

## 4. Décrypter le phénomène des fake news

### 1. Diffusion de fake news : comment et pourquoi ?

Le numérique accélère la diffusion de l'information et avec lui le phénomène de viralité. Des contenus divers : photos, vidéos, articles etc. sont relayés en masse par les internautes.

En 2018, une étude axée sur Twitter réalisée par le MIT, montrait que **les fake news se répandent six fois plus vite que les vraies informations**. Les trois chercheurs expliquent que les individus ont tendance à plus partager des informations qui leur semblent originales, ce qui est souvent le cas des fake news. **Les infox jouent également sur les émotions** : peur, surprise, dégoût, ce qui encourage à relayer.

L'exemple du documentaire *Hold-up* en pleine pandémie de Covid-19 :

*Hold-up, retour sur un chaos* est un documentaire réalisé par Pierre Barnérias, il promet aux spectateurs la « vérité » sur l'épidémie de Covid-19. Pourtant, beaucoup de chiffres et de faits exposés dans ce film sont faux ou sortis de leur contexte.

Par exemple, le chimiste Jean-Bernard Fourtillan, affirme que les tests pour le SARS-CoV-2 existaient avant 2019, supposant ainsi que le virus était connu et annoncé. Ce scientifique est actuellement pris dans une procédure judiciaire pour des essais cliniques illégaux.

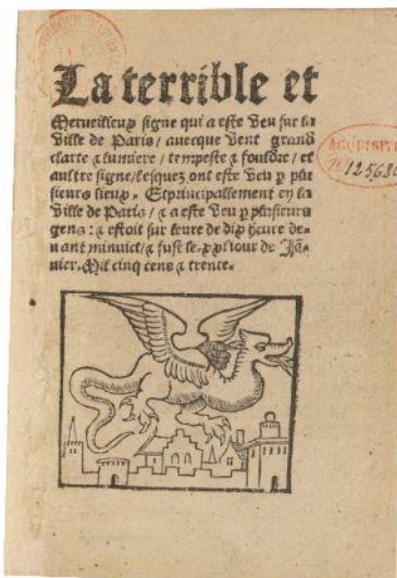
Au moment de sa sortie, le documentaire a été extrêmement vu (plus de 2 millions et demi de fois) et partagé. Cet exemple est typique, on trouve ici tous les ingrédients qui permettent la viralité : révélation d'une vérité supposément cachée, sensationnalisme, émotions fortes.

### 2. Production des fake news ?

#### Fake news, des mécanismes pas si nouveaux

Ce qu'on appelle aujourd'hui fake news a en fait toujours existé. Avant l'imprimerie et la possibilité de diffuser à plus grande échelle, les fausses nouvelles se répandaient à l'oral ou par courrier, c'est ce qu'on appelle également des rumeurs.

#### Exemple du Dragon qui survole les toits de Paris (1531)



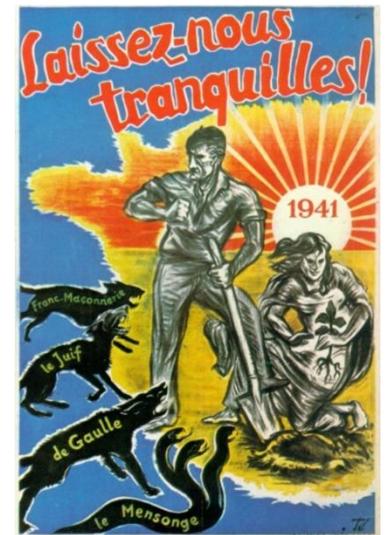
Cette fausse nouvelle est diffusée par les catholiques qui sont en conflit avec les protestants, ils utilisent des croyances populaires pour influencer l'opinion. Les hérétiques sont désignés comme responsable de l'apparition du dragon.

Ces phénomènes de désinformation que l'on pense nouveaux commencent en fait à exister dès les débuts de la presse. Des journaux parodiques reprenant les mêmes codes que la presse classique apparaissent, créant la confusion chez certains lecteurs. C'est ce que l'on connaît aujourd'hui avec le journal *Le Gorafi* par exemple, celui-ci reprend les codes du journal *Le Figaro* à des fins satiriques (cf. exemple ci-contre).

