou un employeur, si je le partage?
4. Ai-je fait vraiment tout le possible pour vérifier l'identité/les affiliations/ la fiabilité/les motivations de cet individu (par ex. cherche-t-il à répandre la désinformation ou à profiter de la vente de contenus acquis de manière illégale sans aucune justification d'intérêt général)?
5. S'agit-il d'une personne physique ou d'un bot (un robot)? ²¹
6. Concernant un «transfert de données» reçu de la part d'un lanceur d'alerte, devez-vous vérifier de manière indépendante le contenu avant de publier entièrement les données? Est-ce possible que ces données contiennent des éléments de désinformation et de mésinformation volontairement conçus pour tromper ou discréditer?

ii) Menaces pour la sécurité numérique et stratégies de défense

Les journalistes, les défenseurs des droits de l'homme et les blogueurs/activistes présents sur les réseaux sociaux sont de plus en plus vulnérables face aux cyberattaques et leurs données ou sources de données peuvent être compromises par des acteurs malveillants, par le phishing, des logiciels malveillants ou l'usurpation d'identité.²²

Un exemple de cette pratique:

La journaliste d'investigation Jessikka Aro, qui a reçu de nombreux prix et qui travaille pour la chaîne publique finlandaise YLE, a été la cible de campagnes de «trolling» depuis 2014. Elle a subi des menaces sur les réseaux sociaux ainsi que des actions de «spoofing» et de «doxing» (action de rechercher et de divulguer sur l'Internet des informations sur l'identité et la vie privée d'un individu dans le dessein de lui nuire)²³; les trolls ont révélé ses contacts personnels et ont diffusé de fausses informations à son sujet, en remplissant ses applications de messagerie et ses boîtes e-mail de messages furieux. «J'ai reçu un appel

²¹ Par ex., cf. <https://botcheck.me>

²² Définition tirée de Technopedia: le «spoofing» (usurpation) est une pratique frauduleuse ou malveillante dans le cadre de laquelle une source inconnue, se faisant passer pour une source connue du destinataire, envoie une communication. Le spoofing par e-mail est la forme la plus courante de cette pratique. Un e-mail «spoofé» peut également contenir des menaces comme un cheval de Troie ou d'autres virus. Ces programmes peuvent endommager de manière significative les systèmes informatiques en déclenchant des actions inopinées, un accès distant, la suppression de fichiers et d'autres actions <https://www.techopedia.com/definition/5398/spoofing> [consulté le 29/03/2018].

²³ Définition tirée de Technopedia: le doxing consiste à consulter, pirater et publier les informations appartenant à des tiers, telles que des noms, adresses, numéros de téléphone et données de carte de crédit. Le Doxing peut avoir pour cible une personne ou une entreprise et peut avoir plusieurs buts, dont la coercition est l'un des plus importants. Ce terme de jargon vient de l'extension «.doc», car cela comporte souvent la consultation et le partage de documents. Les hackers ont développé différents types de doxing, dont l'un des plus courants consiste à obtenir l'e-mail de la victime et à découvrir son mot de passe pour ouvrir son compte et obtenir des informations à caractère personnel. <https://www.techopedia.com/definition/29025/doxing> [consulté le 29/03/2018].

téléphonique pendant lequel quelqu'un a tiré un coup de revolver. Puis, j'ai reçu un SMS, dans lequel une personne se faisait passer pour mon père décédé en me disant qu'il « m'observait », raconte-t-elle.²⁴ M^{me} Aro a exprimé son appréciation pour les éditeurs qui protègent les journalistes des menaces et a invité les journalistes à enquêter sur la propagande et à la révéler au grand jour.

