



nouvelle  
version 2021



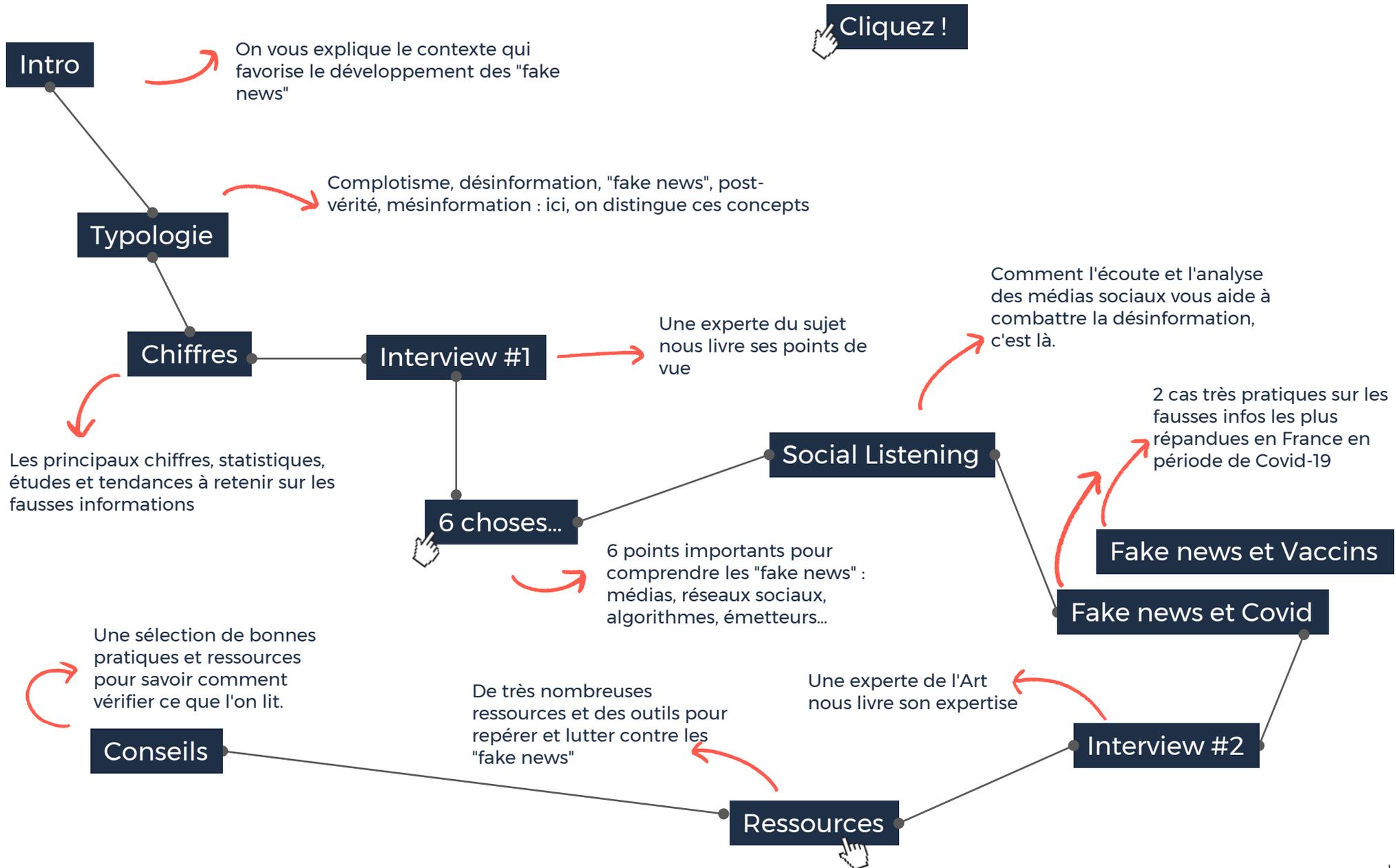
GUIDE

## "Fake News"

Comment détecter et  
lutter contre la  
désinformation sur les  
médias sociaux



# Comment utiliser ce guide ?



# Sommaire

<a href="#">Introduction</a>	7
Un contexte de défiance généralisé envers les médias et les institutions, propice aux "fake news". Les facteurs favorisant la diffusion et l'adhésion	
<a href="#">I. Typologie et définition des fake news</a>	13
<a href="#">II. Les fake news en faits et chiffres</a>	18
<a href="#">Interview experte #1</a>	27
<a href="#">III. 6 choses à savoir pour comprendre les "fake news" et les combattre</a>	31
<a href="#">IV. Le social media listening au service de la détection des fake news</a>	44
<a href="#">V. Covid, Vaccins : les fake news les plus répandues sur les médias sociaux en France</a>	50
<a href="#">Interview experte #2</a>	61
<a href="#">VI. Ressources pour cerner et lutter contre les "fake news"</a>	65
A. Ressources	
1. Les services web dédiés au fact-checking	
2. Les émissions TV, vidéo, radio et rubriques web	
B. Outils de recherche et de vérification	
<a href="#">VII. Vérifier une information : Bonnes pratiques</a>	77
A. Méthodologies et conseils	
B. La check-list	
<a href="#">Auteurs et Ressources</a>	81



# A propos de Digimind

## Veille et Social Media Listening

Fondée en 1998, Digimind est un leader des solutions logicielles de Social Media Intelligence et de veille stratégique. La technologie Digimind, dédiée aux marques et agences, transforme les données du web en business insights, permettant la construction et le pilotage des opérations marketing. Digimind a développé une **plateforme de veille, d'écoute et d'analyse du web et des médias sociaux** ainsi qu'un **moteur de recherche de conversations social media**.

Basée à Paris, New York, Singapour et Rabat, Digimind accompagne aujourd'hui plus de 600 clients dans le monde, tels que Roche, Sony, Mc Cann, ou encore Lexus. Elle les aide à engager des démarches "insights-driven" et à accélérer leur transformation digitale.

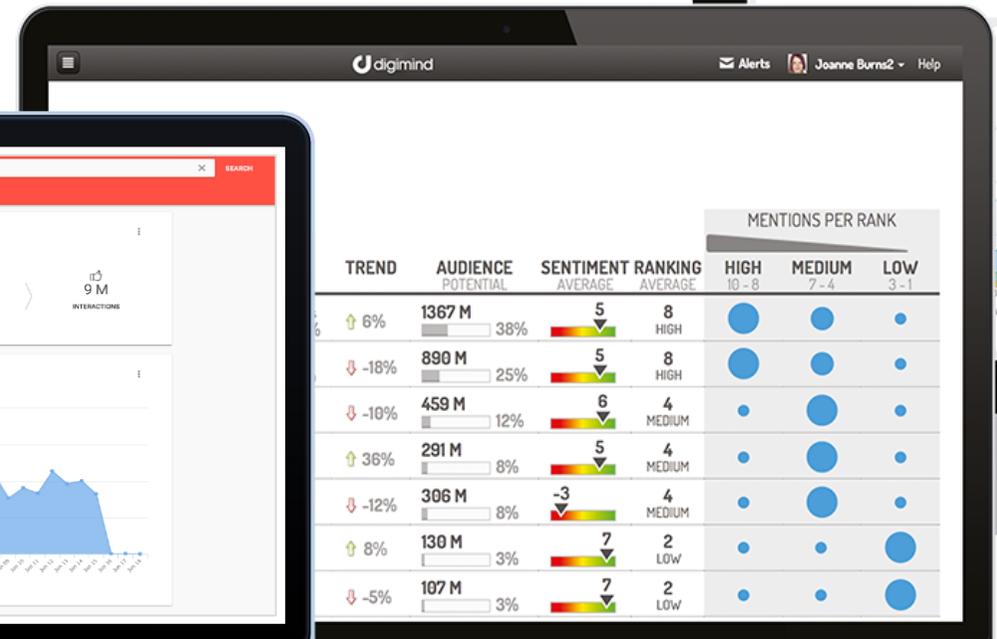
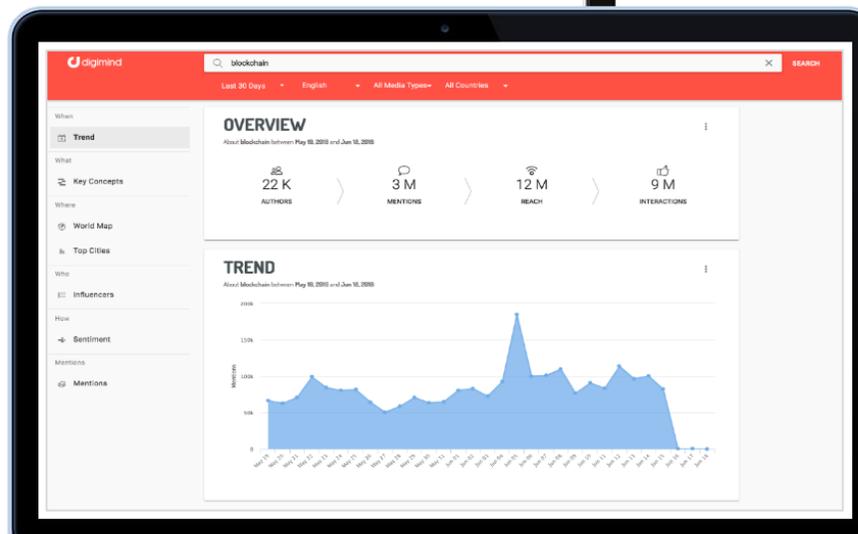
Plus d'infos sur [www.digimind.com/fr](http://www.digimind.com/fr)

Plus de ressources (Livres blancs, études, infographies) sur <http://digimind.com/fr/resources/>

Envie d'en savoir plus sur Digimind et ses outils d'écoute et d'analyse des médias sociaux ?

Contactez-nous :

[contact@digimind.com](mailto:contact@digimind.com)





# A propos de Digimind

## Digimind CONSULTING

Le service Digimind CONSULTING est constitué d'une **équipe de consultants, spécialistes** de la veille et des médias sociaux, qui vous aident à la prise en main de la solution logicielle et à son bon déploiement au sein de votre organisation. Interlocuteur privilégié, à votre écoute, elle/il vous partage les bonnes pratiques en ayant en ligne de mire votre objectif de veille.

**Véritables coachs**, nos consultants vous permettent d'obtenir rapidement les informations stratégiques, vous aident à piloter votre activité de veille via des KPIs clairs et efficaces.

### Aide à la prise en main

Coaching sur l'affinage, les bonnes pratiques

### Workshops

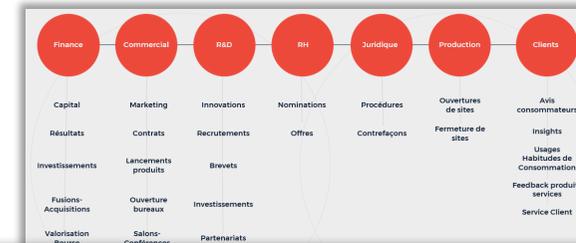
Ateliers collaboratifs dédiés à une problématique de veille

### Aide à la conduite du changement

Plan d'accompagnement, webinars, questionnaires de satisfaction

Contactez-nous :

[consulting@digimind.com](mailto:consulting@digimind.com)



## Digimind INSIGHTS Lab

Le service Digimind INSIGHTS est constitué d'une **équipe d'analystes multilingues**, spécialistes de la veille et des médias sociaux, qui réalise pour vous la sélection et qualification de contenus, des rapports d'analyse, newsletters et audits sur-mesure et adaptés à vos besoins sectoriels.

**De l'étude ponctuelle à l'analyse en continu**, nos analystes mettent en œuvre leur expertise au service de vos enjeux stratégiques.

### Dashboards

Informations mises à jour en temps réel

### Alertes sujets sensibles

Contenus sensibles, crises

### Ecoute & qualification

Tonalités, thèmes, émetteurs

### Analyses synthèses et recommandations

Rapports, audits, notes de synthèses sur mesure, hebdomadaire ou mensuelles

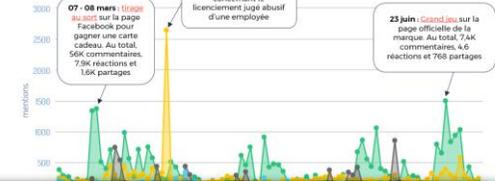
Contactez-nous :

[insights@digimind.com](mailto:insights@digimind.com)

[www.digimind.com](http://www.digimind.com)

### ANALYSE GLOBALE

Evolution des mentions



### Recommendations

- 1 Create partnership, like Magimix, with major influencers to promote the I-companion
- 2 Post more about the I-Companion to increase its visibility and community interaction
- 3 Posting recipes relating to the top trends identified on social media

### Synthesis CAR #1



# Introduction



# Introduction 1/6

**Un contexte de défiance généralisée envers les médias et les institutions, propice aux “fake news”.**

La pandémie et la crise sanitaire actuelle s'accompagnent d'une épidémie de fausses informations sur le virus, les traitements, les statistiques, les vaccins...que l'ONU a qualifié d'Infodémie (1). Si le phénomène a pris une ampleur inégalée avec cette crise, cette multiplication des “fake news” s'est enclenchée bien avant, compte tenu **de facteurs qui les ont favorisés.**

A l'extrême, certaines “fake news” peuvent tuer : Environ 800 personnes sont mortes suite à une fausse information selon laquelle la consommation d'alcool hautement concentré peut désinfecter le corps et tuer le virus”, diffusée au premier trimestre 2020 (2).



**La France fait partie des pays qui font le moins confiance aux institutions (ONGs, entreprises, gouvernement et médias)**

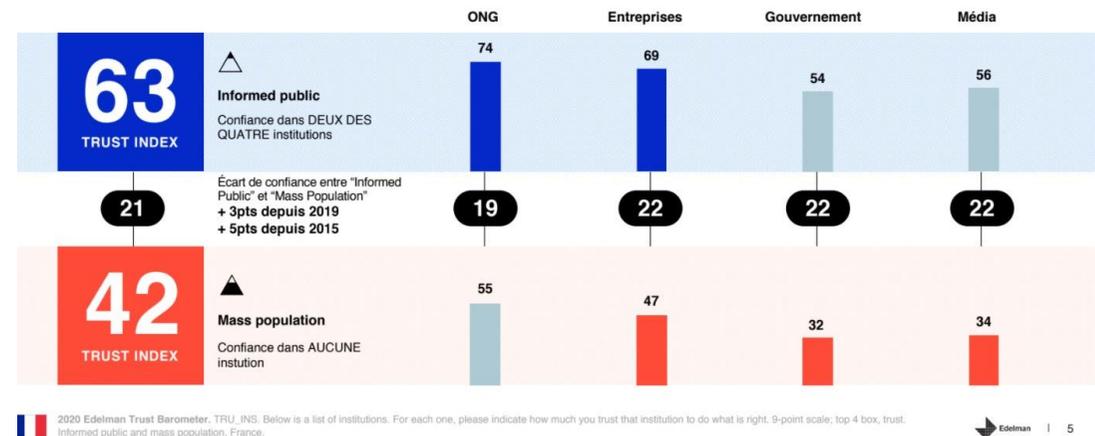
Dans le monde, la France fait partie des **pays qui font le moins confiance** aux institutions (ONGs, entreprises, gouvernement et médias) (3).

La confiance des Français dans les quatre institutions se maintient à un faible niveau : elle gagne toutefois juste 3 points entre 2020 et 2021 en passant de **45 % à 48 %**. Les médias (37% de confiance) et le gouvernement (35%) sont les institutions qui suscitaient le plus de défiance en 2020.

Mais la vision des institutions est très différente selon les Français : Un “public le plus informé”, une “élite” qui affiche un taux de confiance de **63 % envers les institutions** et la “Mass Population” qui exprime une réelle défiance (seulement **42 % de confiance**). ↓

## UNE STABILITÉ QUI CACHE UN « FOSSÉ » DE CONFIANCE PARMIS LES PLUS ÉLEVÉS DANS LE MONDE

Niveau de confiance en France



1. UN tackles 'infodemic' of misinformation and cybercrime in COVID-19 crisis

<https://www.un.org/en/un-coronavirus-communications-team/un-tackling-%E2%80%98infodemic%E2%80%99-misinformation-and-cybercrime-covid-19>

2. "Hundreds dead" because of Covid-19 misinformation <https://www.bbc.com/news/world-53755067>

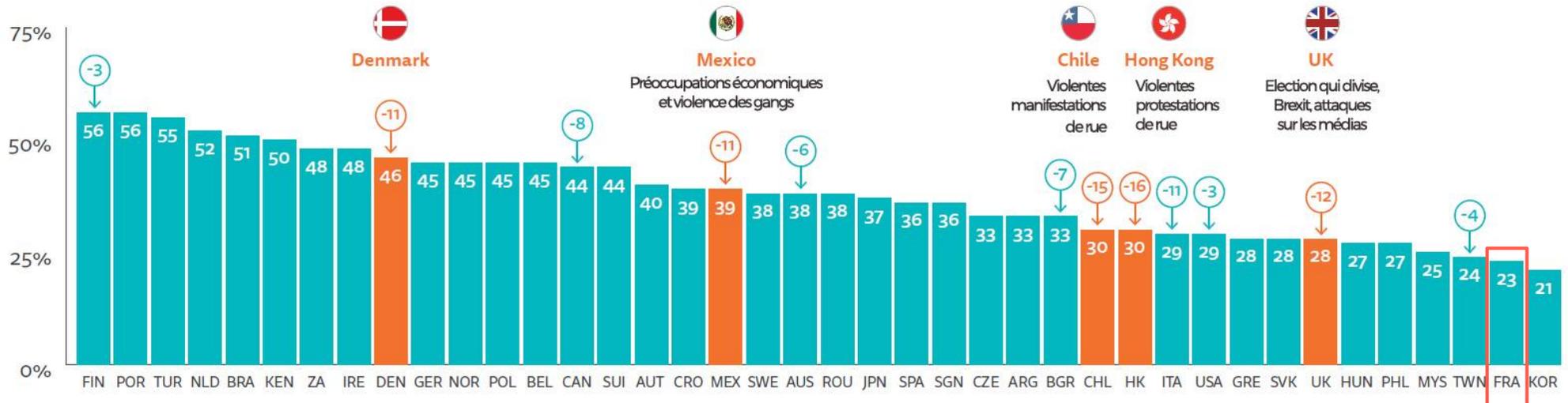
3. Edelman Trust Barometer 2020 et 2021. France et Monde



# Introduction 2/6

## Une très faible confiance dans les médias d'actualité en France

La proportion de personnes qui font globalement confiance aux médias d'actualité en France est **la plus basse** (23%, -1 par rapport à l'année dernière) en Europe et **l'avant dernière dans le monde** (devant la Corée du sud, 21%). Tandis que les médias publics comme FranceTélévisions et FranceInfo sont estimés comme les plus fiables, BFM TV affiche un fort niveau de défiance (34%) (1)



**Proportion de la population qui pense pouvoir faire confiance à l'actualité la plupart du temps** (Reuters Institute for the Study of Journalism)

Dans le monde, la confiance globale dans l'actualité a baissé de 4% par rapport à l'année dernière pour atteindre 38%.

Côté supports, 48% des français ont confiance dans les informations relatées dans le journal (+2 / 2020).

C'est même **42% pour la télévision** seulement. La radio reste le média avec le plus fort taux de confiance avec 52% (+2 / 2020).

1. Reuters Institute for the Study of Journalism / Digital News Report 2020

# Introduction 3/6

## Une confiance envers l'information délivrée par les proches supérieure à celle des médias

26% des Français font davantage confiance à une information délivrée par l'un de leurs proches (1) à celle fournie par les médias.

**26%** font davantage confiance à une information délivrée par leurs **proches.**



65% d'entre eux pensent même que ces informations des proches sont intéressantes, alors qu'ils ne sont que 46% à juger pertinentes celles délivrées par les médias audiovisuels et la presse écrite.

" Alors qu'il n'a jamais été aussi facile d'accéder à l'information, où qu'elle soit dans le monde, ce sont finalement les règles de la proximité qui s'appliquent, comme si seul le bouche à oreille, au sens propre, pouvait inspirer confiance ...]. Curieusement, personne ne se demande **comment ces « relations personnelles » s'informent elles-mêmes...** » analyse Yves Bardou, Ipsos France.

**65%** pensent que ces informations de proches sont **intéressantes**



vs **46%** à juger **pertinentes** celles délivrées dans la presse, la télévision & la radio



Une statistique jugée inquiétante lorsque l'on sait que c'est, entre autres, ce mode de pensée qui sous-tend la diffusion en masse des fausses informations sur les réseaux sociaux selon le principe "je m'informe par moi-même auprès de mes propres sources".

1. Ipsos Global Advisor 27 pays - Information et confiance - juillet 2019

# Introduction 4/6

## Une confiance faible envers l'information sur internet mais un canal de plus en plus utilisé par les plus jeunes

La radio reste donc le média avec le plus fort taux de confiance (52%). Toutefois la confiance envers les médias traditionnels a légèrement augmenté (+2% pour la presse écrite et + 2% pour la télévision par rapport à l'année dernière); et la confiance dans les informations publiées sur internet, du fait du discrédit envers les réseaux sociaux **est de 28% mais connaît une forte évolution (+5/2020) (1)**.