La concurrence existait aussi au début de la presse et pousse parfois à publier des informations non vérifiées. C'est ce qui est arrivé en 2015 lorsque l'AFP a annoncé la mort de l'homme d'affaires Martin Bouygues, information largement relayée dans les médias alors qu'elle était fautive.

La propagande et la manipulation par le pouvoir avait aussi cours avant Internet. Par exemple, en 1715, peu avant la mort de Louis XIV, les monarques sont en difficulté pour choisir son descendant, ils retardent la nouvelle en diffusant de fausses informations dans la presse. On pense aussi à la propagande nazie et du régime de Vichy pendant la seconde guerre mondiale.

Cette affiche de propagande du régime de Vichy datant de 1941 représente les supposés ennemis de la France.



### Qui produit et diffuse les fake news aujourd'hui ?

Les fake news que nous voyons sont toujours produites dans un but précis, pour servir les intérêts d'une personne ou d'un groupe. Elles s'ancrent dans un contexte de cyberguerre. Les technologies du numérique changent la donne et ces groupes se saisissent des opportunités qu'elles offrent pour diffuser en masse de fausses informations. L'objectif est d'influencer l'opinion publique.

On distingue comme groupes :

- **Des individus mal informés**  
Ils relaient de fausses informations ou en produisent - sans forcément d'arrière-pensées ou de stratégie - entretenant ainsi les mécanismes de viralité.
- **Des groupes ou partis politiques**  
Leur but est d'influencer l'opinion pour que l'on adhère à leurs idées. Par exemple, pendant la campagne de vote sur le Brexit, l'organisation *Leave* (pro Brexit) a diffusé dans les médias et les réseaux sociaux un nombre considérable de fake news pour influencer le vote. *Leave* annonce que le Brexit ferait économiser 18 milliards de livres. Ce chiffre est repris par Boris Johnson dans sa campagne, pourtant, après étude des documents de l'UE, ce montant se révèle être faux.
- **Des gouvernements**  
Ils cherchent à déstabiliser d'autres États pour influencer un vote, avoir la main mise sur des ressources, un territoire etc. La Russie a par exemple influencé le vote en faveur de Donald Trump, c'est ce qu'on appelle le *Russiagate* en créant de faux comptes Facebook diffusant de fausses nouvelles. Les mêmes techniques sont actuellement employées au Mali à l'encontre de la France, ce qui a poussé au retrait des troupes.

### 3. Des dispositifs juridiques

Personnel politique, professeurs, chercheurs, journalistes ou encore bibliothécaires cherchent à lutter contre le phénomène des fake news. En 2018, Emmanuel Macron propose une nouvelle loi « relative à la lutte contre la manipulation de l'information ». Pourtant, depuis le milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle, des lois existent déjà concernant ce qui est nommé les « fausses nouvelles ». Au niveau européen, des dispositions sont également prises pour endiguer leur propagation.

#### Petit retour historique des dispositifs juridiques

Les objectifs de ces lois sont de contrer les fausses nouvelles qui sont diffusées dans l'intention de nuire.

- La loi sur la presse du 27 juillet 1849 (art. 4) dit : « *La publication ou reproduction faite de mauvaise foi, de nouvelles fausses (...) lorsque ces nouvelles ou pièces seront de nature à troubler la paix publique, sera punie d'un emprisonnement d'un mois à un an, et d'une amende de cinquante francs à mille francs.* ».
- La loi sur la liberté de la presse du 29 juillet 1881 (art. 27) dit : « *La publication ou reproduction de nouvelles fausses (...) sera punie d'un emprisonnement d'un mois à un an et d'une amende de 50 francs à 1,000 francs, ou d'une de ces deux peines seulement, lorsque la publication ou reproduction aura troublé la paix publique et qu'elle aura été faite de mauvaise foi.* ».

#### Pourquoi refaire une loi en 2018 alors que l'arsenal législatif existe déjà ?

Plusieurs fake news ont été propagées lors de la campagne à l'élection présidentielle de 2017, notamment à l'encontre du candidat Emmanuel Macron. Lors de ses vœux à la presse en janvier 2018, il accuse plusieurs médias russes (*Russia Today*, *Sputnik*) d'être responsables d'une partie d'entre elles. C'est en ce sens qu'il souhaite faire « évoluer notre dispositif juridique pour protéger la vie démocratique de ces fausses nouvelles ».