Il est donc important, pour les professionnels du journalisme, de faire attention aux menaces suivantes :

12 principales menaces liées à la sécurité numérique²⁵

- ▶ Surveillance ciblée et surveillance de masse
- ▶ Exploitation de logiciels et de matériel à l'insu de la cible
- ▶ Phishing²⁶
- ▶ Attaques de domaine fictives
- ▶ Attaques de type l'homme du milieu (HDM)²⁷
- ▶ Attaques pardiéni de service (DoS) et déni de service distribué (DDOS -)²⁸
- ▶ « Défiguration » de site Internet
- ▶ Compromission de compte d'utilisateur
- ▶ Intimidation, harcèlement et exposition forcée de réseaux en ligne
- ▶ Campagnes de désinformation et de dénigrement
- ▶ Confiscation de produits du travail journalistique, et
- ▶ Stockage et extraction de données

Pour les stratégies de défense, cf. : Building Digital Safety for Journalism.²⁹

Concernant les implications pour les sources confidentielles et les lanceurs d'alerte qui interagissent avec les journalistes et d'autres producteurs de médias, cf. : Protecting Journalism Sources in the Digital Age.³⁰

24 Aro, J. 2016. The cyberspace war : propaganda and trolling as warfare tools. European View. Sage Journals, June 2016, Volume 15, Issue 1. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [consulté le 20/07/2018].

25 Posetti, J. (2015). New Study : Combatting the rising threats to journalists » digital safety (WAN-IFRA). <https://blog.wan-ifra.org/2015/03/27/new-study-combatting-the-rising-threats-to-journalists-digital-safety> [consulté le 30/03/2018].

26 King, G (2014) Spear phishing attacks underscore necessity of digital vigilance, CPJ. <https://cpj.org/blog/2014/11/spear-phishing-attacks-underscore-necessity-of-dig.php> [consulté le 29/03/2018].

27 Appelé en anglais Man in the Middle Attack (MITM), aussi appelé parfois attaque de l'intercepteur, car c'est une attaque qui a pour but d'intercepter les communications entre deux parties, sans que ni l'une ni l'autre ne puisse se douter que le canal de communication entre elles a été compromis. <https://www.techopedia.com/definition/4018/man-in-the-middle-attack-mitm> [consulté le 29/03/2018].

28 Cf. définitions sur Technopedia. <https://www.techopedia.com/definition/24841/denial-of-service-attack-dos> b. <https://www.techopedia.com/definition/10261/distributed-denial-of-service-ddos> [consulté le 29/03/2018].

29 Henrichsen, J. et al. (2015). Building Digital Safety for Journalism (UNESCO) Paris. <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002323/232358e.pdf> [consulté le 30/03/2018].

30 Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age (UNESCO). Paris. <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [consulté le 30/03/2018].

Reconnaître et gérer le harcèlement et la violence en ligne

«On m’a traitée de sale pute, sale gitane, juive, salope musulmane, parasite grecque, migrante dégueulasse, stupide malade mentale, horrible menteuse et militante haineuse. Ils n’arrêtent pas de me dire que je dois retourner chez moi, que je dois me tuer ou qu’ils le feront à ma place, qu’ils vont me couper la langue, me briser les doigts un à un. Ils ne cessent de me menacer de viol collectif ou de tortures sexuelles.»³¹ Ce sont les mots de la célèbre journaliste suédoise Alexandra Pascalidou, qui a témoigné en 2016 devant la Commission européenne au sujet de ses expériences de harcèlement en ligne.

Suite à la prolifération, dans le monde entier, de ce type d’abus en ligne ciblant des femmes journalistes et des commentatrices, les Nations Unies (et, en particulier, l’UNESCO³²) ainsi que d’autres organismes ont reconnu le problème et ont appelé à la mise en place d’actions et de solutions.

L’Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE) a financé des recherches visant à démontrer l’impact international des abus commis, en ligne, à l’encontre de femmes journalistes qui ont été ciblées en priorité par des actes de «hate trolling».³³

Cette recherche suivait une étude du think-tank britannique Demos, qui a examiné des centaines de milliers de tweets en constatant que le journalisme était le seul domaine dans lequel les femmes faisaient l’objet d’un plus grand nombre de violences que les hommes, «les femmes journalistes et les présentatrices de journaux télévisés étant ciblées par environ trois fois plus d’abus 229 que leurs collègues masculins». Les mots clés le plus utilisés par les «agresseurs» étaient «garces», «violer» et «putain».