Et c'est là le paradoxe et l'un des "nœuds" du problème : **si l'internet est le média qui suscite la confiance la plus faible, les nouvelles générations s'informent de plus en plus par ce biais**, nous le verrons ensuite.

En tant que media d'information, internet recueille le plus faible taux de confiance : 28%

### Qui sont ces Français sceptiques face aux médias ?

YouGov a réalisé une étude sur ces profils de Français qui ne font plus confiance aux médias (2). 50% de ces personnes sont des hommes de plus de 35 ans, 17% déclarent qu'aucun canal de communication n'attire leur attention, 14% déclarent ne pas regarder la télévision. **52% utilisent internet comme source principale d'information**. 20% sont diplômés du second ou troisième cycle universitaire. Ils lisent significativement plus (que la moyenne des Français) Marianne, Valeurs Actuelles ou Le Canard Enchaîné.

1. Baromètre Kantar Public- Onepoint pour La Croix - janvier 2021
2. Enquête YouGov : ces Français sceptiques face aux médias

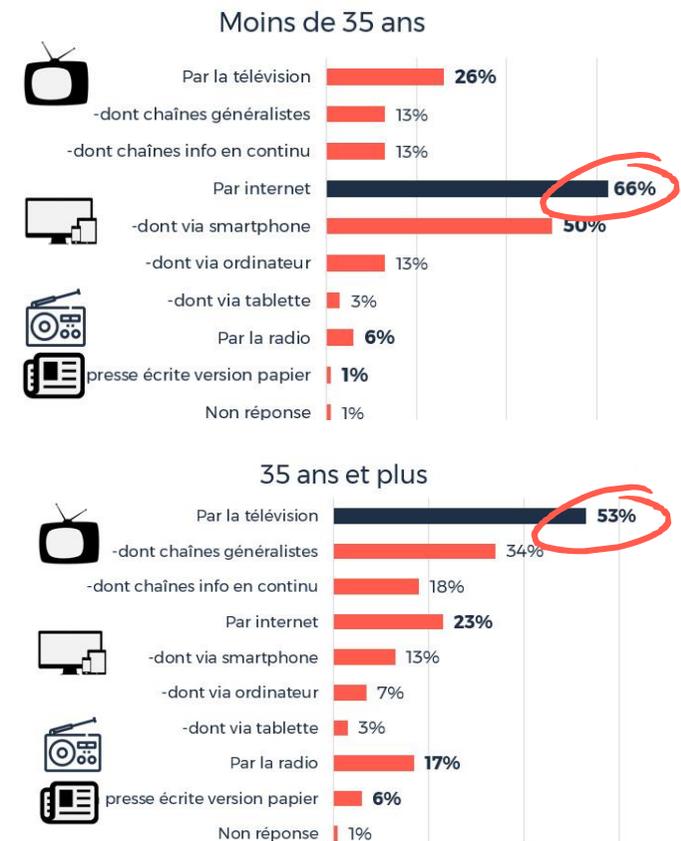
### Des usages d'accès à l'information très différents selon l'âge

Si les Français continuent d'accéder prioritairement à l'information par la télévision (46%) et internet (34%), on observe une rupture très nette : entre **les moins de 35 ans** qui s'informent majoritairement via internet (66%, +5 / 2020) et les **plus de 35 ans** pour qui la télévision reste le premier moyen d'information (53%, moins 3 points /2021).

L'écart était encore plus grand chez les 18-24 ans qui s'informent à 75% par internet **en 2020** (1).

1. Baromètres Kantar Sofres et Kantar Public Onepoint pour La Croix - janvier 2020 et janvier 2021

*En général, par quel moyen êtes-vous d'abord informé de l'actualité nationale ou internationale ?*



# Introduction 5/6

## Les réseaux sociaux gagnent sans cesse du terrain comme source d'accès à l'information

Les médias traditionnels, et plus particulièrement la télévision, sont de moins en moins des références en matière d'information. C'est ce que nous explique le Baromètre Kantar-La Croix sur la confiance dans les médias (1).

C'est particulièrement vrai chez les jeunes de 18-24 ans, qui s'informent à 18 % par la télévision et à **75 % par Internet, en privilégiant les réseaux sociaux** (40 % des usages sur Internet des moins de 35 ans, 45% pour les 18-24 ans).

### Quels réseaux sociaux sont utilisés pour accéder à l'information ?

En France, **Facebook arrive en tête** des médias sociaux utilisés comme source d'information pour l'actualité (2) avec **43% d'utilisation**, devant YouTube (23%) et Facebook Messenger (12%). A noter que Instagram et WhatsApp progressent tous deux comme source d'accès à l'information avec 9% (+1 par rapport à l'année dernière). Signalons enfin que 4 des médias sociaux les plus utilisés pour accéder à l'information appartiennent au Groupe Facebook.

### TOP SOCIAL MEDIA AND MESSAGING

Rank	Brand	For News	For All	Rank	Brand	For News	For All
 1	Facebook	43% (-3)	63%	 4	Twitter	9% (-)	16%
 2	YouTube	23% (-1)	54%	 5	Instagram	9% (+1)	27%
 3	Facebook Messenger	12% (-1)	39%	 6	WhatsApp	9% (+1)	28%

**Les médias sociaux utilisés pour accéder à l'information, en France** - Reuters Institute for the Study of Journalism

1. Baromètre Kantar Sofres pour La Croix - janvier 2020  
 2. Reuters Institute for the Study of Journalism / Digital News Report 2020

# Introduction 6/6

## Fake News : les facteurs propices à la diffusion et à l'adhésion

Quels sont les facteurs propices à la diffusion de fausses information et à une adhésion fréquente par la population ? Voici une synthèse en termes de profils des récepteurs-rediffuseurs et de nature des informations.

### Profils des récepteurs - rediffuseurs de l'information

- Sur confiance dans son jugement
- Défiance envers les autorités
- Défiance envers les médias
- Défiance et remise en cause de la science
- Défiance envers certaines entreprise multinationales
- Fracture marqués avec les "élites"
- Sentiment de manipulation et/ou de faiblesse

### Nature de l'information

- Confusion entre opinions, éditoriaux et faits vérifiés dans certains médias.
- « Cacophonie » : multiplicité de prises de positions et d'avis scientifiques et politiques
- Actions gouvernementales : Revirements, ajustements et complexité, mauvaise communication
- Recherche de boucs émissaires
- Complexité des faits : absence d'information ou absence d'information aisément accessible et compréhensible
- Fausses informations suscitant la peur, l'inquiétude, la colère ou le dégoût.

Sur la base d'analyse de 92 400 messages d'internautes adhérents à des fake news liées à la crise Covid – octobre-décembre 2020 – via Digimind Social

# Typologie (et définitions) des "fake news"



# Typologie des "fake news" 1/4

“

*Les fake news sont de fausses informations fabriquées et diffusées volontairement sur internet dans le but d'induire en erreur*  
(Ifop)

”

A propos de désinformation, on parle souvent de "fake news" (infox en français, mot valise dérivé de "information" et "intox"). L'expression a été malheureusement galvaudée et usée jusqu'à la corde par Donald Trump ("fake news media") et ne reflète pas toute la réalité de l'univers, en expansion, des fausses informations.

## **Extension du domaine des fake news**

Les fakes news peuvent en effet prendre différentes formes : Ce sont souvent de fausses actualités relayées en articles, billets, images ou vidéos par un organe spécialisé dans les fake news, mais, de plus en plus souvent, elles sont produites par des particuliers, militants ou non, organisés en communautés ou isolés.

La réalité est toutefois plus complexe que la création complète d'une fausse nouvelle : La fake news la plus nocive, car plus crédible, se développe souvent via la transformation de faits connus, dans les phares de l'actualité, par déformation, simplification à outrance ou troncage : une vidéo amputée de certains passages, des données mises sous silence ou encore des informations complexes trop schématisées ou simplifiées.

S'ajoute à cela de multiples sites et comptes sociaux parodiques, diffusant de l'information volontairement fausse dans une démarche humoristique, ou de déstabilisation sous couvert d'humour. Ce sont par exemple de faux comptes de personnalités politiques ou de faux organes de presse ou sites d'actualités.

**Tentons une typologie pour y voir plus clair.**



# Typologie des "fake news" 2/4

## La désinformation

C'est la création intentionnelle, en pleine conscience et le partage **délibérés** d'informations fausses afin de tromper une ou plusieurs personnes. Souvent dans un but d'influence et de manipulation de l'opinion.

Exemple : en 2016, lors de la campagne pour l'élection américaine, de nombreux sites ainsi que Facebook et Twitter ont diffusé l'information prétendant que "Hillary Clinton était gravement malade", exploitant sa santé fragile d'alors.

## La mésinformation

Partage involontaire de fausses informations, erronées ou obsolètes par erreur, par manque de vigilance, de rigueur, de connaissance sur le sujet  
Exemple : de nombreux internautes ont partagé en toute bonne foi l'information selon laquelle l'application *StopCovid* (version précédente TousAnticovid) permettait de vous géolocaliser et était installée d'office sur votre smartphone.

## La manipulation par décontextualisation

Il s'agit ici d'informations largement déformées, construites à partir de segments d'informations réelles mais diffusées dans un autre contexte. Cela peut-être une information réécrite, une image tronquée, une vidéo ancienne légendée avec une fausse information. Si le créateur initial a sciemment conscience de sa manipulation, les internautes peuvent relayer ensuite l'information en toute bonne foi pensant celle-ci authentique

Objectif : Faire passer un message politique, une opinion, rallier des personnes à une cause, à une idée

Exemple : diffuser une photo de la foule à l'investiture de Barack Obama en 2009 en prétendant que c'est l'audience de l'investiture de Donald Trump en 2017.

## Les fausses informations ou infox

Ce que l'on désigne souvent par le terme **"fake news"** C'est une information volontairement trompeuse fabriquée par une personne, ou un groupe, sur des faits ou des données qui n'existent pas en l'état. Elle est inventée de toutes pièces, souvent inspirée par des situations possibles (mais pas des faits), parfois élaborée à partir de l'agrégation de faits et données qui n'ont pas de rapport entre elles.

Objectif : Induire en erreur, Faire passer une idée, une opinion, un discours politique, économique pour justifier un point de vue, nuire à une personne, une organisation ou s'opposer à des idées.

Exemples :

-Donald Trump affirmant en novembre 2020 que les élections américaines ont été truquées grâce à de faux votes par correspondance.

-Les ondes 5G sont responsables de la pandémie de Covid-19



# Typologie des "fake news" 3/4

## Les théories du complot, complotisme

Désigne les thèses qui affirment qu'un groupe de personnes puissantes, secrètes et occultes manipulent le monde entier, des pays ou des événements, diffusées par les courants conspirationnistes.

La théorie du complot, dans ses documents et vidéos, fait souvent appel à une mise en scène et musique dramatisantes, à l'accumulation d'arguments souvent invérifiables («millefeuille argumentatif»), des coupables désignés de manière explicite/implicite, des questionnements récurrents du spectateur pour installer le doute (1).

Exemples : -L'épidémie de Coronavirus créé intentionnellement par les gouvernements pour décimer les populations les plus pauvres

-Le président des États-Unis aurait lui-même organisé les attentats du 11 septembre 2001



## Les pseudo sciences (fake science)

Discipline puis arguments présentés sous des apparences scientifiques ou « faussement attribué[e] à la science », mais qui n'en a pas la démarche, ni la reconnaissance. Ou de manière incomplète. Elle se situe en opposition à la science (2).

Objectif : s'attribuer le crédit, la légitimité et la reconnaissance de la science, des scientifiques.

Exemple : un laboratoire pharmaceutique annonce que son nouveau produit est efficace dans 25 % des cas, en omettant de rappeler qu'un placebo parvient au même résultat.

Exemple de site : <http://protegetasante.net/ce-medecin-revele-le-secret-derriere-le-cancer-le-cancer-nest-pas-une-maladie-mais-il-est-simplement-le-resultat-dune-carence-en-cette-vitamine/>

## Le clickbait

Le clickbait désigne des titres délibérément trompeurs, accrocheurs concernant des faits inventés ou largement déformés afin d'attirer le lecteur sur un article dont le contenu ne correspond pas à la promesse du titre.

Objectif : générer de l'audience et du clic sur les publicités d'où le terme "clickbait" ("putàclit").

Exemple : <https://www.buzzfeed.com/> <https://www.demotivateur.fr/>. Mais les titres clickbait peuvent être aussi présents dans la presse plus "conventionnelle".

1. Lionel Vighier, professeur de lettres dans l'académie de Versailles, in Clemi : Déconstruire les théories conspirationnistes

2. Wikipedia

# Typologie des "fake news" 4/4

## Les parodies et informations satiriques

Ici, l'information imaginée est créée dans un but humoristique. Là encore, elle peut être inventée de toute pièce ou fortement inspirée de la réalité, à partir de débats et controverses actuels. A priori inoffensives, on ne compte plus les internautes, anonymes ou célébrités qui se sont fait piégés par ce type d'information très virale sur les réseaux sociaux, perçue comme une information réelle.

Objectif : faire sourire, rire et réfléchir

Exemple : -*Seuls 6 enfants ont été oubliés sur les aires d'autoroutes le week-end de la Toussaint,*

-*Donald Trump va demander l'asile politique à l'Iran* (LeGorafi) (1)

Le journal 20 Minutes a recensé les principaux sites parodiques en France.

<https://www.20minutes.fr/high-tech/2070567-20180222-fake-news-lol-rumeurs-tour-horizon-sites-parodiques-amusent-internautes>

## La post-vérité

Selon l'Oxford Dictionary, la post-vérité ('post-truth) désigne les « circonstances dans lesquelles les faits objectifs ont moins d'influence sur l'opinion publique que ceux qui font appel à l'émotion ou aux croyances personnelles ». (2)

Objectifs : justifier un discours ou des actions politiques, militaires, rallier une audience à sa cause.

Exemple : les fausses preuves d'armes de destruction massive ayant servi de justification à l'intervention américaine en Irak en 2003, notamment via la déclaration de Colin Powell (général et secrétaire d'Etat américain) en février 2003 à l'ONU, où il apporte des preuves (en fait fabriquées) de la production d'armes de destruction massive par l'Irak.

1. [https://twitter.com/le\\_gorafi/](https://twitter.com/le_gorafi/)

2. In Le Monde , Les Décodeurs - Lexique de la crise de l'information

## Les faits alternatifs

Ce terme a été popularisé par Kellyanne Conway en janvier 2017, alors conseillère à la Maison Blanche de Donald Trump : il désigne une **réinterprétation de faits objectifs**. Elle utilise ce terme pour qualifier les propos de Sean Spicer, porte parole de la Maison Blanche qui avait déclaré, à tort : " la cérémonie d'investiture du président Trump [a attiré] la plus grande audience à avoir assisté à une investiture". Toutes les données objectives disponibles ont démontré que ses affirmations étaient fausses.



Investiture de Donald Trump - janvier 2017 - Wikimedia Commons

# Les "fake news" en faits et chiffres

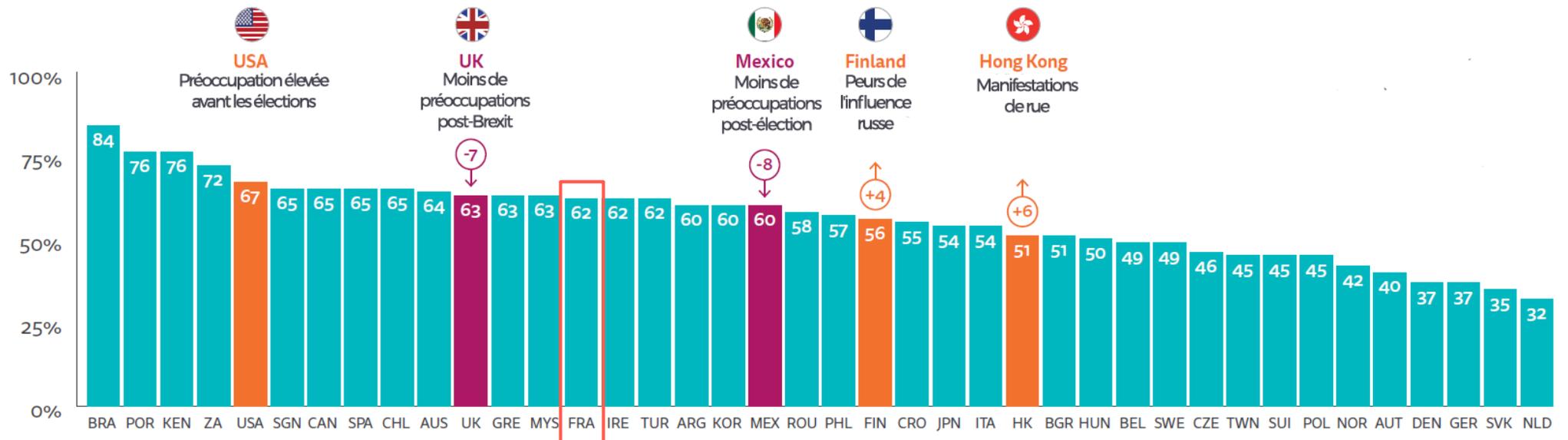


# "Fake news" : faits+chiffres 1/8

## Les "fake news" dans le monde



Sur 40 pays étudiés dans le monde, plus de la moitié des personnes interrogées (56%) se dit préoccupée par ce qui est réel et faux dans les informations sur Internet en ce qui concerne les informations. La France se situe à un niveau de préoccupation **plus élevé que la moyenne : 62%**. L'inquiétude a tendance à être la plus forte dans certains pays comme le Brésil (84%), le Kenya (76%) et l'Afrique du Sud (72%) où l'utilisation des médias sociaux est élevée et les institutions traditionnelles sont souvent plus faibles (1).



**Proportion de la population préoccupée par ce qui est réel / ce qui est faux sur internet quand il s'agit d'information**  
(Reuters Institute for the Study of Journalism)

1. Reuters Institute for the Study of Journalism / Digital News Report 2020

# "Fake news" : faits+chiffres 2/8

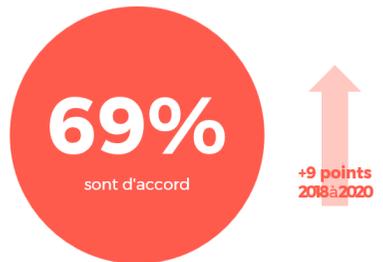
## Les "fake news" en France



En France, on observe une véritable défiance face à l'information et aux médias. Ainsi, **52% des Français** sont d'accord pour dire que les médias qu'ils utilisent sont « contaminés par des informations non fiables » tandis que 69 % ont « peur que de fausses informations soient utilisées comme une arme » (soit un chiffre en hausse de 9 points entre 2018 et 2020). (1)

Les média que j'utilise  
sont contaminés par  
**des informations non fiables**

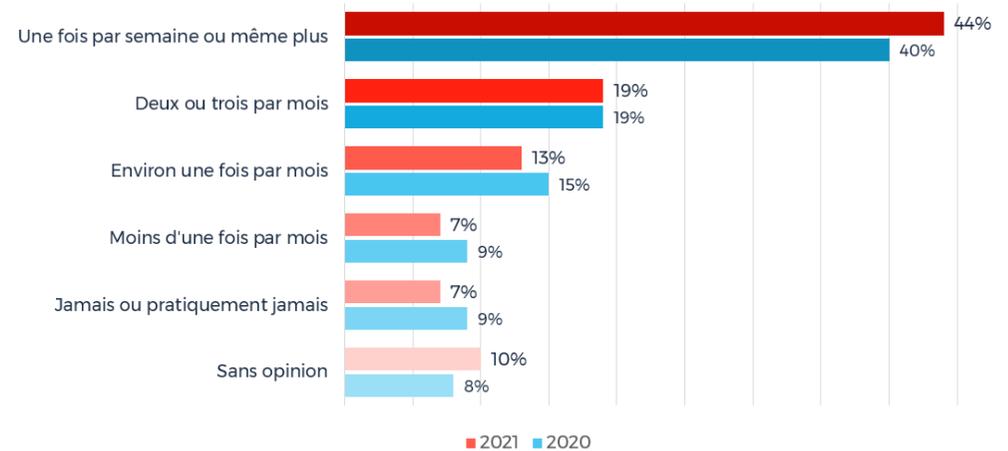
J'ai peur de que fausses informations  
ne soient  
**utilisées comme une arme**



**Une défiance face à l'information et aux médias en France**  
- Edelman Trust Barometer

Les Français sont **83% à considérer** avoir déjà été exposés à des "fake news" (des informations qui déforment la réalité ou qui sont même fausses), dont 44% une fois par semaine ou plus (+4/2020) et 19% 2 à 3 fois par mois (2).