La nouveauté avec la loi de 2018, c'est qu'elle opère pendant les trois mois qui précèdent une élection. Les individus peuvent saisir, via des services de communication en ligne, le juge des référés qui devra déterminer en 48h si la nouvelle est fausse, si la personne à son origine est de mauvaise foi et si cela caractérise un « trouble à la paix publique ». En dehors des périodes électorales, les plateformes ont une obligation de transparence renforcée.

Dès cette annonce, plusieurs voix s'avèrent critiques. En effet, pour certains juristes et professionnels de l'information, la solution ne se situe pas dans une nouvelle loi, puisqu'elles existent déjà, mais dans la sensibilisation et la responsabilisation des citoyens et la mobilisation des plateformes (Facebook, Twitter, Google, etc.). Des inquiétudes se sont également exprimées concernant la liberté d'expression. Le juge des référés devant juger « la nature à troubler l'ordre public », les appréciations peuvent être larges et subjectives.

#### Textes de référence :

- N° 1478 – *Loi sur la presse du 27 juillet 1849* », *Bulletin des lois de la République française*, Paris, Imprimerie impériale, x, t. IV, n° 182, 1849, p. 109 - 114 - [Consulter en ligne](#)
- Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse : [Version initiale](#) (version papier numérisée à télécharger) | [Version en vigueur](#), sur [Légifrance](#)
- Loi n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information : [Version initiale](#) | [Version en vigueur](#), sur [Légifrance](#)

## 4. Et les réseaux sociaux ?

Les réseaux sociaux prennent une place grandissante dans nos vies, que ce soit par ce que l'on y partage ou le temps qu'on y passe. En France, on compte 49,6 millions d'utilisateurs actifs, soit presque 76% de la population. La moyenne d'utilisation passé en ligne par jour sur téléphone portable est de 2h20. On note aussi que 69% de la population s'informe en ligne.

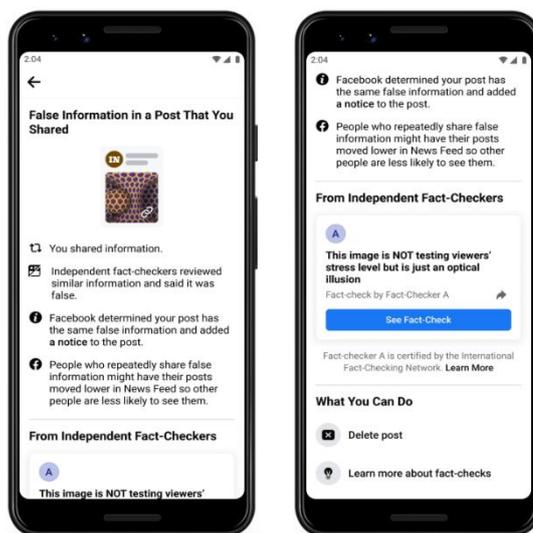
Ces usages doivent nous faire prendre en considération nos pratiques d'utilisation de ces plateformes et adopter quelques réflexes pour ne pas se faire duper.

Les réseaux sociaux sont régulièrement accusés de propager les fake news. Si ce ne sont pas eux qui les produisent directement, ils servent de relais à très grande échelle.

### Engagements et limites des réseaux sociaux

Plusieurs lois obligent les réseaux sociaux à avoir plus de transparence. Et si l'aspect législatif a du mal à contraindre les dérives inhérentes à ces plateformes, les géants du numérique tels que Facebook, Twitter, Instagram etc. ont pris certaines mesures.

- **Facebook** a développé une cinquantaine de partenariats, avec des médias comme *Libération*, *20 minutes*, l'AFP, pour que les journalistes vérifient les informations publiées sur leur plateforme. Une fois l'information vérifiée, si elle est partiellement vraie ou totalement fausse, un bandeau s'affiche pour prévenir les utilisateurs.



- **Twitter** suit la même logique en grisant les tweets qui partagent de fausses informations.
- **Instagram** s'est associé à l'International Fact-Checking Network, un réseau d'environ 70 fact-checkers indépendants.