L’un des éléments essentiels des violences dirigées contre les femmes journalistes sur les réseaux sociaux est la tactique de la désinformation, à savoir la diffusion de mensonges sur leur personnalité ou leur travail afin de les décrédibiliser, de les humilier et de tenter de bloquer leurs commentaires publics et leurs articles ou reportages.

L’impact est rendu encore plus insupportable par des menaces de violences, y compris de viol et de meurtre, et l’effet «d’accumulation» (des attaques massives organisées, réelles ou robotisées, dirigées contre une personne, en ligne).

La nature intime de ces attaques, qui s’affichent souvent sur les smartphones des personnes ciblées comme le tout premier message de la journée, au réveil, ou comme le tout dernier message, le soir, avant de se coucher, les rend encore plus difficiles à gérer. «Parfois, je commence ma journée avec une agression verbale et je m’endors avec des phrases racistes et sexistes qui résonnent dans mes oreilles. C’est comme une guerre larvée, permanente», affirme Mme Pascalidou.

31 Posetti, J. (2016). Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes On Line Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse in The Sydney Morning Herald, 24/11/2016. <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-en-ligne-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html> [consulté le 30/03/2018].

32 Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific On Line Harassment: Maria Ressa in L. Kilman (Ed) op cit Cf. également la Résolution 39 de la 39^e Conférence Générale de l’UNESCO, qui souligne «les menaces spécifiques auxquelles sont confrontées les femmes journalistes, y compris le harcèlement sexuel et la violence, en ligne et ailleurs.» <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [consulté le 29/03/2018].

33 OSCE (2016). Countering On Line Abuse of Female Journalists. <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [consulté le 30/03/2018].
229 Bartlett, J. et al. (2014) Misogyny on Twitter, Demos. https://www.demos.co.uk/files/MISOGYNY_ON_TWITTER.pdf [consulté le 30/03/2018].

Aux Philippines, la PDG et Directrice Générale de Rappler, Maria Ressa³⁴, est un véritable exemple dans la lutte contre la prolifération du harcèlement en ligne, qu'elle a subi dans le cadre d'une campagne de désinformation massive alimentée par l'Etat. Ancienne correspondante de guerre de CNN, elle affirme qu'aucune expérience vécue par elle sur le terrain ne l'avait préparée à la campagne massive et destructrice orchestrée contre elle depuis 2016.

«On m'a dit que j'étais horrible, que je ressemblais à un chien, à un serpent, on m'a menacée de viol et de meurtre,» raconte-t-elle. Maria Ressa ne compte plus le nombre de menaces de mort qu'elle a reçues. De plus, elle a fait l'objet de campagnes de hashtags tels que #ArrestMariaRessa et #BringHerToTheSenate, conçues pour alimenter en ligne des attaques massives, afin de discréditer à la fois Mme Ressa et Rappler et de bloquer son activité journalistique. «Cela a déclenché une spirale de silence. Toute personne qui formulait des critiques ou posait des questions sur les meurtres illégaux faisait l'objet d'attaques brutales. Les femmes étaient attaquées encore plus violemment et nous avons réalisé que ce système avait été créé pour faire taire toute dissidence et rendre dociles les journalistes. Nous ne sommes pas supposés poser des questions complexes et nous ne devons exprimer aucune critique,» déclare Maria Ressa.³⁵

La stratégie de réponse de Maria Ressa s'articule autour des actes suivants :

- ▶ reconnaître la gravité du problème
- ▶ reconnaître l'impact psychologique et apporter une assistance psychologique au personnel affecté
- ▶ avoir recours au journalisme d'investigation en tant qu'arme pour répondre aux attaques³⁶
- ▶ demander au public loyal de l'aider à repousser et contenir les attaques
- ▶ renforcer la sécurité en ligne et hors ligne en réponse au harcèlement
- ▶ appeler publiquement les plateformes de réseaux sociaux (entre autres, Facebook et Twitter) à agir davantage pour contourner et gérer de manière adéquate le harcèlement en ligne.