*A quelle fréquence diriez-vous que vous êtes  
confrontés à des informations qui déforment la  
réalité ou qui sont même fausses ?*



**Confrontation des Français aux "fake news" 2020-2021**  
- Baromètres Kantar Sofres et Kantar Onepoint pour La Croix

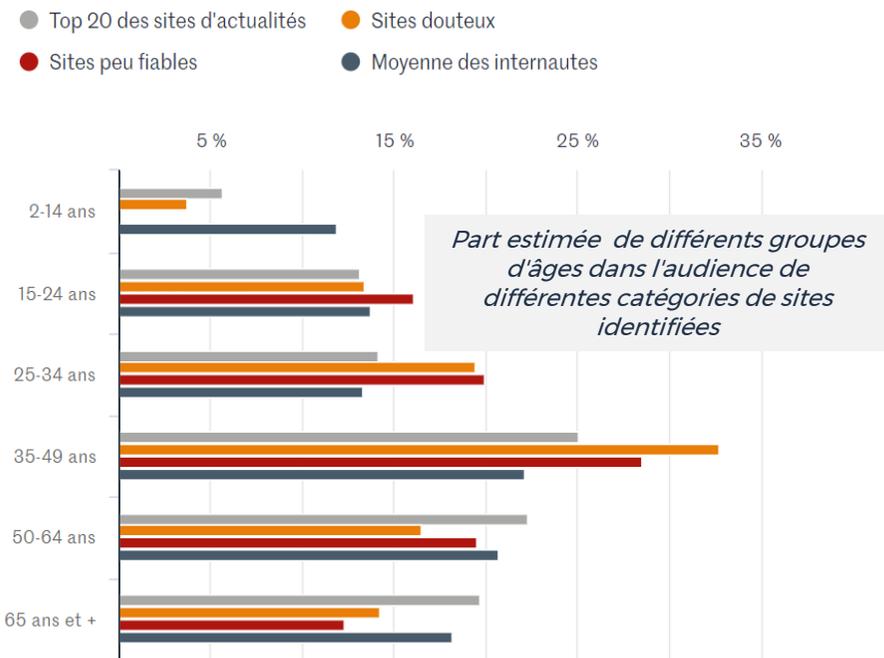
1. Edelman Trust Barometer 2020. Trust in France  
2. Baromètres Kantar Sofres-Kantar Onepoint pour La Croix - janvier 2020 et janvier 2021

# "Fake news" : faits+chiffres 3/8

## Qui sont les Français les plus exposés aux "fake news" ?

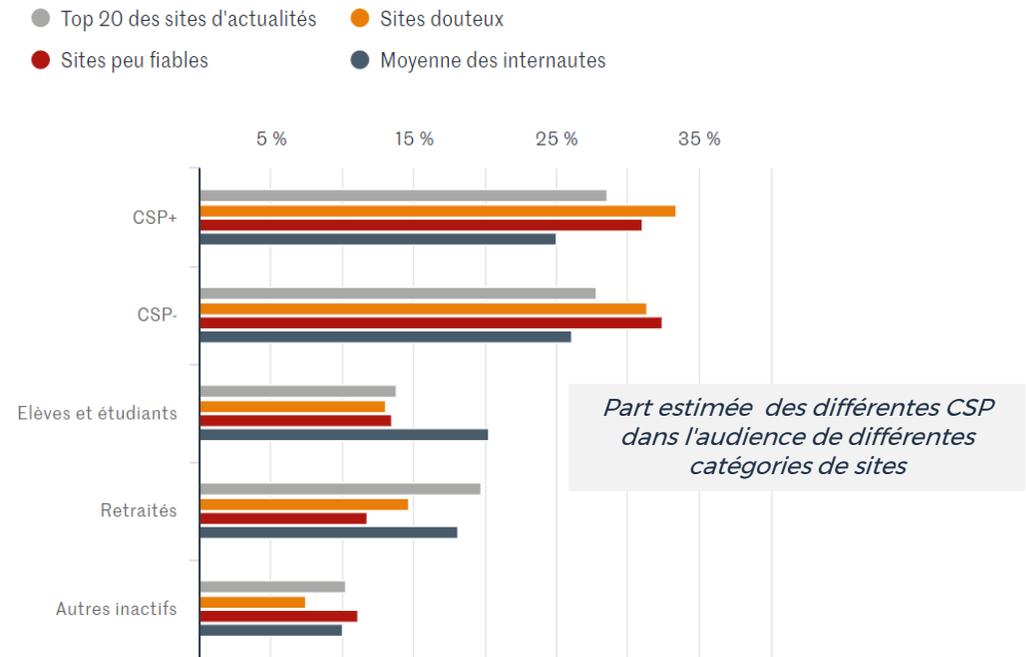


Une analyse (1) réalisée avec la liste des sites douteux et peu fiables du Décodex (par l'équipe de fact checkers des Décodeurs- Le Monde) et les données d'audience de Médiamétrie montre que la tranche des **35-49 ans est sur-représentée parmi les visiteurs de sites classés « rouge » et « orange »** dans le Décodex (2).



**Les 35-49 ans sur-représentés dans l'audience des sites peu fiables**  
 Etude sur les consommateurs de sites d'information peu fiables.  
 Le Monde, Décodex avec données d'audience de Mediametrie//NetRatings.

Par ailleurs, les CSP+ (les cadres, dirigeants, professions libérales, enseignants) **sont plus nombreuses** que les autres catégories dans le lectorat des sources peu fiables et douteuses.



**Les "CSP+" ne sont pas moins lectrices de sites peu fiables que les autres**

1. Analyse Décodex (Le Monde) avec données Médiamétrie [https://www.lemonde.fr/le-blog-du-decodex/article/2020/08/04/la-desinformation-ne-touche-pas-seulement-les-jeunes-et-les-personnes-peu-diplomees\\_6048109\\_5095029.html](https://www.lemonde.fr/le-blog-du-decodex/article/2020/08/04/la-desinformation-ne-touche-pas-seulement-les-jeunes-et-les-personnes-peu-diplomees_6048109_5095029.html)
2. L'annuaire des sources du Décodex [https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/23/l-annuaire-des-sources-du-decodex-mode-d-emploi\\_5067719\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/23/l-annuaire-des-sources-du-decodex-mode-d-emploi_5067719_4355770.html)

# "Fake news" : faits+chiffres 4/8

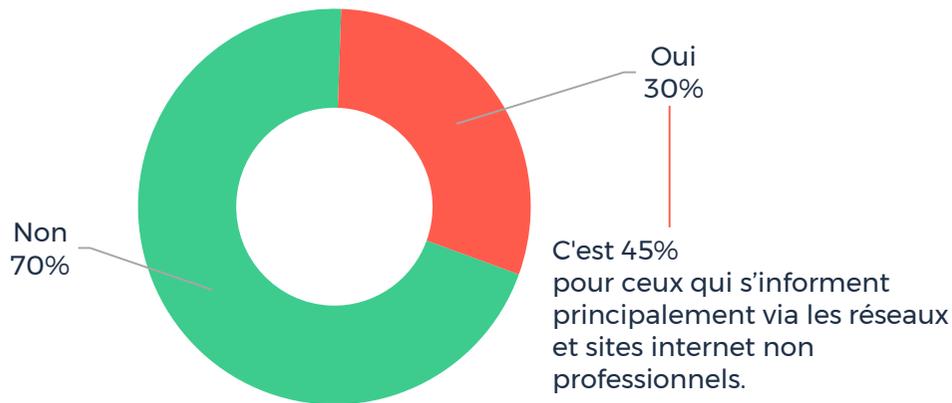
## Les Français face aux "fake news"



**30% des Français reconnaissent relayer des « fake news ».** Mais la part atteint **45% pour ceux qui s'informent principalement via les réseaux sociaux** et sites internet non professionnels (1).

Cette tendance semble structurelle et non conjoncturelle, puisque ce résultat est stable dans le temps avec 31% qui reconnaissent déjà relayer des fake news l'année précédente...

Mais la proportion de français relayant les fake news est **ici sous-estimée** car il faut être lucide, honnête et reconnaître son erreur pour pouvoir déclarer avoir déjà relayé des fake news.



Part des Français qui déclarent avoir déjà relayé une "fake news"

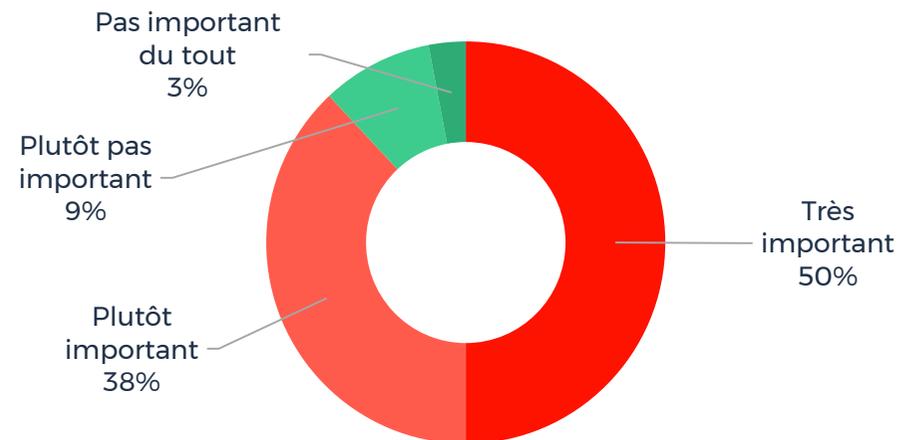
- Odoxa

Les « fake news » constituent un problème important pour **88% des Français** voire très important pour 50% d'entre eux. Cette tendance s'accroît de façon exponentielle car on observe une évolution de **+17 points en un an**.

*Pensez-vous que les « fake news, c'est-à-dire les fausses nouvelles, constituent actuellement un problème...*

Total important : 88% (+17%)

Total pas important : 12%



L'importance du problème des "fake news" pour les Français

- Odoxa

1. Odoxa - Les Français et les Fake News - 2019

# "Fake news" : faits+chiffres 5/8

## Les Français face aux "fake news"



**85%** des français pensent qu'il y a de plus en plus de rumeurs ou de fausses informations sur Internet et les réseaux sociaux (1).

**72%** pensent qu'il **est de plus en plus difficile de distinguer** le site d'un média sérieux relayant de vraies informations, et des sites relayant toutes sortes d'informations non vérifiées.

Aujourd'hui, il y a de plus en plus de rumeurs ou de fausses informations sur Internet et les réseaux sociaux



Il est de plus en plus difficile de distinguer le site d'un média sérieux relayant de vraies informations, et des sites relayant toutes sortes d'informations non vérifiées



■ D'accord ■ Pas d'accord ■ Non réponse

Par ailleurs, ils sont **89%** à considérer que les rumeurs et fausses informations peuvent avoir **un impact important sur la réputation d'une entreprise** (1).



1. Etude Viavoice pour Le JDD, France TV et Radio France) février 2019

# "Fake news" : faits+chiffres 6/8

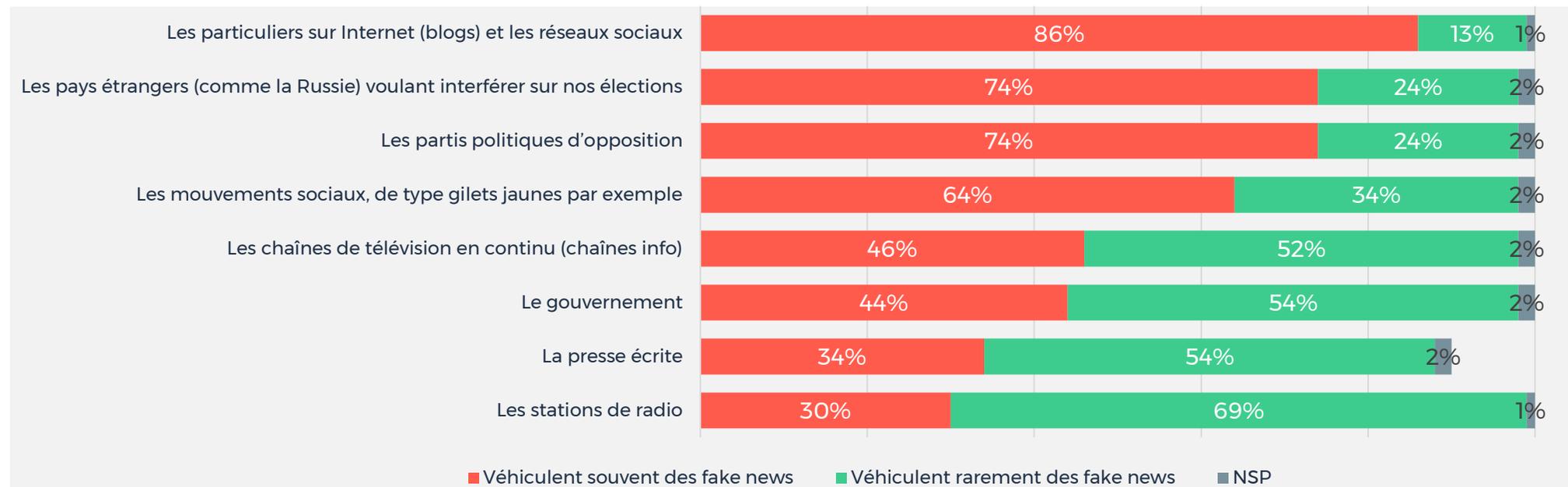


## Qui véhicule les "fake news" pour les Français ?

**86%** des français pensent que les particuliers sur les réseaux sociaux et les blogs véhiculent souvent des fake news.

Ils arrivent devant les partis politiques d'opposition (74%), les pays étrangers comme la Russie (74%) et les mouvements sociaux comme les "gilets jaunes" (64%).

A l'inverse, les Français estiment que les médias traditionnels classiques, la presse écrite (64%) et la radio (69%) véhiculent rarement des fake news. C'est moins net pour les chaînes d'information pour lesquelles les Français pensent à 46% qu'elles véhiculent souvent des fake news.



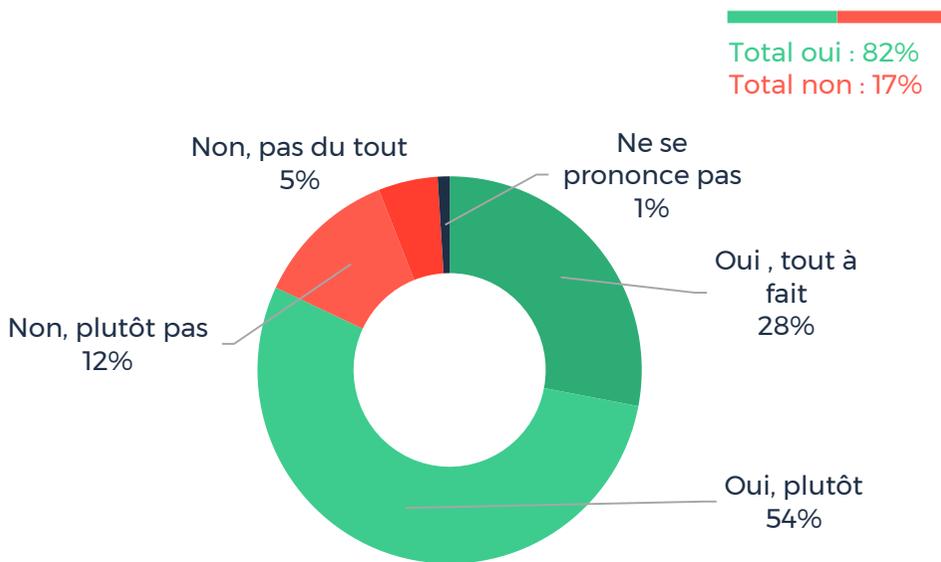
### Les acteurs véhiculant des "fake news" pour les Français.

- Odoxa

# "Fake news" : faits+chiffres 7/8

## Qui doit agir contre les "fake news" pour les Français ?

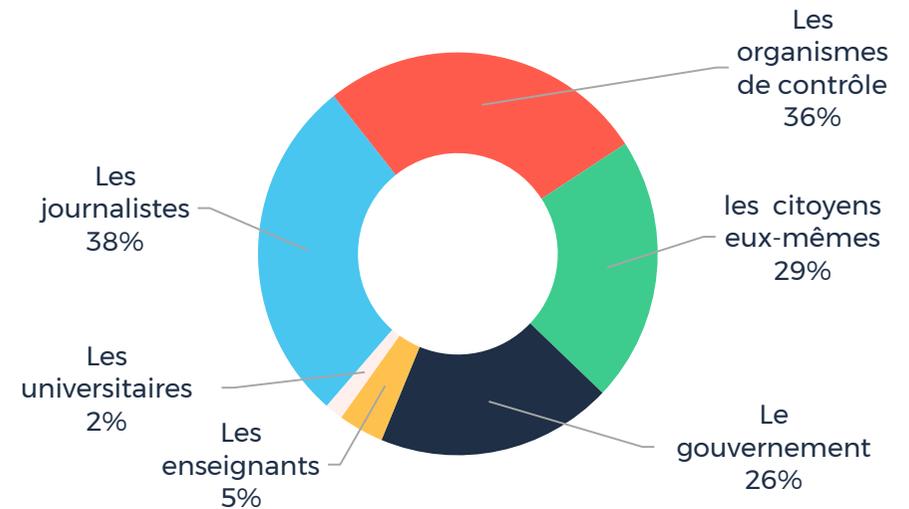
Conscients de l'importance du problème des fake news et de leur impact potentiel, **plus de 8 Français sur 10** pensent qu'il est du rôle du citoyen de signaler les contenus faux sur Internet (82%)



**Est-ce le rôle du citoyen de signaler les contenus faux ou inexacts sur Internet ?**  
- BVA



Dans ce contexte, concernant les « les acteurs qui devraient agir contre la propagation des fausses nouvelles » (2), les Français comptent d'abord **sur les journalistes** (38%, +2) et les organismes de contrôle (36%, +2), suivis des citoyens eux-mêmes (29%, -2), du gouvernement (26%, +3), des enseignants (5%) et des universitaires (2%).



**Les acteurs qui devraient agir contre la propagation des fausses nouvelles**  
- Kantar Sofres

1. Observatoire BVA- avril 2019 - Presse Régionale de la Vie Quotidienne - Vague 4 - Les Français et les fake news

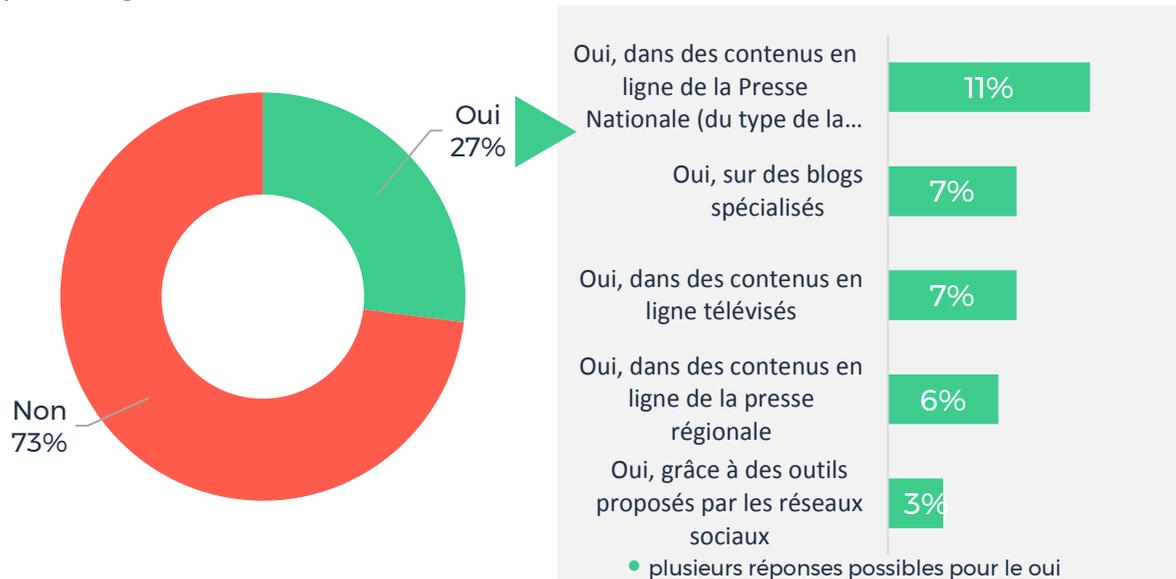
2. Baromètre Kantar Sofres pour La Croix - janvier 2020

# "Fake news" : faits+chiffres 8/8

## Les Français et le "fact-checking" (vérification des contenus)

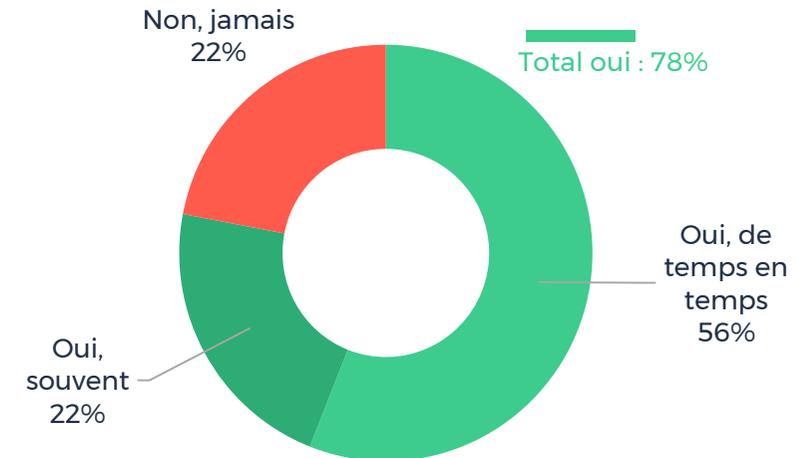
**27% des Français** déclarent consulter des contenus de fact-checking sur Internet (1), contre 73% ne le faisant jamais.