Ces engagements sont déjà une première étape pour plus de régulation. Il est impossible de vérifier tous les articles, posts, etc., qui sont publiés sur les plateformes. C'est pour cela que la vigilance se place aussi du côté des utilisateurs.

### Quelques conseils de navigation

- Si une information se présente comme **la vérité ultime** ou vous propose une vérité cachée, il y a de fortes chances que ce soit une fake news.
- Les **titres accrocheurs**, à forte charge émotionnelle, révèlent souvent de fausses informations. Il est généralement difficile, voire impossible, de remonter à la source de l'information.
- **Toujours se demander** : quel est ce média ? Qui est l'auteur ? D'où parle-t-il (fonction, expériences, etc.) ?



## 5. Evaluer les liens entre fact-checking et journalisme

« *Le fact-checking est une activité consistant à vérifier l'authenticité de publications ou de déclarations douteuses afin d'empêcher la prolifération d'informations fausses ou trompeuses qui risquent d'être préjudiciables pour la société.* »\*

Le *fact-checking* s'inscrit dans un contexte de forte concurrence médiatique, de massification des *fake news*, mais également - pour une partie grandissante de la population - de **perte de confiance envers les médias**.

Le journaliste s'engage à respecter une [charte déontologique](#), c'est-à-dire un ensemble de principes et de règles, qui garantissent une certaine éthique professionnelle. La **neutralité** et l'**objectivité** en sont notamment des éléments clés. Mais en réalité, il est presque impossible d'être 100% objectif ou impartial, car trop de **biais cognitifs** entrent en jeu. Dans son [article](#) *Pourquoi une information ne sera jamais objective*, Arnaud Mercier, professeur à l'IFP de l'Université Paris-II Panthéon-Assas, préfère parler de « **lucide honnêteté intellectuelle** ».

La **vérification de l'information** est l'une des étapes fondamentales du travail journalistique et doit normalement intervenir **en amont d'une publication**. Pourtant, le **fact-checking est pratiqué par les journalistes eux-mêmes**. Certains médias proposent même des [outils publics](#) permettant de vérifier des propos ou des faits.

En tant que récepteur d'informations, il est donc bon de prendre du recul et de se poser quelques questions à ce sujet. En effet, pour un journaliste, vérifier une information n'est-il pas un prérequis avant de la diffuser ? Est-ce que la viralité de l'information et la vitesse de communication empêchent aujourd'hui les journalistes de faire correctement ce travail en amont ? Est-ce que les journalistes sont eux aussi victimes d'infobésité et peinent à trier le vrai du faux ?

Vidéo : CLEMI, *Les journalistes sont-ils objectifs? Les Clés des Médias* [Image], 2021, consulté le 13 juin 2022, URL : <https://youtu.be/g3aX7SpJY6s>

\*Laurière Stéphane, « *Fact-checking à l'AFP* », consulté le 11 mars 2022, URL : <https://defacto-observatoire.fr/Explorer/Fact-checking-a-l-AFP/>

## 6. S'approprier quelques outils de vérification de l'information

### Des outils pour vérifier rapidement une information

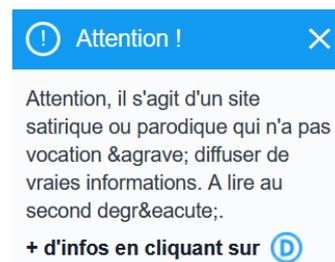
- Le journal *Le Monde* a été un des premiers à lancer son outil de vérification : [Décodex](#) qui est à la fois un site de fact-checking par des journalistes du quotidien et un plugin à installer directement sur son navigateur.

Le plugin permet de détecter le site sur lequel on se trouve et de juger son niveau de fiabilité.