Il est également important, tout en luttant contre la menace croissante du harcèlement en ligne, de reconnaître le harcèlement dont sont victimes les femmes journalistes hors ligne, dans le cadre de campagnes de désinformation. Par exemple, la journaliste d'investigation australienne Wendy Carlisle a fait l'objet de violences verbales, a été chahutée et bousculée lors du tournage d'un documentaire pour ABC Radio sur le tour organisé en Australie, en 2011, par des climato-sceptiques. Suite à cela, elle a dû quitter l'événement pour protéger sa propre sécurité personnelle.³⁷

34 Maria est présidente du jury du Prix Mondial de la Liberté de la Presse UNESCO-Guillermo Cano <https://en.unesco.org/prizes/guillermo-cano/jury>.

35 Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific On Line Harassment : Maria Ressa in Kilman, L. (Ed) An Attack on One is an Attack on All (UNESCO). <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf> [consulté le 30/03/2018].

36 Cette même tactique a été employée par Ferial Haffajee dans l'étude de cas du « Gupta leaks » dont nous avons parlé plus haut. Elle a utilisé des techniques de journalisme d'investigation et des « détectives » spécialisés dans la sécurité informatique pour démasquer certains trolls qui l'avaient ciblée dans le but de discréditer son travail d'information sur le scandale. See : <https://www.news24.com/SouthAfrica/News/fake-news-peddlers-can-be-traced-hawks-20170123> [consulté le 16/06/2018].

37 Carlisle, W. (2011). The Lord Monckton Roadshow, Background Briefing, ABC Radio National. <http://www.abc.net.au/radionational/programs/backgroundbriefing/the-lord-monckton-roadshow/2923400> [consulté le 30/03/2018].



Objectifs du Module

Ce module a pour but d'informer les participants des risques représentés par les abus en ligne dans le contexte des «désordres de l'information» et de les aider à identifier les menaces, en leur fournissant les compétences et les outils nécessaires pour qu'ils soient capables de lutter contre ces abus. Ses buts sont les suivants:

- ▶ accroître la sensibilisation des participants au problème du ciblage, par des opérateurs malveillants, des journalistes, de leurs sources et des autres professionnels de la communication en ligne, dans le cadre de campagnes de désinformation /mésinformation,
- ▶ permettre aux participants de mieux identifier l'«astroturfing», le «trolling», les menaces pour la sécurité numérique et les abus en ligne,
- ▶ mieux équiper les participants pour la lutte contre l'«astroturfing» et le «trolling», les menaces pour la sécurité numérique et les abus en ligne caractérisés par une approche de genre.



Résultats de l'enseignement

A la fin de ce module, les participants:

1. Auront une compréhension plus approfondie des impacts des abus en ligne sur les professionnels du journalisme, le partage des informations et la liberté d'expression;
2. Seront plus sensibles au problème du ciblage, par des acteurs malveillants, des journalistes et d'autres professionnels de la communication en ligne dans le cadre de campagnes de désinformation /mésinformation;
3. Auront une compréhension des menaces spécifiques pour la sécurité auxquelles sont confrontées les femmes qui pratiquent leur profession de journalistes en ligne;
4. Sauront reconnaître plus facilement les acteurs malveillants qui agissent en ligne, ainsi que les incidents liés à l'«astroturfing», au «trolling», aux menaces pour la sécurité numérique et les abus en ligne;
5. Seront mieux équipés pour lutter contre l'«astroturfing», le «trolling», les menaces pour la sécurité numérique et les abus en ligne caractérisés par une approche de genre.



Format du Module

Ce module est conçu pour être dispensé en classe ou en ligne. Il comprend une partie théorique et une partie pratique.