Parmi ces 27% ayant recours au fact-checking, 11% utilisent en particulier les contenus de presse nationale, devant les contenus en ligne de la télévision (7%), les blogs spécialisés (7%) ou encore les contenus de la presse régionale.



**La consultation de contenus de Fact-Checking sur internet par les Français.**  
- BVA

Près de **8 français sur 10 croiserait leurs sources afin de vérifier les informations** qu'ils lisent sur internet (1) Afin de vérifier les informations qu'ils consultent, 78% des Français déclarent croiser leurs sources dont 22% qui disent effectuer souvent cette pratique. Sociologie de ces 78% : des cadres (88%), des individus ayant déjà été confrontés aux fake news (85%) et des diplômés de Bac+2 et plus (83%).



**Le croisement des sources pour vérifier l'information lue sur Internet.**  
- BVA

1. Observatoire BVA- avril 2019 - Presse Régionale de la Vie Quotidienne - Vague 4 - Les Français et les fake news

# Interview **Experte #1**



# Interview experte : **Caroline Faillet**



## Pouvez-vous présenter Opinion Act, et votre ouvrage consacré aux fake news ?

Opinion Act est l'entreprise que j'ai fondée il y a 16 ans (anciennement Bolero). Sa mission est de décoder les mouvements d'opinion et les comportements en ligne pour éclairer les entreprises dans l'établissement de leur stratégie digitale, la protection de leur réputation et l'extension de leur influence. A ce titre, nous sommes observateurs de manipulations de l'information en ligne depuis de nombreuses années.

Auparavant dénommées rumeurs et hoax, ces désormais « fake news » sont un fléau que j'ai vu croître au gré des révolutions d'usages : d'abord sur les sites d'information, Wikipédia puis les blogs, les médias sociaux, ensuite les réseaux sociaux et désormais, le « dark social ».

J'ai écrit deux ouvrages : l'Art de la guerre digitale (Dunod, 2016) a vocation à sonner la mobilisation générale dans les organisations pour qu'elles comprennent qu'elles sont au cœur d'une guerre économique et d'une guerre idéologique sur ce champ de bataille digital et qu'elles adoptent de nouvelles armes. Puis j'ai écrit Fake News, Décoder l'Info (Bréal, 2018) pour un public plus large, **afin de sensibiliser tout un chacun sur notre vulnérabilité à la désinformation et à notre rôle de fact-checkeur, quand cela est possible.**

## Comment décrypter les fake news ?

Je ne crois pas une seule seconde à l'idée que nous puissions aller vérifier et recouper l'information lors de nos lectures quotidiennes. C'est illusoire. De la même façon que nous ne pouvons exhorter les populations à ne lire que certaines sources d'informations qui seraient considérées comme plus fiables que d'autres. Les médias traditionnels ont démontré leur capacité à être eux-mêmes propagateurs d'infox. Je suis plus adepte d'une bonne hygiène mentale et pour cela, chacun ses méthodes. La mienne est **le radar émotionnel** car... il n'existe pas de fake news insipide !

Chaque fois qu'une information me surprend, me scandalise, m'émeut ou me dégoûte, mon radar à fake news s'agite. C'est dans ces situations que je vais investiguer pour croiser des sources et me faire un avis sur la question. J'aime aussi **la méthode des 3 passoires de Socrate**, dont je parle dans mon ouvrage, très utile pour apprendre aux enfants à se méfier des rumeurs à l'école :

*Socrate avait, dans la Grèce antique, une haute réputation de sagesse. Quelqu'un vint un jour trouver le grand philosophe et lui dit :*

*« Sais-tu ce que je viens d'apprendre sur ton ami ? »*

*« Un instant, répondit Socrate. Avant que tu ne me racontes tout cela, j'aimerais te faire passer un test rapide. Ce que tu as à me dire, l'as-tu fait passer par les trois passoires ? »*

*« Les trois passoires ? Que veux-tu dire ? »*

*« Avant de raconter toutes sortes de choses sur les autres, reprit Socrate, il est bon de prendre le temps de filtrer ce que l'on aimerait dire. C'est ce que j'appelle le test des trois passoires. La première passoire est celle de la VÉRITÉ. As-tu vérifié si ce que tu veux me raconter est VRAI ? »*

*« Non, pas vraiment, je n'ai pas vu la chose moi-même, je l'ai seulement entendu dire. »*

*« Très bien ! Tu ne sais donc pas si c'est la vérité. Voyons maintenant, essayons de filtrer autrement, en utilisant une deuxième passoire, celle de la BONTÉ. Ce que tu veux m'apprendre sur mon ami, est-ce quelque chose de BIEN ? »*

*« Ah, non ! Au contraire ! »*

*« Donc, continue Socrate, tu veux me raconter de mauvaises choses sur lui et tu n'es pas sûr qu'elles soient vraies. Ce n'est pas très prometteur ! Mais tu peux encore passer le test, car il reste une passoire : celle de l'UTILITÉ. Est-il UTILE que tu m'apprennes ce que mon ami aurait fait ? »*

*« Utile ? Non, pas vraiment, je ne crois pas que ce soit utile. »*

*« Alors, conclut Socrate, si ce que tu as à me raconter n'est ni VRAI, ni BIEN, ni UTILE, pourquoi vouloir me le dire ? »*



### Quel est l'impact des biais cognitifs ?

Les biais cognitifs jouent un rôle majeur dans la diffusion des fake news car ils nous maintiennent dans une illusion de rationalité. C'est sous leur emprise que des personnes éduquées et qui semblent raisonner correctement se retrouvent, contre toute attente, prisonnières d'une théorie du complot. Un **biais de cadrage** les expose d'abord à des faits sélectionnés savamment pour créer le doute.

La **confusion entre corrélation et causalité** les conduit ensuite à déduire une forme de déterminisme dans cette succession de faits. Puis **le biais de négativité** les rendra sensibles à un lanceur d'alerte, qui s'inscrit en faux face au consensus scientifique. Le biais de confirmation les confortera enfin dans leur idée après qu'ils aient été, à leur insu, enfermés dans une bulle "informationnelle".

### Pouvez-vous nous parler d'exemples marquants ?

Le **phénomène Qanon** qui sévit depuis plusieurs années mais a pris une dimension planétaire depuis les élections américaines me paraît particulièrement terrifiant de ce point de vue. Qanon a enrôlé des milliers de personnes à travers le monde autour d'une théorie du complot qui affirme que des centaines d'enfants sont victimes d'un réseau pédophile et satanique actionné par un "Etat profond" à la solde de milliardaires. Pour faire court !

Le récit paraît grotesque, et pourtant à force de faire l'amalgame entre des informations vraies mais interprétées avec toujours la même grille de lecture et sous de multiples biais cognitifs, **il est devenu crédible**. J'ai parcouru des forums de proches des personnes et l'on constate que ce complotisme, qui a engendré de véritables tragédies au sein des familles, n'épargne aucune classe sociale : chercheurs, médecins, chefs d'entreprise. Loin des radars des médias, il se répand de communauté en communauté, sur les réseaux et franchit les frontières. **Les fake news sont désormais mondiales** et totalement indépendantes des circuits d'information classiques.

### Qui est le plus souvent à l'origine des fake news ? Peut-on les circonscrire à un type d'émetteur ?

Comme personne n'échappe aux biais cognitifs et émotionnels, nous sommes **tous de potentiels faussaires de l'information**. Le plus souvent, nous pêchons par orgueil en propageant, sciemment ou non, une fake news qui nous apportera des "like" et des partages (ce sont les "vanity metrics").

Mais certains émetteurs de fake-news en font un jeu (les trolls, les haters), d'autres un business (les sites pièges à clics, les usines à clics et les faux profils). Les plus dangereux sont pour moi les dogmatiques, dont la version extrême sont les complotistes, qui détournent des faits au service de leur idéologie. La construction de leur mythe et leur capacité d'embrigadement des internautes les rapproche de plus en plus des mouvements sectaires.

### Comment peut-on mieux les combattre ?

D'abord en ne leur laissant pas le champ libre. Sur nombre de sujets scientifiques, les porteurs de la connaissance n'ont pas su **occuper le terrain digital** avec leur savoir et ont ouvert un boulevard pour les émetteurs de fake news. Ce fut le cas pendant des années sur la vaccination par exemple, où l'on ne voyait s'exprimer sur le Net que les antivax. Aujourd'hui, le terrain digital est miné et la défiance est bien installée dans la population. Comme les croyances se propagent toujours plus vite que la science, il est important de prendre des positions digitales en amont des rumeurs.

Ensuite, en organisant une **capacité de surveillance et de fact-checking** pour agir quand survient la rumeur. Mais qui nécessite, là encore, de mobiliser les sachants pour qu'ils alimentent de leur connaissance les armées de fact-checkeurs - et ils sont nombreux - prêts à contrer la désinformation.



### Comment restaurer la confiance dans les médias ?

Je suis convaincue qu'il est nécessaire de fournir un **"environnement informationnel sécurisé"** pour la majorité des individus qui n'aspire qu'à consulter une information fiable. Le temps de la science n'étant pas le temps médiatique, les journaux ont pour cela besoin de recruter des journalistes scientifiques et d'investir davantage dans la vérification d'une information qui va être de plus en plus complexe à décortiquer avec le "deep fake".

Or le modèle économique des médias actuels n'est pas compatible avec cette ambition. Il faut donc, à mon avis, qu'ils mutualisent **leurs efforts autour d'une plateforme commune**, de type Netflix où un unique abonnement permettra au public d'avoir accès à une information de qualité. Ils pourront alors se payer le luxe de renoncer à Google News et Facebook et l'on aura enfin une véritable alternative aux GAFA. Mais je sais que cette proposition est trop disruptive !

### Est-ce que l'éducation aux médias, à un esprit critique est suffisante selon toi dans les écoles ?

Je pense que la formule "éducation aux médias" sonne comme "éducation religieuse" pour beaucoup de nos concitoyens qui ne croient plus à la sincérité des médias. Cela me paraît donc contre-productif. Dans cette agora du web où il n'y a plus de filtre à l'information, je pense qu'il faut renouer avec les règles qui régissaient l'oralité dans l'Antiquité.

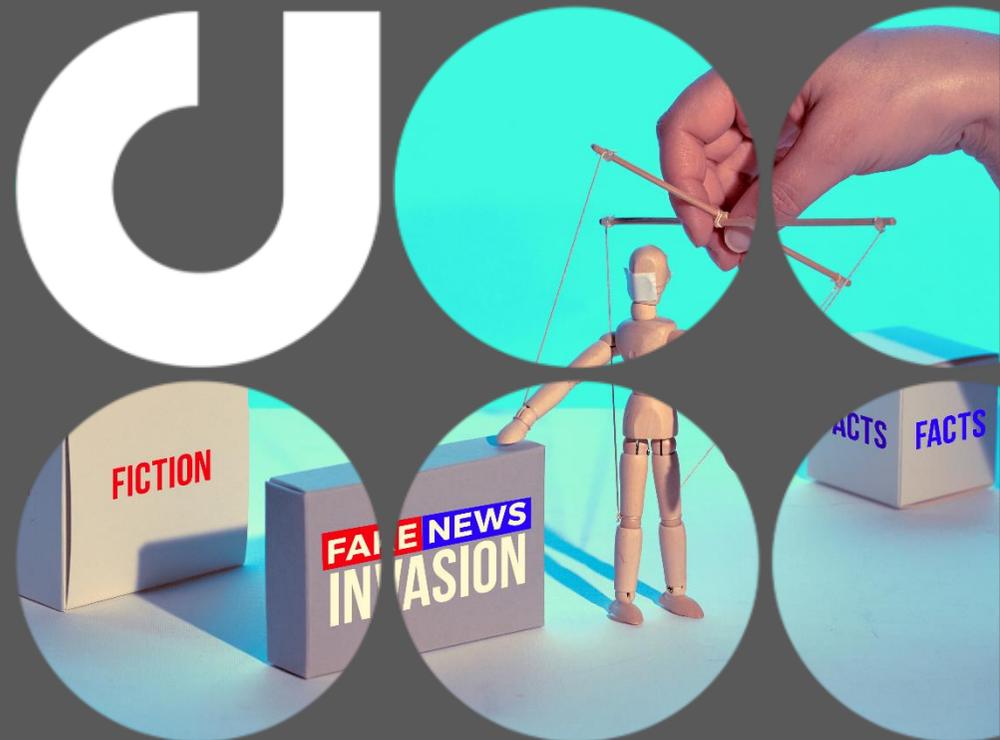
Face aux manipulateurs du langage, les sophistes, on apprenait la rhétorique et la dialectique. Ces **sciences humaines** qui ont disparu des programmes au début du XXème siècle et qui enseignent justement à se détourner des biais cognitifs me paraissent être les meilleurs alliés pour éviter les intoxications informationnelles !

**Caroline Faillet** est CEO et fondatrice de OPINION ACT dont la vocation est de décrypter les opinions et comportements pour éclairer les stratégies digitales des organisations. Elle est une des pionnières de la discipline de l'e-réputation et de l'influence en France, auteure de *L'Art de la guerre digitale* (Dunod 2016), dans lequel elle dévoile sa méthodologie pour aider les organisations à s'adapter à la prise de pouvoir du citoyen post-révolutions numériques, ainsi que *DÉCODER L'INFO, Comment décrypter les fake news?* (Bréal 2018)

Elle enseigne la stratégie digitale à HEC et l'influence à l'Ecole militaire.

<https://fr.linkedin.com/in/carolinefaillet>

# 6 choses à savoir pour comprendre et combattre les "fake news"



# "Fake news" : 6 choses à savoir 1/12

## 1. Un sujet de société pris en main notamment par les médias

Les "fake news" sont donc devenues un vrai sujet d'attention, et les médias grands publics sont maintenant impliqués dans l'analyse, le traitement et la médiatisation de ce phénomène.

Ainsi en janvier 2019, l'Obs a fait sa une sur "le cancer des Fakes News". La presse web et les radios ont développé depuis plusieurs années déjà leurs propres rubriques et équipes dédiées à la chasse au Fake News. Les TVs s'y mettent., TFI et France 2 et des radios ont créé leurs "pastilles" consacrées au fact-checking, venant compléter d'autres émissions et rubriques déjà existantes dans d'autres médias comme Franceinfo par exemple. Nous détaillerons ces canaux dans notre partie "Ressources".



En France notamment, cette lutte contre les infox prend la forme de démarches initiées essentiellement par **les journalistes, médias et associations**. On peut citer par exemple Euccheck.fr, une initiative de fact checking lancée en 2019 par l'association européenne des écoles de journalisme pour lutter alors contre la désinformation à quelques mois des élections européennes.



**Sur Arte, la rubrique Desintox analyse l'actualité dans des vidéos diffusées chaque soir dans "28 minutes", dès 2015.**  
- Libération et Arte France

Dans le monde entier, les journalistes fact checkers se rallient au "code de principes" (1) de l'International fact-checking network (IFCN), un réseau international de médias spécialisés dans la vérification de faits (2).

1. <https://www.poynter.org/ifcn/>  
2. <https://www.ifcncodeofprinciples.poynter.org/>

# "Fake news" : 6 choses à savoir 2/12

## 2. Les géants des réseaux sociaux à la manœuvre (ou pas)

Parallèlement, les éditeurs de réseaux sociaux, depuis plusieurs années, travaillent sur les algorithmes, constituent des war rooms pour les élections, développent des fonctionnalités d'alerting et font travailler des modérateurs. Ainsi, Twitter fait régulièrement le ménage de comptes créateurs ou propagateurs quand Facebook imagine de noter ses utilisateurs en fonction des infox qu'ils signalent.

Ces mêmes plateformes ont initié à partir de 2017 des partenariats avec certains journalistes pour travailler sur le fact-checking. Toutefois, les critiques envers les moyens engagés et l'état d'esprit de certains réseaux sociaux pour cette lutte sont fréquentes et les journalistes contributeurs ont partagé leur déception dès 2018.

A noter que désormais, les géants des réseaux sociaux travaillent au cas par cas sur certains secteurs et domaines sensibles particulièrement touchés par les fake news : Facebook s'est attelé par exemple en 2019 à réduire la propagation des fausses informations **sur les vaccins** par l'interdiction de publicités trompeuses sur la vaccination et la réduction de la visibilité des Groupes et Pages diffusant ce type d'informations dans les résultats de recherche et dans le « newsfeed ».

Les initiatives des réseaux sociaux se sont multipliées en 2020, à l'approche et après les élections présidentielles américaines en novembre, et compte tenu de la crise sanitaire internationale.



Ainsi, par exemple, entre le 27 octobre et le 11 novembre 2020, **Twitter** annonce avoir épinglé 300 000 posts trompeurs sur l'élection américaine (1). Sur ces 300 000 tweets signalés, 456 ont été interdits de partage, commentaire ou mention like (j'aime) selon le réseau social. Près de la moitié des tweets de Donald Trump ont d'ailleurs été signalés par le réseau social dans les jours qui ont suivi l'élection : Le président y assurait, sans preuves, qu'il avait gagné et qu'il existait des fraudes massives.

Plus généralement, **Twitter** entend limiter les interactions sur des informations "douteuses", de type retweet, citations et likes (2).

Par ailleurs, Twitter travaillerait sur un outil de modération collective, Birdwatch, afin de contrer les phénomènes de désinformation virale : il sera possible d'ajouter un tweet considéré comme problématique à une «liste de surveillance» et de lui attacher une «note». Celle-ci sera consultable par tous et toutes dans le but d'ajouter du contexte à la publication (3).



**Samedi 7 novembre 2020 : un des tweets de Donald Trump signalés par Twitter :**

**! les sources officielles n'ont peut-être pas annoncé les résultats lorsque cela a été twitté**

1. <https://www.businessinsider.fr/twitter-a-epingle-300-000-posts-trompeurs-sur-lelection-americaine-depuis-fin-octobre-185836>
2. <https://siecledigital.fr/2020/11/11/twitter-limiter-likes-infox/>
3. <https://korii.slate.fr/tech/twitter-birdwatch-moderation-crowdsourcing-police-desinformation-fake-news-outil-notes-vote>

# "Fake news" : 6 choses à savoir 3/12

## 2. Les géants des réseaux sociaux à la manœuvre (ou pas)



**Google**, lui, travaille depuis plusieurs années afin de réduire la part de fake news qui pourraient apparaître dans ses résultats de recherche et sur YouTube en travaillant notamment sur 4 axes :

La révision de ses algorithmes, la lutte contre des sources de faible qualité, la mise en contexte d'informations via des sources reconnues, la meilleure formation des search Quality raters, qui travaillent à l'identification des contenus de faible qualité. (1)

Et à l'automne 2020, face à la déferlante de fake news sur les vaccins contre la covid-19, Google déploie des panneaux d'information sur ses résultats de recherche et oriente vers des sources faisant autorité sur la vaccination. (2)

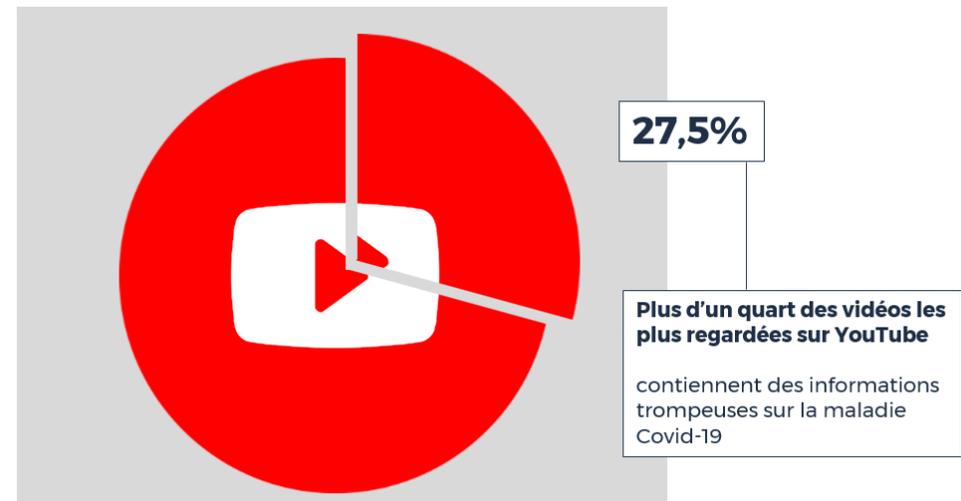


Tous les grands réseaux sont touchés par les "fake news". Et le plus visité dans le monde, **YouTube**, également.

Plus d'un quart des vidéos les plus regardées sur YouTube contiendraient des informations trompeuses sur la maladie Covid-19, a révélé une étude de chercheurs de l'université d'Ottawa (Canada) (3).

**YouTube** a lancé en France en septembre 2020, après d'autres pays, le fact checking des vidéos. Des médias et organisme sélectionnés peuvent ainsi apposer une mise en garde sur une vidéo et rétablir la vérité (4).