Le code couleur rouge correspond à un site diffusant des fake news :



Le code couleur bleu correspond aux sites satiriques :



Beaucoup de journaux ont aujourd'hui leur service de fact-checking :

- Libération avec [CheckNews](#)
- L'AFP avec [AFP Factuel](#)
- 20 minutes avec [Fake Off](#)

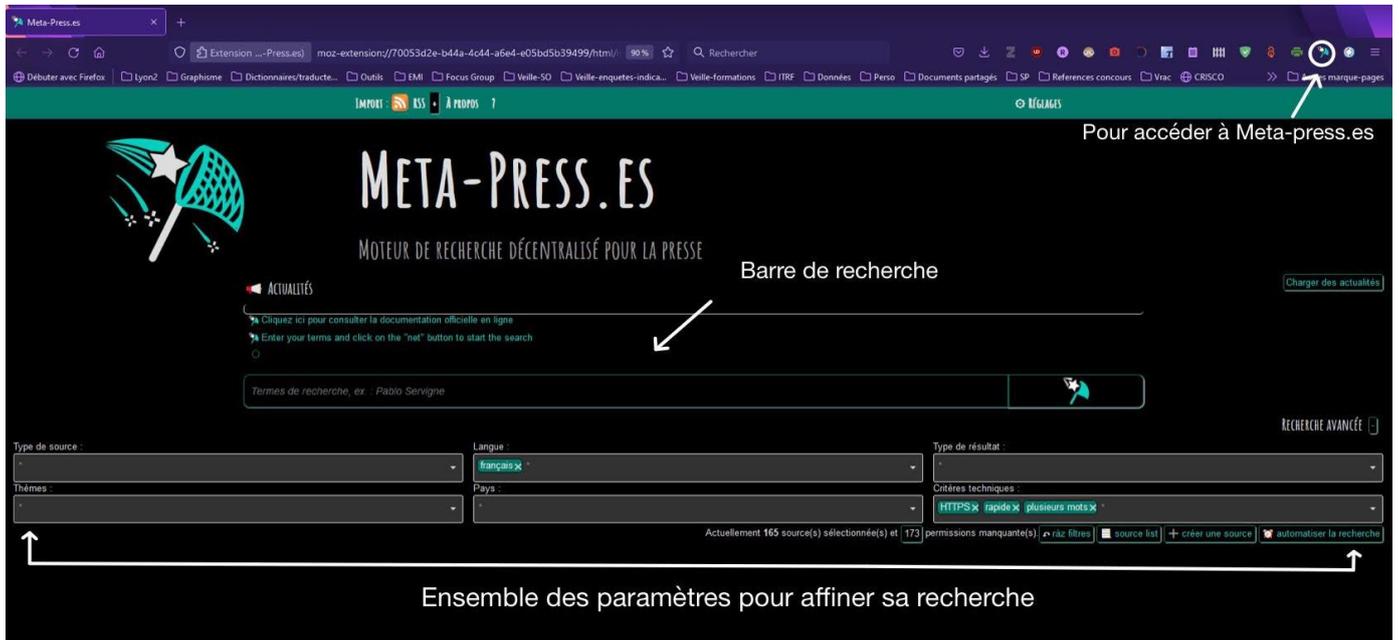
## Une autre manière de s'informer avec Meta-Press.Es

Meta-press.es peut être installé sur son navigateur (uniquement Firefox). Il permet de faire des recherches dans une grande variété de journaux. Le but est de ne pas avoir d'intermédiaire entre la presse et le lecteur, c'est un « moteur de recherche décentralisé pour la presse ». L'idée est de contrer les GAFAM et les logiques d'algorithmes qui nous enferment dans des bulles informationnelles.

**1. Installez l'extension Meta-press.e** : en faisant une recherche dans un moteur de recherche « extension meta-press.es » ou en cherchant directement dans les paramètres d'extension Firefox

Votre extension apparaît ensuite en haut à droite de votre écran, il ne vous reste qu'à cliquer sur le logo pour y accéder. 

**2. Faire une recherche dans Meta-press.es** : une fois installée, vous pouvez faire votre recherche comme dans un moteur de recherche classique. Vous pouvez également affiner votre recherche par le type de source, la langue, les thèmes, etc.



**3. Les résultats de recherche** : les résultats s'affichent en dessous de la barre de recherche, vous pouvez ensuite trier les journaux que vous désirez voir apparaître à droite de l'écran.

## L'outil le plus complet, InVid-WeVerify

Cette extension peut être installée sur le navigateur Google Chrome. Cet outil a initialement été créé pour les journalistes. C'est une boîte à outils où tout est disponible au même endroit : analyse de vidéos, analyse d'image, analyse de données Twitter, etc.

Pour vous former à cet outil, vous pouvez vous jouer à [ce serious game](#) réalisé par les créateurs de l'extension.