Comment relier le Plan aux Résultats de l'enseignement

A. Théorie

Plan du Module	Nombre d'heures	Résultats de l'enseignement
Un cours interactif et une séance de Q&R (90 minutes), qui peuvent être dispensés selon des méthodes classiques ou par une plateforme de webinaire, conçue pour encourager la participation à distance. Le contenu du cours correspond à la partie théorique et aux exemples fournis ci-dessus. Cependant, les organisateurs du cours sont encouragés à insérer des études de cas pertinentes par rapport au contexte local/culturel concerné.	60 - 90 min	1, 2, 3, 4, 5

B. Pratique

Plan du Module	Nombre d'heures	Résultats de l'enseignement
<p>Un atelier/tutoriel (90 minutes) qui peut avoir lieu en classe ou sur une plateforme d'e-Learning telle que Moodle, des groupes Facebook ou d'autres services permettant la participation en ligne à distance. L'atelier/le tutoriel peut avoir le format suivant:</p> <ul style="list-style-type: none">• Les tutoriels sont répartis en groupes de travail de 3-5 participants chacun.• Chaque groupe de travail doit recevoir un exemple de contenu malveillant lié à des campagnes de désinformation/mésinformation, trolling/astroturfing ou abus en ligne (recherchez sur des blogs et des réseaux sociaux des contenus créés, par exemple, pour cibler Maria Ressa, Jessikka Aro et Alexandra Pascalidou, dont nous avons parlé dans ce module).• Chaque groupe de travail doit évaluer, en collaboration, le matériel (identifier la personne/le groupe qui se cache derrière le matériel); identifier les risques et les menaces (en faisant référence aux recherches sur les impacts décrits dans les lectures recommandées); proposer un plan d'action pour répondre à ce matériel (cela peut inclure une réponse stratégique, la dénonciation de l'utilisateur à la plateforme ou à la police, si nécessaire, ou un article sur l'affaire); écrire un résumé de 250 mots concernant le plan d'action envisagé (sur Google Docs ou sur un outil collaboratif de traitement de texte similaire) et le soumettre à l'examen du formateur/tuteur.	90 - 120 min	1, 2, 3, 4, 5

Autre structure

Pour un traitement plus approfondi de ces problèmes, ce module peut être complété pour être dispensé en trois leçons séparées (dont chacune comprendra deux parties, comme indiqué plus haut):

- ▶ Identification du «trolling» et de «l'astroturfing» et réponse
- ▶ Modélisation de la menace numérique³⁸ et stratégies de défense
- ▶ Reconnaître et gérer le harcèlement et la violence de genre en ligne



Exercices suggérés

Rédiger un article de 1200 mots ou produire un reportage audio de cinq minutes, un reportage vidéo de trois minutes ou une infographie détaillée, à partir d'un entretien avec un ou plusieurs journalistes sur des expériences d'abus en ligne (par ex. des personnes ayant fait l'objet de désinformation et/ou

de menaces en ligne dans le cadre d'une campagne de désinformation ou qui ont été harcelées ou soumises à des violences en ligne). Les participants doivent mentionner, dans leur article ou reportage, des recherches crédibles et expliquer les implications et l'impact de ces phénomènes pour le journalisme/la liberté d'expression et le droit de savoir du public.



Lecture

Aro, J. 2016. The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools. European View. Sage Journals, June 2016, Volume 15, Issue 1. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [consulté le 20/07/2018].

Haffajee, F. (2017). The Gupta Fake News Factory and Me in The Huffington Post. http://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [consulté le 29/03/2018].

OSCE (2016). Countering On Line Abuse of Female Journalists. <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [consulté le 29/03/2018].

Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific On Line Harassment: Maria Ressa in L. Kilman (Ed) An Attack on One is an Attack on All (UNESCO 2017). <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf> [consulté le 29/03/2018].

Posetti, J. (2016). Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes On Line Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse in The Sydney Morning Herald, 24/11/2016. <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-en-ligne-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuww.html> [consulté le 29/03/2018].

Reporters Sans Frontieres (2018) On Line Harassment of Journalists: Attack of the trolls Reporters Without Borders: https://rsf.org/sites/default/files/rsf_report_on_on_ligne_harassment.pdf [consulté le 20/8/18].

Riley M, Etter, L and Pradhan, B (2018) A Global Guide To State-Sponsored Trolling, Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [consulté le 21/07/2018].

Stray, J. (2014). Security for journalists, Part Two: Threat Modelling. <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [consulté le 02/03/2018].