Par ailleurs, à l'automne 2020, la plateforme de vidéo de Google affiche aussi des panneaux d'information pour lutter contre les "fake news" sur les vaccins. YouTube avait aussi pris la décision en décembre de supprimer les vidéos affirmant - à tort - que l'élection présidentielle aux Etats-Unis a été la cible de fraudes massives. (5)



Source : University of Ottawa - Faculty of Medicine  
- **150 vidéos en anglais les plus visionnées sur la Covid-19.**

1. <https://www.blog.google/around-the-globe/google-europe/fighting-disinformation-across-our-products/>  
 2. <https://www.presse-citron.net/google-prend-des-mesures-contre-les-fausses-informations-sur-les-vaccins/>  
 3. <https://www.lemonde.fr/blog/realitesbiomedicales/2020/05/19/covid-19-sur-youtube-une-pandemie-de-mesinformation/>

5. <https://siecledigital.fr/2020/09/28/youtube-fact-check-europe/>  
 6. <https://www.leparisien.fr/international/elections-americaines-youtube-va-supprimer-les-vidéos-affirmant-qu-il-y-a-eu-des-fraudes-09-12-2020-8413427.php>

# "Fake news" : 6 choses à savoir 4/12

## 2. Les géants des réseaux sociaux à la manœuvre (ou pas)



**Facebook** a lui aussi annoncé, en décembre 2020, qu'il comptait supprimer « les fausses allégations concernant les vaccins contre le Covid-19 qui auront été démenties par les experts de la santé publique sur **Facebook et Instagram** » (1)

Par ailleurs, un peu dans le même esprit que Twitter, lors des élections américaines, Facebook avait mis en place un système pour que les membres qui souhaitent partager un contenu lié à l'élection voient d'abord un message les dirigeant vers un centre de ressources fiables sur le scrutin (2).



Continuons pour le groupe Facebook : Depuis l'été 2020, **WhatsApp** signale par une icône les messages de type "viraux" (identifiés comme partagés de très nombreuses fois) qui n'ont pas été composés par un contact proche. Une fonctionnalité intégrée permet ensuite de rechercher directement dans Google des informations complémentaires sur ce message "viral" (3).

1. [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2020/12/03/facebook-veut-supprimer-les-fausses-informations-sur-les-vaccins-contre-le-covid-19\\_6062101\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2020/12/03/facebook-veut-supprimer-les-fausses-informations-sur-les-vaccins-contre-le-covid-19_6062101_4408996.html)
2. [https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/11/26/bientot-des-limitations-de-vitesse-sur-facebook-ou-twitter\\_6061168\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/11/26/bientot-des-limitations-de-vitesse-sur-facebook-ou-twitter_6061168_3232.html)
3. <https://blog.whatsapp.com/search-the-web>
4. Commission Européenne - Lutter contre la désinformation concernant la COVID-19 - Démêler le vrai du faux [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/communication-tackling-covid-19-disinformation-getting-facts-right\\_fr.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/communication-tackling-covid-19-disinformation-getting-facts-right_fr.pdf)
5. <http://www.slate.fr/story/196402/oms-collabore-wikipedia-contre-desinformation-covid-19>
6. <https://www.lefigaro.fr/flash-eco/les-patrons-de-facebook-et-twitter-a-nouveau-entendus-au-senat-americain-mardi-20201116>



Côté institutions, en juin 2020, la **Commission européenne** a publié de nouvelles lignes directrices pour lutter contre la désinformation, notamment sur les réseaux sociaux. Dans son paragraphe 5, elle demande aux grandes plateformes social media de fournir des rapports mensuels sur leurs actions et politiques de lutte contre les fake news, ainsi qu'une plus grande collaboration avec les acteurs du fact checking (4).



Au-delà des réseaux sociaux, en octobre, **l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS)** a annoncé en octobre sa collaboration avec **Wikipédia**, avec qui elle partagera les informations les plus récentes sur le Covid-19.

Objectif : rendre publiques les dernières informations sanitaires les plus fiables, disponibles sur Wikimedia Commons. On retrouve des infographies, des vidéos et d'autres éléments de santé publique traduits dans plusieurs langues nationales et régionales (5).

Mais force est de constater que les fake news polluent largement les réseaux. Ainsi, le jour même de l'élection américaine, les principaux réseaux (comme Twitter, Facebook et YouTube) ont été **largement dépassés** par un déluge de fausses informations, ont alors analysé les journalistes qui pointent notamment une **modération quasi inexistante** dans les langues autres que l'anglais. Et le Sénat américain a déjà convoqué par 2 fois les patrons de Google, Facebook et Twitter afin qu'ils s'expliquent sur leur responsabilité de modération du contenu mais aussi d'accusations de manipulation de l'information (6).

# "Fake news" : 6 choses à savoir 5/12

## 3. Des fausses informations dopées aux algorithmes

Le process et la nature des fake news ne sont pas nouveaux : le processus de **propagation de rumeurs est ancien** (voir par exemple la rumeur d'Orléans) (1) mais avec les applications web et les canaux social media, la production et la diffusion de fausses nouvelles peuvent être industrielles voire automatisées.

La génération de fausses informations peut en effet émaner d'états ou de groupes de lobbying parfois très riches (2) et bénéficier d'une propagation ultra rapide : les fausses informations circuleraient six fois plus vite que les vraies ,selon une étude du MIT. (3)

les fausses informations  
circuleraient **six fois plus vite**  
que les vraies.

C'est notamment grâce à **l'émotion**, souvent négative, suscitée, et à la faveur de formats éminents viraux (vidéos, animations et images), des pratiques de partages des internautes et des **algorithmes** des réseaux sociaux. Ceux-ci favorisent notamment la visibilité et donc le repartage de posts très likés ou commentés (c'est le cas pour la propagation dans les groupes Facebook et la visibilité dans les feed et les timeline Facebook et Twitter par exemple).

1. [https://fr.wikipedia.org/wiki/Rumeur\\_d%27Orl%C3%A9ans](https://fr.wikipedia.org/wiki/Rumeur_d%27Orl%C3%A9ans)  
 2. [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/03/07/des-milliardaires-americains-finacent-discretement-des-campagnes-de-desinformation-en-europe\\_5432486\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/03/07/des-milliardaires-americains-finacent-discretement-des-campagnes-de-desinformation-en-europe_5432486_4408996.html)  
 3. <https://www.strategies.fr/actualites/medias/4008676W/les-fake-news-circulent-plus-vite-que-les-vraies-infos.html>



# "Fake news" : 6 choses à savoir 6/12

## 4. Qui diffuse les "fake news" ?

**Potentiellement tout le monde, mais pas avec le même impact**

Le professeur Oihab Allal-Chérif explique : “Les théories complotistes institutionnelles et malveillantes sont reprises par ceux qui y croient, qui les interprètent, les font évoluer, les combinent, et les relaient sous des formes différentes. Il s’agit d’une **"uberisation" des fake news ou chacun en devient à la fois consommateur, producteur et diffuseur**. Dans un monde où tout le monde se prend pour un expert et est victime de biais cognitifs, chacun pense qu’il est de son devoir d’alerter les autres sur ce qu’il a découvert ou compris et que des forces occultes nous cacheraient.” (1)

Personnalités :  
20% des "fake news"  
mais **69% de l'engagement** sur les médias sociaux

Toutefois, tout le monde n’a pas le même impact lorsqu’il diffuse une “fake news”. Ainsi une étude a montré que les célébrités et les politiciens très suivis sur les réseaux sociaux se révèlent être des distributeurs clés de la désinformation relative au coronavirus, les facts-checkeurs et médias grand public ayant du mal à rivaliser avec la portée de ces influenceurs :

L'Oxford Reuters Institute for the Study of Journalism a révélé que si les politiciens, les célébrités et d'autres personnalités publiques de premier plan étaient responsables de la production ou de la diffusion de **20% des fausses déclarations** sur le coronavirus, leurs publications représentaient **69% de l'engagement total sur les médias sociaux**. (2)

En outre, les internautes âgés de **plus de 65 ans partageraient jusqu’à 7 fois plus** de fausses informations que les jeunes de 18 à 29 ans, selon une étude publiée dans Science Advances, réalisée pendant l’élection présidentielle de 2016 aux Etats-Unis. (3)



1. <https://theconversation.com/covid-19-une-uberisation-des-fake-news-147375>  
2. <https://www.theguardian.com/media/2020/apr/08/influencers-being-key-distributors-of-coronavirus-fake-news>  
3. <https://advances.sciencemag.org/content/5/1/eaau4586>

# "Fake news" : 6 choses à savoir 7/12

## 5. Les multiples challenges de la lutte contre les fausses informations

### Le partage de l'émotion

Comme le souligne Benoît Raphaël, expert en innovation média, journaliste, créateur de Le Plus de l'Obs et Le Lab d'Europe 1, la démonstration qu'une information est fautive par des fact-checkers spécialistes ne suffit pas : "Le problème c'est que de récentes études ont montré que même quand vous démontrez qu'une info est fautive, cela n'empêche pas les internautes de la partager, parce que **ce n'est plus tant l'info qui importe que le message qu'elle véhicule, ou l'émotion qu'elle reflète**. En plus de journalistes fact-checkers ou de "tiers de confiance", on a aussi besoin d'autonomie chacun face à la vérification de l'info". Nombreux sont les internautes qui veulent croire à ces fake news, qui correspondent à leurs envies, leurs prises de position. Ils les partagent à des sphères qui ne seront jamais ou rarement en contact avec les flux de messages des fact-checkeurs.

### L'imperméabilité au fact-checking

Dans un contexte de défiance jamais vu envers les politiques, les institutions, les entreprises et les médias (voir l'étude du Cevipof (1) et le Baromètre de la confiance des Français dans les médias de La Croix ou l'étude Viavoice citées dans notre introduction et dans la partie II.), les consommateurs de fake news sont devenus très imperméables aux analyses et signalement émanant de fact-checkers travaillant pour...des médias.

"Les médias traditionnels, et plus particulièrement la télévision, **sont de moins en moins des références en matière d'information** (3) . C'est particulièrement observable chez les jeunes de 18-24 ans, qui s'informent à 18 % par la télévision et 75 % par Internet, en privilégiant les réseaux sociaux (40 % des usages sur Internet des moins de 35 ans, 45% pour les 18-24 ans) par rapport aux supports numériques de la presse (30 %)" peut-on lire à propos du Baromètre de la confiance dans les médias.

### La rémanence

Autre problème : la tendance à la persistance de la fake news. A l'instar des Hoax, débusqués par des acteurs comme Hoaxbuster depuis plus de...20 ans, les fake news sont recyclées, recyclent elles-mêmes d'anciennes images ou vidéos. Pire, certains propagateurs de fake news n'effacent pas leur messages après le signalement par un fact-checkeur du caractère mensonger de l'information. Or, un simple correctif ou erratum sera beaucoup moins partagé et visible.



**Une nécessaire sensibilisation : effacer et non pas seulement corriger, pour éviter la propagation : la fautive nouvelle est beaucoup plus partagée que son démenti (ici, dans un rapport de 1 à 215).**

1. <http://benoitraphael.com/2019/02/fake-news-le-fact-checking-est-il-suffisant.html>

2. [https://www.sciencespo.fr/cevipof/sites/sciencespo.fr/cevipof/files/Page%20Barome%cc%80tre%20Vague11bis%20\(Le%20Monde\).pdf](https://www.sciencespo.fr/cevipof/sites/sciencespo.fr/cevipof/files/Page%20Barome%cc%80tre%20Vague11bis%20(Le%20Monde).pdf)

3. <https://www.la-croix.com/Economie/Medias/Barometre-medias-pourquoi-4-Francais-10-boudent-linformation-2020-01-15-1201072072>



# "Fake news" : 6 choses à savoir 8/12

## 6. L'importance de l'éducation, de la sensibilisation et de l'autonomie.

### Les plus jeunes et les réseaux sociaux

Dans cet environnement, une des clés est, en amont, l'éducation des plus jeunes, gros consommateurs de news sur les réseaux sociaux. Selon l'étude Viavoice (1), 28% des 18-24 ans font **plus confiance à une information relayée sur les réseaux sociaux** qu'à ce qu'ils trouvent dans les médias. 47 % des 18-24 ans pensent également que "avec les réseaux sociaux, il est **de moins en moins nécessaire de consulter directement les sites de médias en ligne**".

Mais la plupart des Français (71 %) font davantage confiance aux informations qu'ils trouvent par eux-mêmes dans les médias, plutôt que celles que relaie leur entourage sur les réseaux sociaux.

**28%** des 18-24 ans font plus confiance à une **information relayée sur les réseaux sociaux** qu'à ce qu'ils trouvent dans les médias.

**47 %** des 18-24 ans pensent également qu'avec les réseaux sociaux, il est **de moins en moins nécessaire de consulter** directement les sites de médias en ligne.

**46%** des personnes qui croient à plusieurs **thèses complotistes** affirment s'informer d'abord via les **réseaux sociaux**, c'est presque **2 fois plus** que celles qui n'y croient pas du tout (**24%**).

Les Français qui écoutent les nouvelles à la radio sont presque deux fois moins nombreux (15%) et 3 fois moins pour ceux qui privilégient la presse écrite (9%) à **croire les théories complotistes que ceux qui suivent l'actualité sur internet (27%)**.

Les **réseaux sociaux sont ainsi privilégiés par les personnes qui adhèrent aux théories du complot (2)**. Près de la moitié (46%) des personnes qui croient à plusieurs thèses complotistes affirment s'informer d'abord via les réseaux sociaux, c'est 2 fois plus que celles qui n'y croient pas du tout (24%).

1. Etude Viavoice pour Le JDD, France TV et Radio France) février 2019

2. Etude Ifop-Jean Jaures-Conspiracy Watch - Enquête sur le complotisme - février 2019

# "Fake news" : 6 choses à savoir 9/12

## 6. L'importance de l'éducation, de la sensibilisation et de l'autonomie.

### L'apprentissage des "fake news", dès l'école

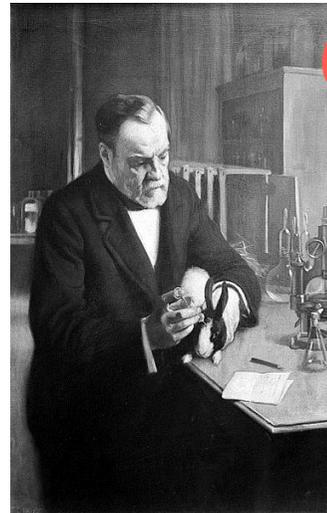
Dans Ouest France, Rachid Zerrouki, enseignant et journaliste (@rachidowsky13) parle de chasse aux Fake News à l'école : **"L'ambition de l'éducation aux médias doit être de former des fact-checkers, et non des consommateurs passifs d'outils de fact-checking."**

Dans cette optique, certaines idées sont remarquables : C'est en produisant de l'information qu'on devient un lecteur, un auditeur, un téléspectateur averti et un critique expérimenté des informations.

Aussi, en proposant de "Créer un média par établissement scolaire", Hélène Paumier, professeure de français, explique que devant la profusion exponentielle d'informations, **il faut apprendre aux élèves à produire et à publier** pour qu'ils appréhendent eux-mêmes les médias en citoyens avertis (2) . L'idée n'est certes pas nouvelle et certaines actions sont déjà en place mais ce n'est pas systématique ni régulier :

Ainsi 34% des jeunes de 15-34 ans "seulement" déclarent avoir bénéficié d'une action d'"EMI" dans le cadre scolaire (expériences de création de médias, séances de visionnage et de décryptage de vidéos d'information, participation à la semaine de la presse et des médias à l'école...) (3).

Selon le sociologue Gérald Bronner (4) **l'esprit critique devrait être enseigné à l'école et à l'université, notamment pour empêcher « les épidémies de crédulité sur le Web »**. , « L'esprit critique peut s'enseigner et s'apprendre en tant que tel ». Il estime que "Exercer son esprit critique, c'est apprendre d'abord à se méfier de ses intuitions. Notre raisonnement peut s'égarer de bien des façons. Nous n'accédons pas toujours à l'information adéquate pour bien juger en raison de la position que nous occupons dans l'espace social, des groupes que nous fréquentons, que ce soit dans la vraie vie ou sur Internet"



“

**Ayez le culte de l'esprit critique.**

Louis Pasteur ”

”

© Wellcome Images

1. Que peut l'école face aux fake news ? <https://www.ouest-france.fr/medias/point-de-vue-que-peut-l-ecole-face-aux-fake-news-6237999>

2. Mon idée pour la France : « Créer un média par établissement scolaire » [https://www.lemonde.fr/idees/article/2019/02/21/mon-idee-pour-la-france-creer-un-media-par-etablissement-scolaire\\_5426119\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2019/02/21/mon-idee-pour-la-france-creer-un-media-par-etablissement-scolaire_5426119_3232.html)

3. Etude Médiamétrie Pratiques de consommation de l'information par les jeunes générations. Pour le Ministère de la Culture-DGMIC

4. Gérald Bronner, professeur à l'université Paris-Diderot et membre de l'Académie des technologies et de l'Académie nationale de médecine

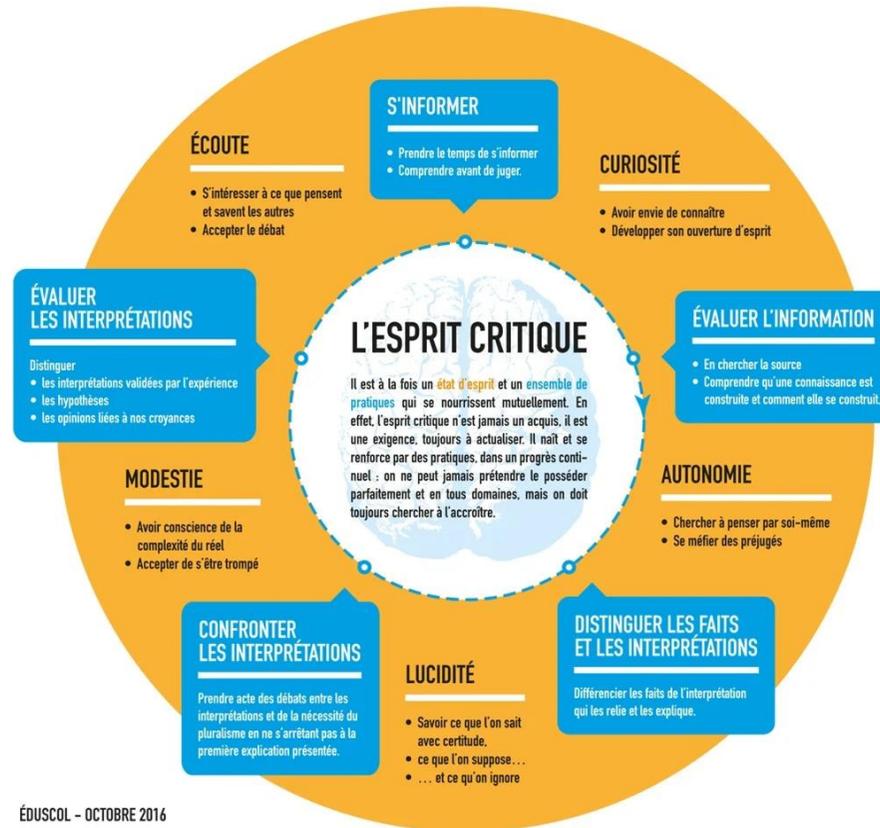
[https://www.lemonde.fr/campus/article/2019/06/11/gerald-bronner-l-esprit-critique-peut-s-enseigner-et-s-apprendre-en-tant-que-tel\\_5474678\\_4401467.html](https://www.lemonde.fr/campus/article/2019/06/11/gerald-bronner-l-esprit-critique-peut-s-enseigner-et-s-apprendre-en-tant-que-tel_5474678_4401467.html)

# "Fake news" : 6 choses à savoir 10/12

## 6. L'importance de l'éducation, de la sensibilisation et de l'autonomie.

### L'apprentissage des "fake news", dès l'école

De son côté, Christophe Audouin, Délégué régional chez SUEZ partage un texte de l'Education Nationale - "Former l'esprit critique des élèves" (1) - qui propose d'appuyer le fait que "face aux infox et aux manipulations, le véritable bouclier restera toujours l'esprit critique". Et le bons sens pourrait-on ajouter...



1. Former l'esprit critique des élèves - Dossier EDUSCOL - Ministère de l'Education Nationale - <https://eduscol.education.fr/1538/former-l-esprit-critique-des-eleves>

# "Fake news" : 6 choses à savoir 11/12

## 6. L'importance de l'éducation, de la sensibilisation et de l'autonomie.

### L'apprentissage des "fake news", dès l'école

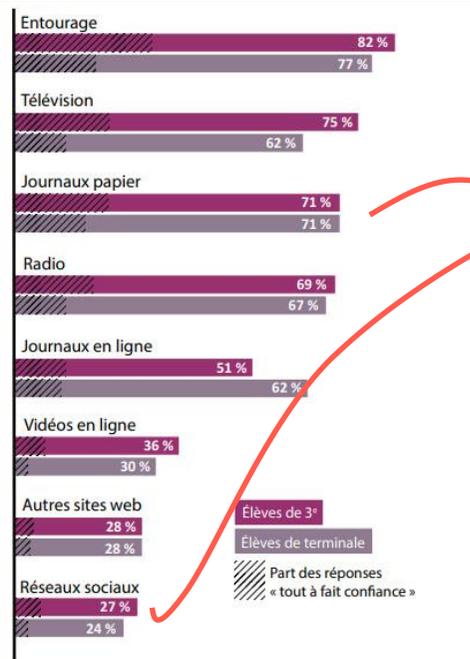
**Le paradoxe des jeunes face aux sources d'information : confiance dans les médias traditionnels mais large consommation des réseaux sociaux**

Le Cnesco (Conseil National d'évaluation du système scolaire) a publié une note d'analyse et une étude sur le rapport qu'entretiennent les jeunes avec l'actualité, les médias et l'information (1).

**Un haut niveau de confiance dans les médias « traditionnels »** et une prise de distance vis-à-vis des réseaux sociaux : 71% des élèves de 3e ont confiance dans les journaux papier (même chiffres pour les élèves de terminale), contre seulement 27 % de confiance dans les réseaux sociaux (24% en terminale).

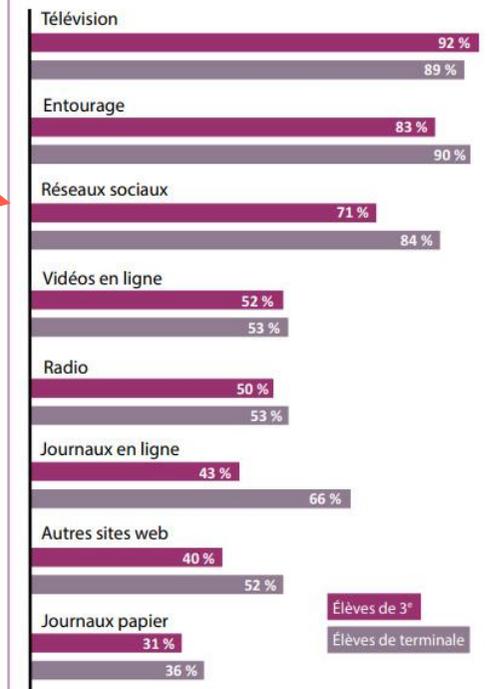
Mais c'est toujours le même **paradoxe : si la confiance est faible dans les réseaux sociaux, ils sont pourtant 71% des élèves de 3ème et 84% des terminale à s'informer par ce canal.**

Part des élèves déclarant faire plutôt ou tout à fait **confiance** à ces sources d'information



Lecture : 82 % des élèves de 3<sup>e</sup> déclarent faire plutôt ou tout à fait confiance aux informations provenant de leur entourage.

Sources d'information **utilisées** par les élèves qui déclarent s'informer sur l'actualité en France



Lecture : 92 % des élèves de 3<sup>e</sup> déclarant s'informer sur l'actualité en France le font en regardant la télévision.

1. Le zoom du Cnesco #1 - Février 2019 - Éducation aux médias et à l'actualité : comment les élèves s'informent-ils ? [http://www.cnesco.fr/wp-content/uploads/2019/02/190221\\_Zoom\\_Cnesco\\_Medias.pdf](http://www.cnesco.fr/wp-content/uploads/2019/02/190221_Zoom_Cnesco_Medias.pdf)

# "Fake news" : 6 choses à savoir 12/12

## 6. L'importance de l'éducation, de la sensibilisation et de l'autonomie.

### La sensibilisation des adultes

Après l'école, **la formation et sensibilisation des adultes aux process, outils et bonnes pratiques** de lutte contre les fake news est indispensable. Les experts et professionnels l'expliquent : l'éducation est l'un des socles d'une lutte efficace contre les Fake News. Et pour cela, il faut s'appuyer notamment sur...le web et les réseaux sociaux . "Le numérique est certes le poison, mais il est aussi le remède". "La loi ne parviendra pas à endiguer les fake news sans l'éducation des citoyens aux manipulations du langage", soutient Caroline Faillet, auteur de "Décoder l'info, Comment décrypter les fake news".

La lutte contre les fake news doit donc être l'affaire de tous : médias, journalistes, particuliers, mais aussi des différentes institutions à l'instar de la police nationale qui alerte sur Twitter et Facebook de la propagation et du recyclage de certaines fausses informations.

### Le rôle de la publicité

Côté sensibilisation des adultes, citons aussi l'Union francophone qui a lancé un concours destiné aux jeunes créatifs francophones (1) . Ils ont pu proposer pendant la durée du premier confinement des campagnes publicitaires de sensibilisation aux "infox".

Dans ce cadre, Rémy Maufangeas de l'agence Serviceplan a créé la campagne « Le vrai du faux » (2) Le message : **«Une infox a souvent tout d'une info, sauf la source. Stop aux infox, Distinguez le vrai du faux»**. L'ensemble des campagnes sont à voir ici : <https://www.unionfrancophone.com/stop-aux-infox-covid-19/>



La campagne « Le vrai du faux » - Serviceplan

1. <https://fb.watch/1YCC86GzFt/> <https://www.facebook.com/hashtag/stopauxinfox>  
 2. <https://www.serviceplan.fr/fr/news/le-vrai-du-faux--une-campagne-pour-sensibiliser-au-danger-des-in.html>

# Le social media listening au service de la détection des "fake news"



# Social Listening et "Fake news"

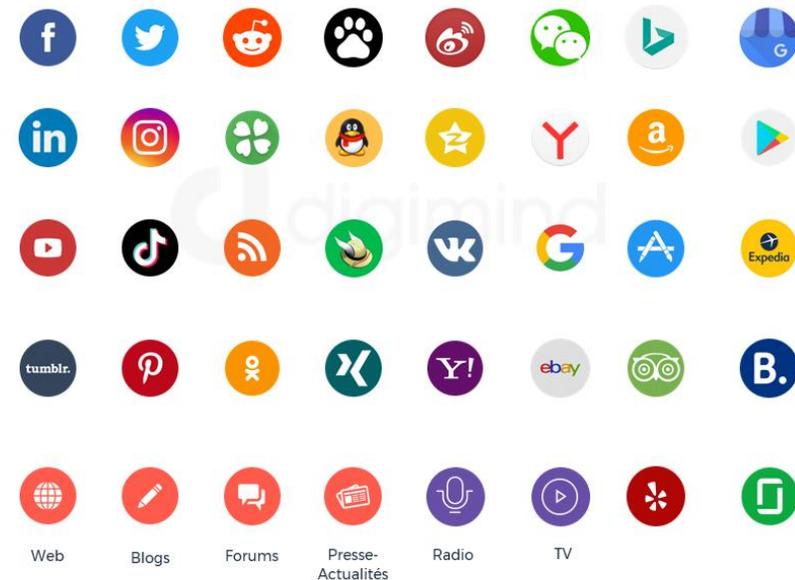
## Le Social Media Listening ?

Appelé parfois Social Media Monitoring dans une approche plus restreinte, Ecoute des médias sociaux ou encore Veille Social Media, le **Social Media Listening** désigne les processus, démarches et outils consistant à "écouter" et analyser les messages, articles et conversations des médias et internautes postés sur les médias sociaux afin de nourrir les tactiques et stratégies, pour le marketing notamment, mais pas seulement.

On parle bien ici de **Social Media** Listening : On emploie en effet souvent, à tort, les concepts de Médias Sociaux et de Réseaux sociaux de manière équivalente. Or, l'expression "médias sociaux" directement dérivée de l'américain "Social Media" désigne en fait un univers plus vaste que celui des stricts "Réseaux Sociaux".

La couverture du social listening va en effet bien au-delà des réseaux sociaux (type Facebook, Twitter, Pinterest ou Instagram), puisque l'on parle bien de Social Media, à savoir **tous les espaces du web hébergeant des articles, messages et conversations**. On y inclut donc les forums, les blogs, les sites d'avis consommateurs et par extension, tout ce qui peut être publié sur les sites d'actualités et presse et autres espaces collaboratifs.

Les outils de social media listening se comportent comme **une plateforme de veille** : Leurs fonctionnalités vont en effet permettre de **collecter, classer, qualifier** les messages et articles essentiels pour votre thème et objectif business, les restituer sous formes d'analyses graphiques (data visualisations) et les diffuser via des dashboards ou des rapports. C'est pour cela qu'ils peuvent apporter **certaines solutions dans la détection et gestion des "fake news"**.



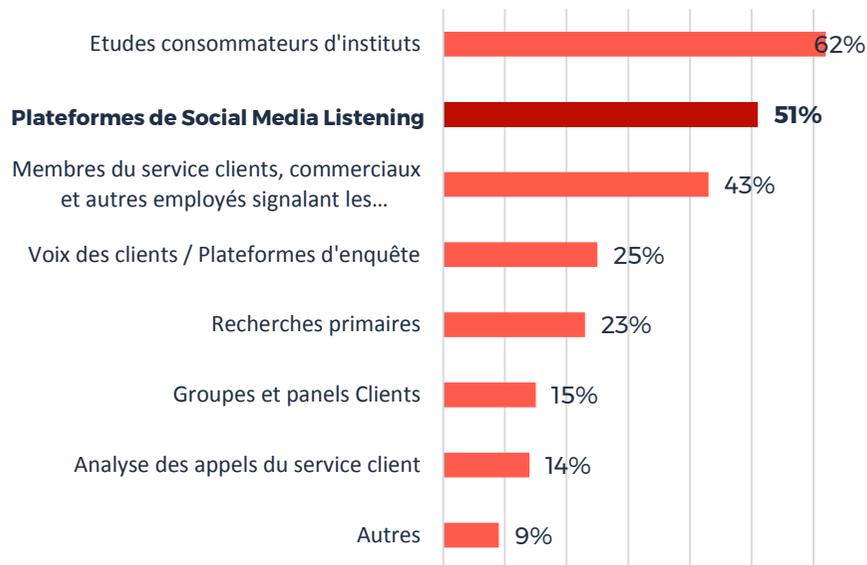
La diversité des sources du Social Media Listening - Digimind

# Social Listening et "Fake news"

## Le Social Listening, de plus en plus utilisé en période de crise sanitaire

Les plateformes de Social Media Listening constituent la deuxième source d'information rapide sur les consommateurs pour les responsables marketing pendant cette crise du coronavirus.

C'est ce que révèle le cabinet Gartner dans une étude (1). Les outils de social media listening sont en effet utilisés par **51% des cadres marketing**, derrière les études consommateurs d'instituts et de cabinets mais devant les remontées des employés et les plateformes d'enquêtes clients.

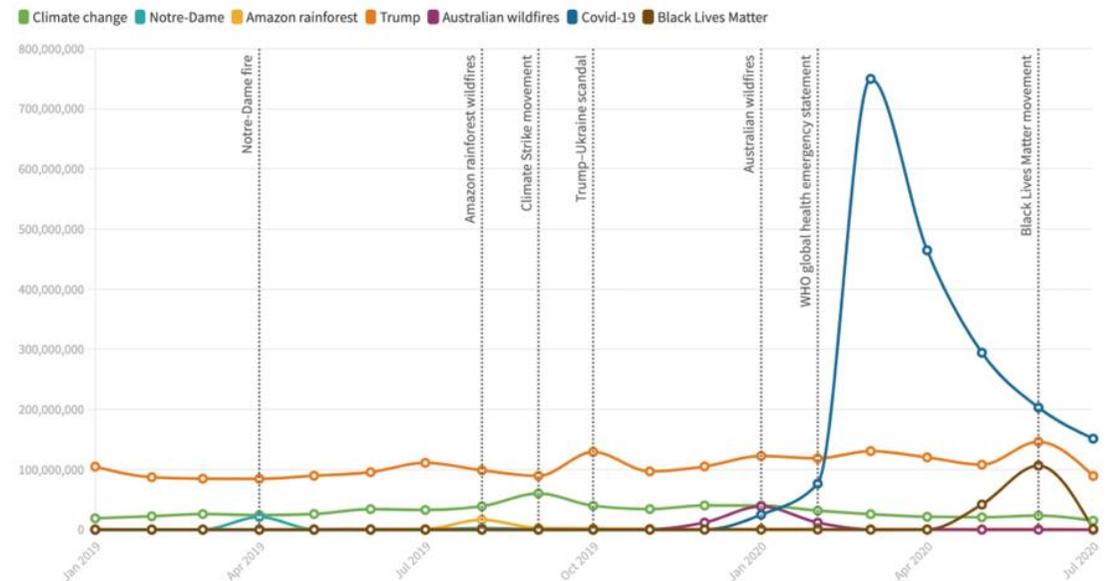


**Quelles sources d'information** rapides sur les consommateurs utilisent les responsables marketing pendant la crise du coronavirus ? - Gartner

Mais avec la crise du coronavirus, le challenge est plus que jamais la gestion d'un volume énorme de messages, articles et données publiés sur le web et les médias sociaux.

Le thème de la covid-19 a en effet généré, sur 7 mois, entre janvier et juillet 2020, un nombre de messages faramineux, supplantant tous les autres sujets. Ainsi en avril, les messages liés à la thématique Covid (**en bleu**) sont **7,5 fois plus nombreux** que ceux consacrés à **Donald Trump**, atteignant un pic à 760 millions de mentions. A tels point que le nombre de messages relatifs à des sujets très populaires du web comme le changement climatique ou le mouvement Black Live Matters sont **très largement supplantés**.

Most discussed topics online in 2019/2020 vs Covid-19



**Les sujets les plus discutés en ligne 2019-2020. Web et médias sociaux.**  
Mentions mensuelles - Digimind . AB.

1. Gartner : "Marketing in Uncertainty" webinar du 20 mars 2020 . Etude citée sur des responsables marketing

# Social Listening et "Fake news"

## Le Social Listening, de plus en plus utilisé en période de crise sanitaire

L'OMS parle même d'infodémie pour désigner le déluge d'informations vraies, fausses et de rumeurs liées à la crise sanitaire. Une masse qui contient donc du bon et du moins bon, voire du très mauvais en termes de fiabilité et de qualité. "Une **infodémie** est une surabondance d'informations, tant en ligne que hors ligne. Elle se caractérise par des tentatives **délibérées de diffuser des informations erronées** afin de saper la riposte de santé publique et de promouvoir les objectifs différents de certains groupes ou individus." explique l'organisation. (1)

Dans les cas extrêmes, la **fausse information peut tuer** : Environ 800 personnes sont mortes suite à une fausse information : "Une croyance populaire selon laquelle la consommation d'alcool hautement concentré peut désinfecter le corps et tuer le virus" a circulé dans différentes parties du monde au premier trimestre 2020 (2).

Oui, la crise sanitaire a également multiplié le nombre de Fake news en nombre et en diversité des thèmes partagés. En témoigne notre étude sur les 30 "fake news" les plus répandues sur les médias sociaux en France (voir partie V).



**Campagnes des Nations Unis contre la désinformation**  
- United Nations COVID-19 Response

1. OMS <https://www.who.int/fr/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>  
2. <https://www.bbc.com/news/world-53755067>

# Social Listening et "Fake news"

## L'apport du social media listening pour détecter et lutter contre les "fake news"

Un outil de social media listening perfectionné comme Digimind Social par exemple permet de mieux s'armer contre la désinformation et les fausses informations selon **4 grands axes** :

### 1. La sélection des sources et des auteurs

L'évaluation des sources et des auteurs d'une information est l'une des bonnes pratiques pour détecter des "fake news".

Un bon outil de social listening vous permet de sélectionner les sources que vous allez surveiller à partir d'un "magasin" de sources vérifiées, qualifiées et classées. Un **premier niveau** de votre veille sera donc issu de sources validées.

Add preconfigured source

Preview news [input] [OK] Show all [Add to agent]

All sources selected among : Type:Institutions ✕ Type:Specialized Media ✕ Sector:Pharmaceuticals and Health ✕ Language:French ✕ Country:Belgium ✕ Country:France ✕ 841 source(s)

- Businessimmo - Santé
- Buzz e-sante - Sida
- Cadremploi - Santé-Social
- Caducee - Epidemiologie
- Caducee - Médicaments et Pharmacologie
- Caducee.net - Actualités
- Caducee.net, portail b2b pour les professionnels de santé
- Cancer Bio Santé
- Cancérologue : La Lettre du Cancérologue par Edimark.fr
- Capgeris : Directeur Ehpad
- Cardiologie Pratique - Articles du journal
- Cardiologie-pratique - A la Une

« Previous 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 Next »

Un répertoire évolutif de sources qualifiées à sélectionner pour le monitoring. Critères de sélection : type de média, langue, pays, secteur, tags de qualification, mots clés - Digimind

### 2. Le tri, regroupement et qualification des messages

Restent tous les messages issus des médias sociaux pour lesquels il est impossible de qualifier tous les émetteurs. Il faudra ici distinguer les messages issus de comptes de médias et d'auteurs identifiés et dignes de confiance, de la masse de messages issus d'anonymes ou de comptes non validés.

TWITTER RANK 1 VOIR L'ACTIVITE 15/07/2020

126191400538118 @1261914005381185541  
RT @Qanon94016373: #Qanon Réflexion et incohérence Vous savez ce qui est curieux? Ils disent trouver un vaccin en si peu de temps pour le **coronavirus**. Ce qui ne fonctionne pas, c'est...  
Lire plus

NÉGATIVE - CORONAVIRUS ✕ VACCINS ✕ COVID CONTIENT DES INSERTIONS DE VIH ✕  
less tags  
\*FAKENEWS ✕

VOIR 1 MENTIONS SIMILAIRES → AUDIENCE TOTALE 976

TWITTER RANK 4 ABONNÉS 200 VOIR L'ACTIVITE 18/04/2020

jacquesderosier @jacquesderosier  
RT @CNEWS: «Le **coronavirus** est un virus sorti d'un **laboratoire** chinois avec de l'ADN de **VIH**», selon le Prix Nobel de Médecine Luc Montagnier [cnews.fr/france/2020-04-17/le-...](https://cnews.fr/france/2020-04-17/le-...)

NÉGATIVE - CORONAVIRUS ✕ PR LUC MONTAGNIER ✕ PR LUC MONTAGNIER ✕ \*FAKENEWS ✕

VOIR 142 MENTIONS SIMILAIRES → AUDIENCE TOTALE 1M

Taggage de "fake news" via le machine learning à partir d'éléments sémantiques analysés comme similaires - Digimind

# Social Listening et "Fake news"

## L'apport du social media listening pour détecter et lutter contre les "fake news"

L'outil de social media listening peut fonctionner en 2 étapes pour trier les informations :

### Qualitativement

- Pour qualifier automatiquement l'information comme **sûre** quand elle émane de sources ou auteurs reconnus ou au contraire **sujette à caution ou fausse** via le **machine learning** : on apprend à l'algorithme à repérer les messages douteux, trompeurs via une interface qui régulièrement, vous propose de classer un échantillon de messages types.

- Pour qualifier manuellement l'information puis automatiser le "taggage" (étiquetage) des informations similaires.

Exemple : vous qualifiez la fausse information "*L'Institut Pasteur a créé le coronavirus*" comme "Fake news". Toutes les informations "similaires" seront qualifiées de la même manière.

Mentions entre le 1 nov. 2020 et le 30 nov. 2020 (Seulement sauvegardées) Par Mentions Similaires Actions

TWITTER RANK1 ABONNÉS 13 VOIR L'ACTIVITE 02/11/2020

Lilia7h @lilia\_z  
RT @32e030b32a59482: 19. Il a également parler de la 5g et de la monnaie sans argent liquide qui se prépare derrière cette mascarade de COVID et derrière le grand reset ...  
Lire plus

NÉGATIVE - CORONAVIRUS - CORONAVIRUS - \*FAKENEWS -  
ONDES 5G RESPONSABLES PANDEMIE DE COVID

CACHER LES MENTIONS SIMILAIRES → AUDIENCE TOTALE 53K

TWITTER RANK 3 Abonnés 3 02/11/2020

UnRe @OKiml  
RT @32e030b32a59482: 19. Il a également parler de la 5g et de la monnaie sans argent liquide qui se prépare derrière cette mascarade de COVID et derrière le grand reset  
twitter.com/32e030b32a59482/st...

TWITTER RANK 1 Abonnés 17 02/11/2020

KirayS @Khalim3549  
RT @32e030b32a59482: 19. Il a également parler de la 5g et de la monnaie sans argent liquide qui se prépare derrière cette mascarade de COVID et derrière le grand reset

### Quantitativement :

- Pour repérer et classer les informations similaires publiées en **grand nombre** et donc potentiellement suspectes.

### ← Regroupement de fausses informations similaires

- Digimind

### 3. Une veille experts sur le fact-checking

Surveiller les sites et comptes sociaux dédiés à la vérification des informations vous permet d'être tenu au courant d'un certain nombre de "fausses informations" qui circulent. Exemple : les comptes Twitter de **services de fact checking** ou questions-réponses sur les faits d'actualité comme @afpFactuel, @decodeurs, @checknewsfr ou encore @20minFakeOff. La surveillance des comptes des journalistes vérificateurs vous apporte un niveau d'information supplémentaire. On détaille beaucoup de ces services et leurs équipes dans **notre partie VI** consacrées aux ressources et outils pour détecter les fake news.