Ressources en ligne

VIDEO: *How to Tackle Trolls and Manage on line Harassment* – table ronde organisée lors du Festival International du Journalisme à Perugia, Italie (avril 2017) avec la participation de Julie Posetti (Fairfax Media), Hannah Storm (International News Safety Institute), Alexandra Pascalidou (journaliste suédoise), Mary Hamilton (*The Guardian*), Blathnaid Healy (CNNi). Disponible sur: <http://media.journalismfestival.com/programme/2017/managing-gendered-en ligne -harrasment>

AUTEURS

Magda Abu-Fadil directrice de Media Unlimited, basée au Liban

Fergus Bell, expert dans la collecte de données numériques et la vérification de contenus générés par les utilisateurs, fondateur de Dig Deeper Media

Hossein Derakhshan écrivain de nationalité iranienne et canadienne, chercheur et boursier au Shorenstein Center de la Harvard's Kennedy School

Cherilyn Ireton, journaliste sud-africaine, directrice du Forum Mondial des Rédacteurs en chef, au sein de l'Association Mondiale des Journaux et des Editeurs de Médias (WAN-IFRA)

Alexios Mantzarlis, directeur de l'International Fact-Checking Network du Poynter Institute

Alice Matthews, journaliste d'information et d'actualité au sein de l'Australian Broadcasting Corporation (ABC), à Sydney

Julie Posetti, Senior Research Fellow auprès du Reuters Institute for the Study of Journalism de l'Université d'Oxford, où elle dirige le Projet d'Innovation du Journalisme

Tom Trewinnard, directeur du Programme sur l'outil de vérification open source Check de Meedan

Claire Wardle, Directrice Exécutive de First Draft et chercheuse au Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy de la Harvard's Kennedy School

CONCEPTION GRAPHIQUE

L'évaluation externe par des pairs a été assurée par: Professeur Ylva Rodny-Gumede, Faculté de journalisme, cinéma et télévision de l'Université de Johannesburg, Afrique du Sud; Basyouni Hamada, Professeur, Faculté de Communication de Masse, College of Arts and Sciences, Université du Qatar; Prof Jayson Harsin, Faculté de Communications Internationales, Université Américaine de Paris



Cette publication vise à fournir un modèle de programme applicable à l'échelle internationale, qui peut être adopté tel quel ou adapté, pour répondre au problème de la désinformation auquel sont confrontées toutes les sociétés en général, dans le monde, et le secteur du journalisme en particulier.

Ce modèle de programme a été conçu pour fournir aux formateurs et aux enseignants en journalisme un cadre et une série de leçons, destinés aux étudiants et aux professionnels du journalisme, sur les questions associées aux «fake news». Nous espérons que cela pourra également servir de guide aux journalistes.

Ce manuel a été rédigé avec la contribution de journalistes, enseignants, chercheurs et intellectuels internationaux de premier plan, engagés dans l'innovation des méthodes et des pratiques journalistiques face aux menaces de la mésinformation et de la désinformation. Ces leçons sont contextuelles, théoriques et, en ce qui concerne la vérification en ligne, extrêmement pratiques. Qu'elles soient utilisées dans le cadre d'un cours complet ou chacune séparément, elles peuvent contribuer à mettre à jour les modules d'enseignement existants ou à créer une nouvelle offre.

Cette publication fait partie de l'«Initiative mondiale d'excellence pour l'enseignement du journalisme» qui est au centre du Programme international pour le développement de la communication (PIDC) de l'UNESCO. Cette initiative souhaite traiter l'enseignement, la pratique et la recherche en matière de journalisme dans une perspective mondiale, y compris par le partage de bonnes pratiques internationales.

La version originale de ce manuel a été produite en anglais. La présente version française a été produite par la Fondation Hirondelle, organisation suisse à but non lucratif, qui fournit de l'information à des populations confrontées à des crises.



PIDC PROGRAMME INTERNATIONAL
POUR LE DÉVELOPPEMENT DE LA COMMUNICATION

UNESCO - Secteur de la communication et de l'information,
7, place de Fontenoy, F-75352 Paris 07 SP, France
Pour en savoir plus, écrivez à ipdc.secretariat@unesco.org



9 789232 001955