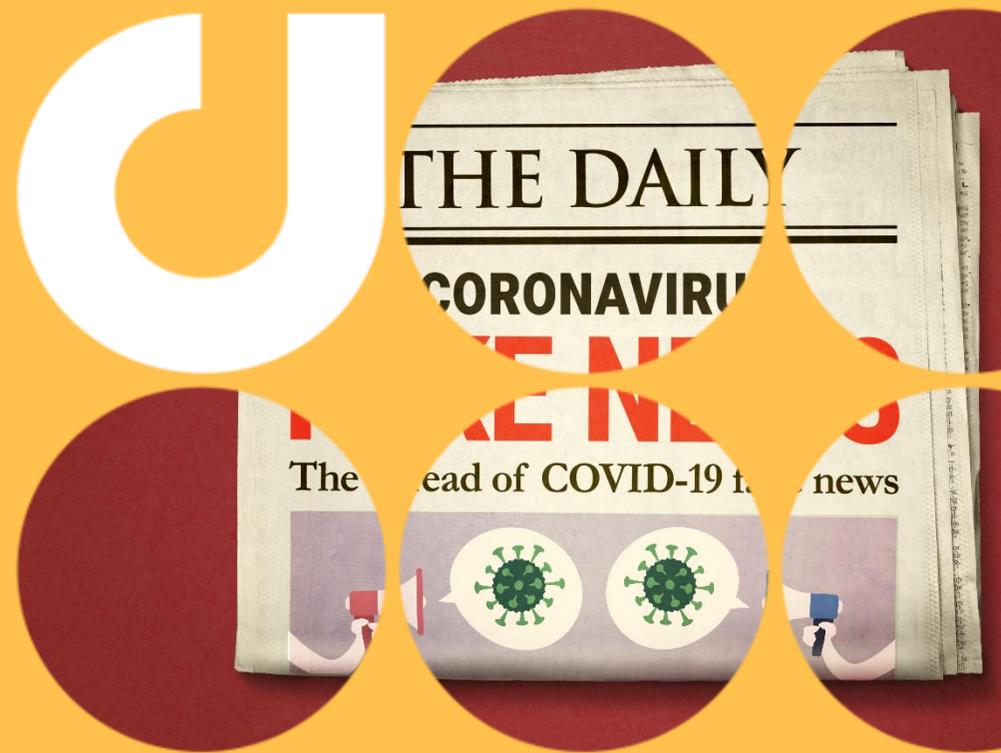
Pour une meilleure couverture, il est aussi possible de collecter les messages comportant par exemple le hashtag #factchecking et de les restreindre à votre région, à votre langue.

### 4. Le partage et la collaboration

Pour analyser et débusquer de fausses informations potentiellement dangereuses pour votre secteur, votre entreprise ou plus globalement nocives pour l'ensemble des citoyens, ne négligez pas les **fonctionnalités de collaboration** de votre outil de social media listening :

- **Partagez** vos découvertes et qualifications d'informations fausses ou douteuses pour communiquer
- **Analysez en mode collaboratif** pour vérifier une information : toutes les fausses informations ne sont pas si évidentes à détecter. Lorsqu'il s'agit d'informations partiellement déformées, détournées ou erronées, il est souvent nécessaire de grouper les efforts de recherches, de vérification et de confronter les points de vue.

# Covid, Vaccins : les "fake news" les plus répandues sur les médias sociaux en France



# Covid et "Fake news" en France

## Covid-19 : Un volume sans précédent de fake news

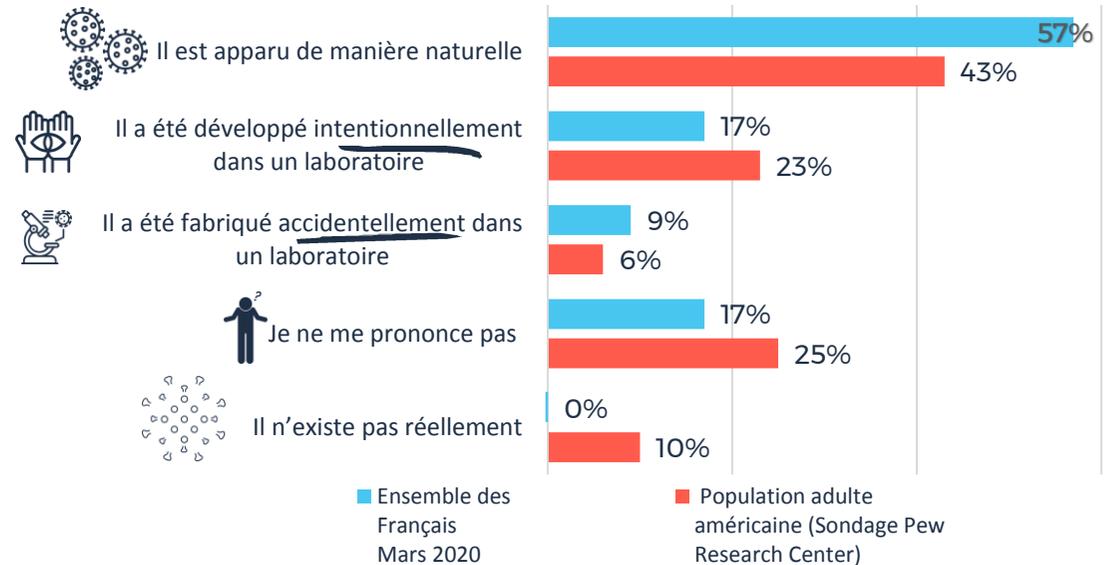
Aux USA, 44% des républicains pensent que le "futur vaccin" de Bill Gates contre le coronavirus contiendra une puce de suivi (1). **Pour 26% des Français, le coronavirus a été créé en laboratoire** (2).

Théories du complot, déformation d'actualités, faux remèdes, discrédits politiques partisans, les variétés de fake news relatives à la pandémie du coronavirus sont nombreuses depuis le début de l'année dans le monde entier. La France n'y échappe pas. Les infox et fausses théories se propagent rapidement, mutent et sont recyclées, notamment via les emails et les espaces de discussion du web.

Nous avons voulu savoir quelles étaient **les fake news liées au coronavirus et à la crise de la covid-19** les plus diffusées sur les médias sociaux (3).

La défiance envers les autorités, le doute envers les discours de certains scientifiques, le doute envers les discours de certains scientifiques, le sentiment de manipulation, la recherche de boucs émissaires ou encore le sentiment de faiblesse et de peur face à son propre état de santé ont construit, pour certaines catégories de la population, un terrain très propice à la diffusion accrue de fake news, de théories complotistes sur les réseaux et plateformes de discussions. Rendant la lutte contre les infox particulièrement difficile compte tenu de la variété, du volume et de la vitesse de propagation de ces rumeurs.

1. <https://www.presse-citron.net/40-republicains-pensent-que-futur-vaccin-bill-gates-contre-coronavirus-contiendra-puce-de-suivi/>  
 2. Enquête Ifop pour la Fondation Jean-Jaurès et Conspiracy Watch 24-26 mars 2020  
 3. Etude Digimind  
 4. <https://www.20minutes.fr/high-tech/2776155-20200522-coronavirus-volume-precedent-fake-news-illustre-viralite-desinformation-temps-crise-estime-camille-francois>



**Quelle est l'origine du Coronavirus pour les Français ? vs Américains**  
 Etude Ifop-Jean Jaurès-Conspiracy Watch – Pew Research Center

"Le volume sans précédent de fake news illustre la viralité de la désinformation dans les situations de crise", explique Camille François (4).

Dans ce contexte, elle a analysé 4 types de contenu de désinformation :

- des contenus **racistes** et anti-immigrants liés au coronavirus,
- des contenus **conspirationnistes**,
- des contenus sur la mésinformation médicale autour des **chiffres**, via des comptes diffusant leurs propres calculs et graphiques,
- des fake news qui reposent sur la mésinformation concernant les **remèdes** possibles contre le virus.

# Covid et "Fake news" en France

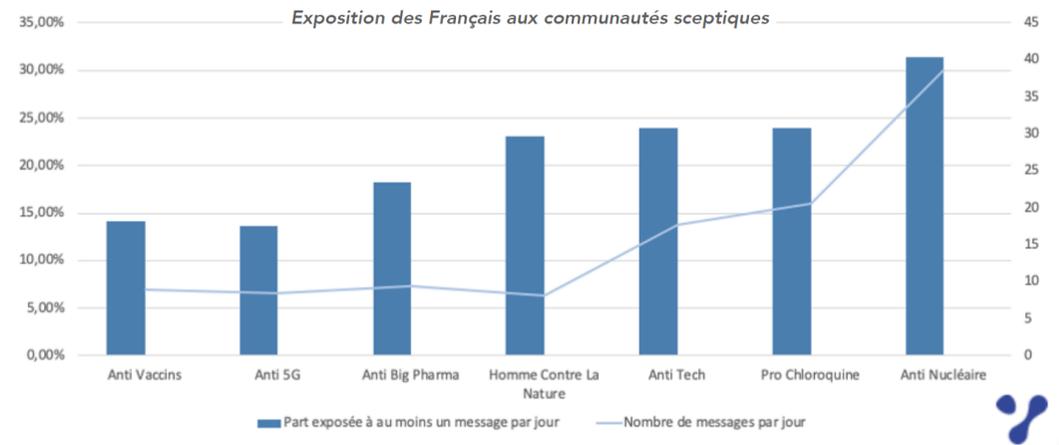
## Les Français plus exposés aux discours sceptiques depuis la crise du Covid-19

Par ailleurs, selon la passionnante étude de l'agence de communication Majorelle (1), les groupes dits "sceptiques" très actifs sur Twitter (chloroquine, 5G, vaccins, nucléaire) parviennent à **"capter une audience 5 à 10 fois supérieure à leur poids d'origine"** durant cette crise. Ainsi, en mai 2020, **13,6 % des twittos français** ont été exposés une fois par mois à des messages « anti-5G », soit plus de 8 messages par jour en moyenne, alors même que les anti 5G ne représentent que **2,6 % de l'opinion** publique telle qu'elle s'exprime sur les réseaux sociaux.

Idem pour les pro-chloroquine : 23,9 % des twittos ont été exposés une fois par mois à des messages « "pro-chloroquine", soit plus de 20,5 messages par jour en moyenne (!), alors même que ces pro-chloroquine ne représentent **que 6,29 % de l'opinion publique** telle qu'elle s'exprime sur les réseaux sociaux.

Majorelle explique que ce fort accroissement de l'audience de ces discours "anti" et "sceptiques" est liée à la crise du coronavirus qui a « mis en contact une **part importante de l'opinion publique française avec les "communautés sceptiques"**. L'agence a cerné et segmenté ces discours en 7 communautés "sceptiques" principales, particulièrement militantes :

- les « anti-big pharma »,
- les « anti-vaccins »,
- les « anti-5G »,
- les « anti-nucléaire »,
- Les adeptes d'une « vengeance de la nature contre l'homme » et les activistes pro-nature
- les complotistes anti-technologie
- les adeptes non scientifiques de l'usage de l'hydroxychloroquine.



**Les pro-chloroquine** : 23,9% des Français exposés une fois par mois, à raison de 20,5 messages par jour

1. ["La grande contagion"](#) - Lucy par Majorelle PR & Events, juillet 2020. comment sept communautés sceptiques, défiantes et conspirationnistes ont décuplé leur audience pendant la crise de la Covid-19", Sacha Mandel

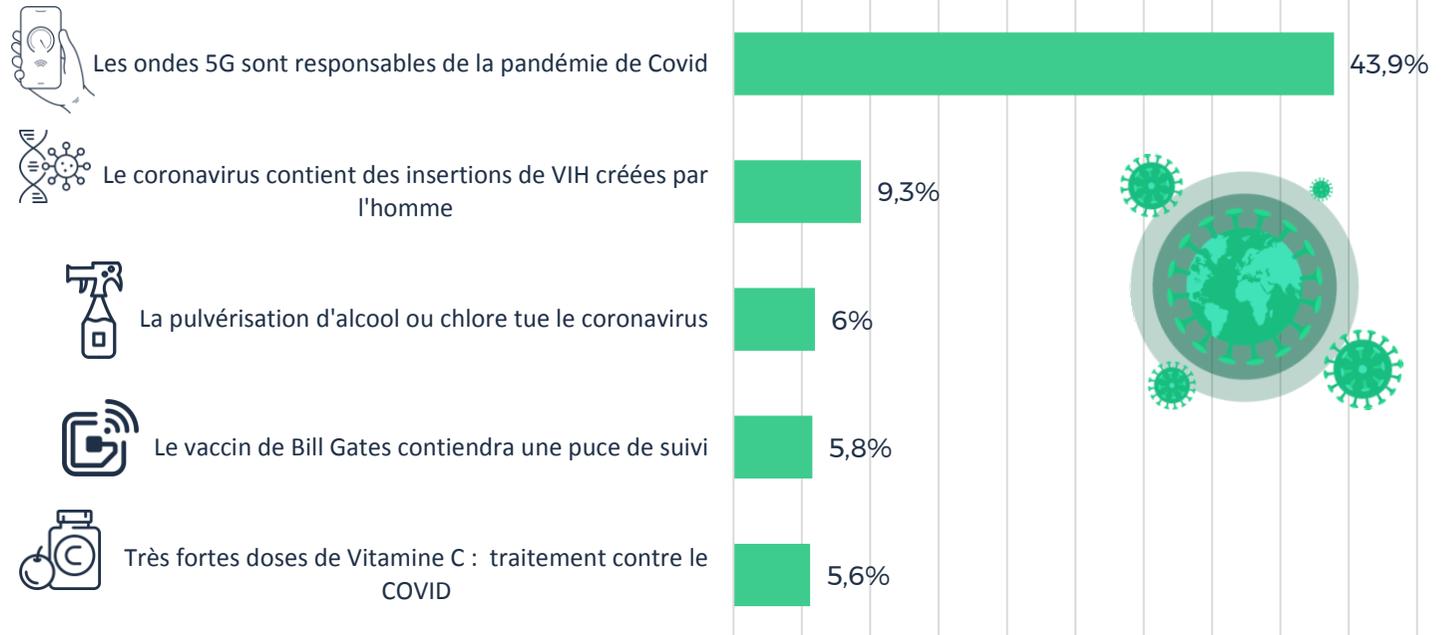
# Covid et "Fake news" en France

## Les 5 "fake news" liées au coronavirus et covid-19 les plus partagées sur le web et les médias sociaux

Nous avons analysé des milliers de messages en français, liés à des controverses et fausses informations (billets, posts, tweets, articles) parmi 20 millions de mentions postées sur les forums, blogs et réseaux sociaux via notre outil de veille, d'écoute et d'analyse des médias sociaux Digimind Social (1).

Cette étude nous a permis de distinguer **36 infox particulièrement partagées** sur le web et les réseaux sociaux pendant cette période. Parmi elles, les fake news sur les **ondes 5G responsables de la pandémie** de Covid-19 représentent à elles seules 44% des messages étudiés ce qui en fait très largement l'infoc de la plus partagée.

Regardons déjà les 5 fake news les plus relayées en France :



Le top 5 des fakes news sur le coronavirus et la Covid sur le web et les médias sociaux en France - Digimind

1. Méthodologie : collecte de 92600 messages liés à des controverses et fausses informations (billets, posts, tweets) sur les forums, blogs et réseaux sociaux du 1er février au 19 juillet 2020 via notre outil d'écoute et d'analyse des médias sociaux Digimind Social. Hors plateformes et comptes sociaux des médias. Analyse des fake news les plus partagées (mentions similaires)

# Covid et "Fake news" en France

## Les 5 "fake news" liées au coronavirus et covid-19 les plus partagées sur le web et les médias sociaux



### 1. Les ondes 5G sont responsables de la pandémie de Covid-19

C'est une fake news à dimension internationale relayant une **théorie jamais étayée** : le virus SARS-CoV-2 serait transmis par les ondes de rayonnement de la 5G. La théorie est particulièrement répandue aux USA et en Grande-Bretagne et a commencé à être partagée en France fin mars pour atteindre un pic en avril. Autre faux argument relayé : les ondes de la 5G pourraient affaiblir le système immunitaire, favorisant l'infection par le coronavirus.

Cette infox a conduit un petit groupe d'individu à incendier des équipements 5G (pylônes électriques) et à menacer des ingénieurs et employés dans plusieurs villes d'Angleterre (9).

Selon NewsGuard, une société qui analyse la crédibilité de sites d'information en Europe et aux États-Unis, cette théorie est apparue pour la première fois en janvier 2020 sur le blog français complotiste "Les Moutons Enragés".



### 2. Le coronavirus est un virus sorti d'un laboratoire chinois contenant de "l'ADN de VIH"

Cette fausse théorie suggère que le coronavirus contient des "insertions de VIH" qui prouvent que le virus a bien été créé artificiellement en laboratoire. C'est la 2ème fake news la plus relayée sur le web en France après les théories sur la 5G. En France, sa propagation a été facilitée par un émetteur leader d'opinion, le Pr virologue Luc Montagnier, co-lauréat du prix Nobel de médecine en 2008 pour avoir découvert le virus du sida,

Pour lui, le SARS-CoV-2 serait un virus manipulé par les Chinois avec de "l'ADN de VIH". Cette théorie provient initialement d'un article de recherche publié sur le site BioRxiv.org, qui permet à des chercheurs de partager des études scientifiques avant consultation par un comité scientifique et les pairs. Les auteurs ont toutefois retiré l'étude 2 jours après sa publication sur le site. En fait, ces séquences "similaires au VIH" se retrouvent dans de très nombreux autres virus, parfois de manière beaucoup plus marquée que pour le nouveau coronavirus.



### 3. La pulvérisation d'alcool ou de chlore sur le corps peut tuer le coronavirus

"La pulvérisation d'eau de javel (chlore) ou d'autres désinfectants sur le corps ou leur introduction dans l'organisme ne protègent pas contre la COVID-19 et peuvent être dangereuses." rappelle l'OMS sur son site. Et pourtant, cette infox a largement circulé, et ce même avant le 23 avril, lorsque Donald Trump a suggéré d'ingérer de l'eau de javel pour tuer le virus (parmi d'autres idées).

# Covid et "Fake news" en France

## Les 5 "fake news" liées au coronavirus et covid-19 les plus partagées sur le web et les médias sociaux



### 4. Bill Gates veut implanter des "puces" électroniques via des vaccins, pour "marquer" et géolocaliser la population et la contrôler

En fait, ces allégations mélangent divers projets (parmi les très nombreuses activités du milliardaire) et recherches liés de près ou de loin à Bill Gates, à sa fondation, aux certificats numériques et à la vaccination.

Le milliardaire américain est d'ailleurs le sujet régulier de fake news et la cible de théories du complot. La crise du coronavirus a renforcé sa présence dans l'univers des infox : La pandémie de Covid-19 aurait été prédite lors d'une simulation de la fondation Bill et Melinda Gates, ou encore un laboratoire financé par Bill Gates aurait breveté le coronavirus.



### 5. De fortes doses de Vitamine C constituent un traitement efficace contre la COVID-19

Alors que, bien avant la crise de la Covid, 37 % des français estimaient avoir déjà été confrontés à des fake news dans le domaine de la santé (médicaments, soins, pathologies et nutrition)(10), les messages de désinformation sur les remèdes possibles contre le coronavirus se sont nettement multipliés. Sans allégations scientifiques, de nombreux sites, aux USA, Canada puis en France ont relayé le fait que la prise de grosses doses (parfois en intraveineuses) de vitamines C et D3 constituaient un remède efficace contre le virus.

En fait, pour avoir une influence minime sur la santé en générale, la vitamine C doit être prise en très grande doses, beaucoup plus grande que l'apport quotidien recommandé. Mais les études en cours n'ont révélé aucun bénéfice contre la Covid-19.

**Découvrez les 36 "Fake News" les plus partagées sur le coronavirus en France :**



# Vaccins et "Fake news" en France

Les théories du complot et la désinformation, générant de la méfiance à l'égard des vaccins contre la COVID-19 pourraient conduire à des taux de vaccinations en dessous des 55% nécessaires pour obtenir une immunité collective aux États-Unis et en Grande-Bretagne selon une étude de la London School of Hygiene & Tropical Medicine (1). Et en France ?

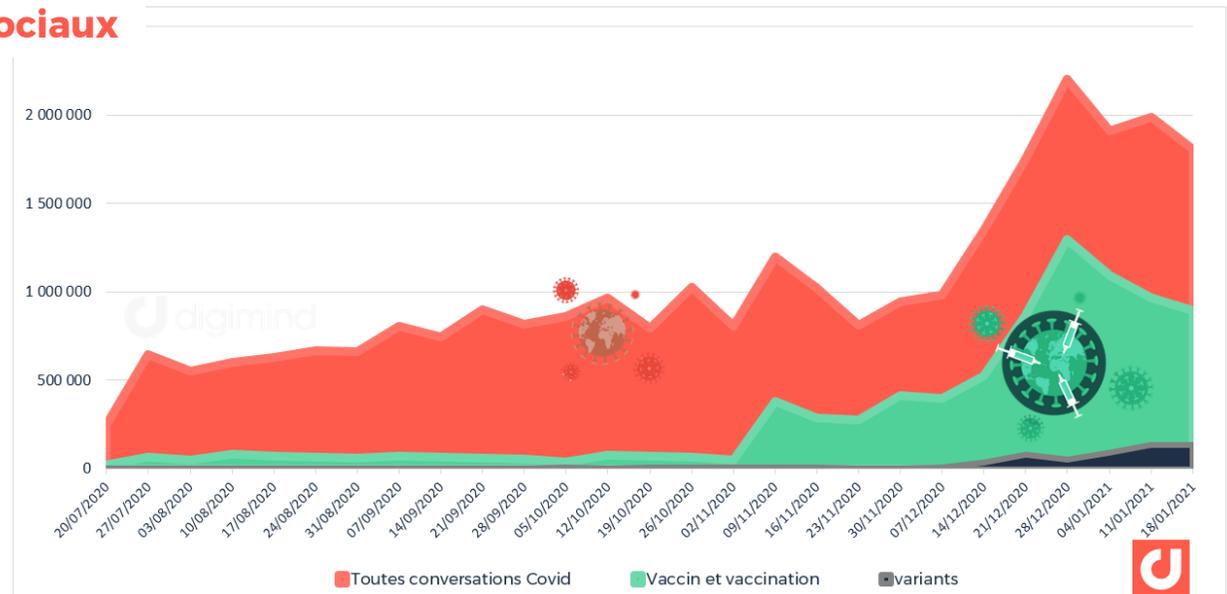
En novembre, 54% des Français déclaraient qu'ils se feraient vacciner, les plaçant en tête des pays les plus réticents. Les fake news sur la Covid et le coronavirus sont légions sur le web et les réseaux sociaux depuis le début de la pandémie. Et, avec l'annonce des premiers vaccins contre le virus en novembre 2020, c'est cette nouvelle thématique qui prend de l'ampleur parmi les fausses informations diffusées massivement.

Après avoir étudié à l'été 2020 les fake news sur le coronavirus, nous avons voulu savoir dans cette seconde analyse quelles étaient **les fake news sur les vaccins et la vaccination les plus diffusées sur les médias sociaux** en France depuis l'automne 2020.

## Les vaccins et les Français sur les réseaux sociaux

Depuis l'annonce des premiers vaccins candidats anti-covid efficaces, début novembre 2020, les informations **vraies ou fausses** sur la vaccination et les vaccins, partagées sur les médias sont en très nette augmentation : un volume en effet multiplié par 7,8 entre octobre et novembre 2020 puis par 3,5 entre le 9 novembre et le 25 décembre.

En France, sur les 3 derniers mois (novembre-décembre-janvier), les conversations et messages à propos des vaccins sur les médias sociaux (blogs, forums, réseaux sociaux, avis consommateur...) représentent désormais 41% de tous les mentions dédiées à la crise Covid-Coronavirus, toutes thématiques confondues.



Mentions médias sociaux France (blog, forums, réseaux sociaux, avis) - Source : Digimind Historical Search

### Evolution des conversations Vaccins vs Toutes conversations Covid-Coronavirus - depuis juillet 2020. France.

Source : Digimind Historical Search

1. La désinformation nourrit la méfiance à l'égard des vaccins, selon une étude [https://www.challenges.fr/monde/coronavirus-la-desinformation-nourrit-la-mefiance-a-l-egard-des-vaccins-selon-une-etude\\_737171](https://www.challenges.fr/monde/coronavirus-la-desinformation-nourrit-la-mefiance-a-l-egard-des-vaccins-selon-une-etude_737171)

# Vaccins et "Fake news" en France

La thématique des vaccins évolue dans un contexte très particulier de méfiance et de défiance en France. On connaît la percée des groupes anti-vaccins depuis 10 ans sur les réseaux sociaux (avec un pic notamment entre décembre 2017 et mars 2018 avec la loi du 11 décembre 2017 étendant à 11 le nombre de vaccins obligatoires pour les enfants et les bébés) (2). Mais au-delà, une enquête a montré l'adhésion de la population à certaines thèses à caractère conspirationniste concernant les vaccins.

Ainsi, l'enquête Ifop-Fondation Jean-Jaurès- Conspiracy Watch (3) publiée en mai 2020 révèle que 51% des Français sont d'accord avec la proposition "Il est prouvé que certains adjuvants contenus dans les vaccins, comme l'aluminium, peuvent être très dangereux". De plus, 33% des Français en moyenne considèrent que le ministère de la Santé et les laboratoires pharmaceutiques "sont de mèche pour cacher au grand public la réalité sur la nocivité des vaccins".

## Le mouvement antivax

Le mouvement des anti-vaccins se développe à partir du milieu des années 1990 à la faveur des controverses sur le vaccin contre l'hépatite B (début 1998), sur le vaccin H1N1 (septembre 2009) et à partir de la loi sur les 11 vaccins obligatoires pour les enfants et les bébés en janvier 2018.

Depuis l'annonce des premiers candidats vaccins efficaces contre la covid-19, les messages anti-vax sont amplifiés par les Français sceptiques envers la vaccination mais aussi par les complotistes sur Facebook, YouTube, Twitter et WhatsApp notamment. Le discours des anti-vaxx s'axe principalement autour de théories et fausses informations que l'on peut schématiquement regrouper en 2 thèmes : l'enrichissement des laboratoires ("Big Pharma") et la volonté de contrôler les populations lors des vaccinations de masse ("Big Brother"). Ces 2 thèmes génèrent ensuite de nombreuses variantes.

Sur les médias sociaux, les antivax s'identifient notamment autour des hashtags #antivaccin, #antivax, #antivaxx, #nonauvaccin et depuis novembre, #jenemefaispasvacciner ou encore #JeNeMeFeraisPasVacciner.

2. 11 vaccins obligatoires <https://solidarites-sante.gouv.fr/prevention-en-sante/preserver-sa-sante/vaccination/vaccins-obligatoires/article/11-vaccins-obligatoires-depuis-2018>

3. L'adhésion à différentes affirmations sur les vaccins Enquête Ifop pour la Fondation Jean-Jaurès et Conspiracy Watch. [https://jean-jaures.org/sites/default/files/redac/commun/productions/2020/1105/connaissances\\_et\\_preconceptions\\_a\\_legard\\_des\\_vaccins.pdf](https://jean-jaures.org/sites/default/files/redac/commun/productions/2020/1105/connaissances_et_preconceptions_a_legard_des_vaccins.pdf)



Mentions médias sociaux France (blog, forums, réseaux sociaux, avis consommateurs) - janvier 2019 - janvier 2021. Source : Digimind Historical Search

#Datamind www.digimind.com

## Evolution des mentions "antivax" 24 derniers mois en France sur les médias sociaux

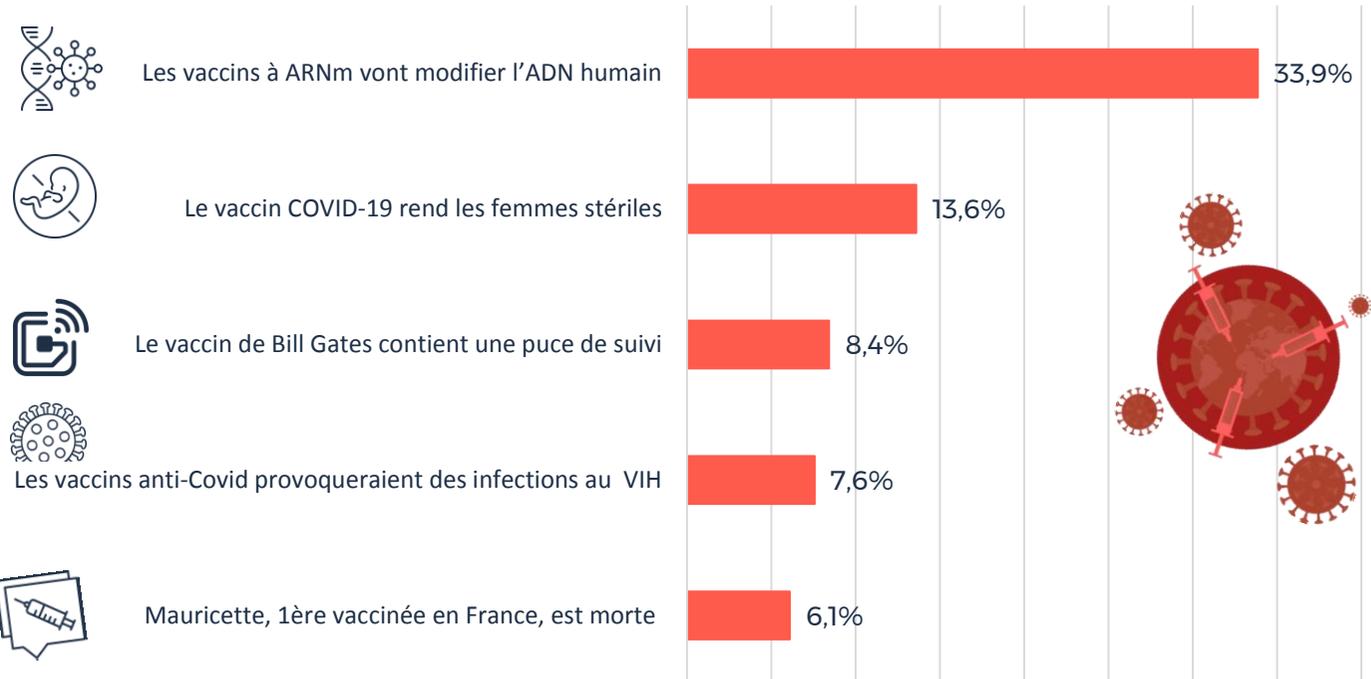
Source : Digimind Historical Search

# Vaccins et "Fake news" en France

## Les 5 "fake news" sur les vaccins les plus partagées sur le web et les médias sociaux

Nous avons analysé, du 1er septembre 2020 au 25 janvier 2021, 19 762 messages en français pour la France, liés à des controverses et fausses informations (billets, posts, tweets, articles, commentaires) parmi 8,7 millions de mentions à propos de la Covid et Coronavirus postées sur les forums, blogs et réseaux sociaux, ce, via notre outil de veille, d'écoute et d'analyse des médias sociaux Digimind Social. Nous ne retenons que les messages postés par des internautes, hors médias.

Cette étude nous a permis de distinguer 35 infox particulièrement partagées sur le web et les réseaux sociaux pendant cette période. Parmi elles, les **fake news sur les prétendus effets des vaccins à ARNm sur l'ADN humain** représentent à elles seules près de **34% des messages étudiés** ce qui en fait l'infoc de la plus partagée à propos des vaccins anti-covid.



**Le top 5 des fake news sur la vaccination et les vaccins anti-covid sur le web et les médias sociaux septembre 2020-janvier 2021. France.** Etude Digimind. Classement en % de mentions.

# Vaccins et "Fake news" en France

## Les 5 "fake news" sur les vaccins les plus partagées sur le web et les médias sociaux



### 1. Les vaccins à "ARN messenger" vont modifier l'ADN humain (faux)

Cette fausse information a été partagée dès le lendemain de l'annonce du vaccin Pfizer en novembre. Elle prétend que les vaccins dits à "ARN messenger" vont modifier l'ADN humain, "transformer nos gènes", nous transformer en OGM suivant les variations de cette infox.

Faux : Si ces vaccins envoient bien une instruction génétique à l'organisme, celle-ci disparaît rapidement et n'a pas de possibilité de modifier l'ADN du patient. L'Inserm précise aussi : "L'ARN injecté via le vaccin n'a aucun risque de transformer notre génome ou d'être transmis à notre descendance dans la mesure où, comme mentionné plus haut, il ne pénètre pas dans le noyau des cellules. Or, c'est dans ce noyau cellulaire que se situe notre matériel génétique."



### 2. Le vaccin anti COVID-19 rend les femmes stériles (faux)

Cette infox prétend qu'un vaccin anti covid-19 conduirait à une infertilité des femmes vaccinées, car dans l'incapacité de fabriquer du placenta. Cette théorie affirme que le "vaccin pousse le système immunitaire à s'attaquer à la syncytine-1, une protéine impliquée dans le développement du placenta". Cette fausse information "provient" d'un document de décembre 2020 adressé à l'Agence Européenne du Médicament qui liste les incertitudes autour du vaccin Pfizer/BioNTech. L'AFP explique que le texte précise de lui-même qu'il "n'y a pas d'indication" allant dans le sens d'anticorps anti-protéine S "qui agirait aussi comme anticorps anti Syncytine-1". Il ne s'agit donc que d'une simple supposition, plus qu'improbable, selon des spécialistes interrogés par l'AFP.



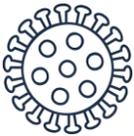
### 3. Bill Gates veut implanter ses "puces" électroniques via des vaccins, pour surveiller et contrôler la population mondiale (faux) .

Cette fausse information (une des plus anciennes) est d'ailleurs **l'une des fake news les plus répandues, toutes thématiques confondues**, depuis le début de la pandémie Covid-19 sur les médias sociaux. Elle figurait largement en tête de notre classement des fake news les plus partagées sur la covid entre février et juillet 2020.

Cette allégation fait en quelque sorte la **synthèse entre les 2 piliers des idées** diffusées par les anti vaccins : la surveillance de masse ("Big Brother") et la recherche du profit par les multinationales ("Big Pharma") incarnées par le milliardaire américain. Depuis longtemps, Bill Gates cristallise l'attention des anti-vaccins mais aussi de toutes sortes de complotistes. Un des faits à l'origine de ces fausses informations sont ses multiples déclarations et investissements dans des campagnes de vaccination internationales. C'est aussi le résultat d'un mélange obscur de plusieurs projets de Bill Gates comme les recherches de sa fondation, et ses déclarations sur les certificats numériques. Il est régulièrement la cible d'infox comme par exemple de prétendus liens avec le laboratoire P4 de Wuhan d'où proviendrait le virus (faux) ou encore l'existence d'un vaccin contre la polio promu par lui ayant paralysé près de 500 000 enfants en Inde (faux).

# Vaccins et "Fake news" en France

## Les 5 "fake news" sur les vaccins les plus partagées sur le web et les médias sociaux



### 4. Les vaccins contre la Covid-19 provoqueraient des infections au VIH (faux)

Des messages relayés sur Twitter puis Facebook affirment, à tort, que des vaccins anti-Covid provoqueraient des infections au VIH. Cette fausse information est notamment dérivée d'un article de la revue scientifique The Lancet mettant en garde sur l'utilisation de vaccins faisant appel "à des adénovirus de type 5 sur les populations à risque du VIH". "Les adénovirus sont de très bons vecteurs immunogènes, pourvus d'un génome relativement souple" expliquent les scientifiques interrogés par les fact-checkers de 20 Minutes. "Or, les vaccins actuels n'utilisent pas Ad5 comme vecteur, mais d'autres variantes d'adénovirus. Concernant ces dernières, il n'y a aucune preuve qu'elles puissent augmenter le risque d'infection par le VIH ". Source : 20 Minutes Fake Off



### 5. Mauricette, première personne vaccinée en France, est morte. (faux)

Le 28 décembre 2020, un internaute a annoncé le décès de Mauricette, "Mauricette, première française vaccinée contre le Covid-19 est morte." C'est faux. L'auteur a ensuite reconnu avoir inventé l'histoire. Mais malgré cela, la fausse information s'est propagée jusqu'au 22 janvier avec un fort rebond entre le 15 et le 17 janvier. L'AP-HP a confirmé que le décès de Mauricette était «faux».

Découvrez les 35 "Fake News" les plus partagées sur les vaccins en France :



LIRE ...

# Interview **Experte #2**



# Interview experte : **Faustine Boulay**



## **Pouvez-vous présenter votre association et son rôle ?**

L'association ALDHAA se définit comme une Association de Lutte contre la Désinformation en Histoire, Histoire de l'Art et Archéologie. Son action est donc **d'agir contre la désinformation et la réécriture des faits historiques** (aux dépens des consensus scientifiques) notamment aux profits d'idéologies politiques et/ou nationalistes, de manipulations des discours, de théories sectaires ou complotistes.

L'association se compose aussi bien de professionnels du monde de l'archéologie, de l'histoire ou de l'histoire de l'art, mais aussi de personnes passionnées par ces domaines et qui souhaitent agir contre la désinformation.

Elle tend à vulgariser les connaissances et **promouvoir l'esprit critique**, et mettre en avant ou participer à des projets dans ces domaines.

Essentiellement, **les actions de l'association** vont de la veille sur les réseaux sociaux (internet étant une chambre d'écho majeure pour les fake-news et la désinformation), les conférences, les interventions à la radio, les conférences-ateliers, les interventions auprès des scolaires et des jeunes qui peuvent être les premières victimes de la désinformation en histoire et archéologie.

Notre site web est pour le moment en reconstruction mais l'association est joignable par mail : [aldhhaa.association@gmail.com](mailto:aldhhaa.association@gmail.com)

## **Comment se matérialisent les fakes news/la désinformation en Histoire, Histoire de l'art et archéologie ?**

Les « fakes » en archéologie sont anciens, mais ils ont commencé à prendre de l'importance auprès du grand public à partir des années 1960 avec en France des ouvrages comme « Le Matin des Magiciens ».

Avec internet et l'apparition des réseaux sociaux ou de plateformes telles que Youtube, les fake news ont pris une ampleur énorme. Tout un chacun peut ainsi devenir explorateur, chercheur, et partager ses réflexions au plus grand nombre, sans quasiment aucun contradicteur (ou s'il y en a, il peut le bannir, supprimer ses commentaires etc).

Les plus grandes plateformes telles Facebook, Youtube, Twitter, où l'information peut être diffusée de façon massive en quelques instants, sont les foyers principaux de diffusion des fakes et de la désinformation. En ce qui concerne le travail de notre association, c'est surtout sur Youtube que les choses se font. Des **chaînes entières sont consacrées à ces pseudo-théories**, des pseudo-documentaires y sont diffusés, et sont visionnés des milliers voire parfois des milliards de fois, par des spectateurs parfois jeunes.

# Interview experte : **Faustine Boulay**



## **Pouvez-vous nous parler d'exemples marquants ? Que sont ces faux documentaires sur YouTube ?**

Le médium le plus efficace pour ces pseudo-théories sont la forme documentaire. Il faut dire qu'auprès de la majorité des gens, le documentaire est un format en qui ont peut avoir confiance, qui est supposé nous présenter la réalité des choses.

Le documentaire donne un côté « scientifique » au propos traité.

**Les auteurs de pseudo-théories reprennent les codes du documentaire** pour faire passer leurs propos comme une vérité. Ils vont aussi jouer sur des biais émotionnels : le narrateur se présente comme un non-scientifique, auquel la grande majorité des spectateurs peut s'identifier. Le propos dans ces pseudo-documentaires accumule les questions, **sans citer les réponses apportées par les scientifiques**, ou la recherche scientifique actuelle.

Ce genre de pratique alimente aussi bien des mensonges ou des « légendes urbaines » qu'une défiance envers les scientifiques et la Science en générale. C'est là que s'ouvre la porte du complotisme, et parfois même d'idéologie nauséabonde (racisme, dérives sectaires etc). Le tout est très souvent accompagné de très belles images, et d'un scénario et d'une musique qui empruntent des éléments percutants au monde du cinéma.

Ces pseudo-documentaires, ou **documenteurs**, peuvent être diffusés à la télévision, mais trouvent majoritairement leur public sur Youtube, ou d'autres plateformes du genre. C'est par ces biais qu'ils vont trouver un public, et même des **financements conséquents**.

Ainsi, le fameux documenteur « **La Révélation des Pyramides** », qui accumule les mensonges et qui alimente l'idée que les peuples non-occidentaux ne sont pas les bâtisseurs de leurs monuments remarquables, a récolté sur Helloasso plus de 180 000 euros grâce à des dons de particuliers afin de réaliser leur opus 2 (qui malgré les années qui passent n'est toujours pas sorti).

Chaque année voit un documenteur être publié sur internet, et leurs nombres de vues dépassent de loin le moindre documentaire sérieux et scientifique. De même, des professionnels et passionnés – tel « Temps Mort », « Passé Recomposé », « SCAM » ou le vidéaste Thomas LAURENT, etc-essaient d'offrir **une réponse scientifique aux fake news** sur ces mêmes plateformes, mais encore une fois, leur audience est faible comparée à celle des documenteurs.



**Comment lutter contre ce type de fake news ?  
Est-ce que l'éducation aux médias, à un esprit critique est suffisante selon vous dans les écoles ?**

A l'heure actuelle on peut être rapidement découragé dans cette lutte, cependant il est important de comprendre que seul un travail sur plusieurs plans pourra être efficace : la vulgarisation, l'éducation, l'investissement des scientifiques et des services publics.

1. La **vulgarisation** est un des premiers axes. C'est dans ce cadre que notre association agit le plus, et c'est un gros morceau, car on ne vulgarise pas de la même manière auprès d'adultes, d'enfants etc.

Il est une donnée qui nous semble aussi très importante dans notre réflexion : on nous reproche parfois dans nos actions de « briser le rêve » et c'est une chose que nous devons entendre. Ainsi, dans la vulgarisation, le « debunk » ne suffit pas. Pour être entendu, il ne faut pas désenchanter sans réenchanter ensuite, et pouvoir ainsi présenter au grand public des passionnés, leur permettre de s'adresser sans peur à des scientifiques, leur permettre d'expérimenter etc. Combien d'archéologues d'aujourd'hui ont voulu devenir archéologues en regardant Indiana Jones ou même Stargate ? La vulgarisation est un **pont inestimable entre le grand public et le monde scientifique.**

2. **L'éducation**, que ce soit aux médias, à **l'esprit critique** est aussi d'une importance majeure, et cela va bien au-delà du domaine de notre association. A cela nous pourrions ajouter une certaine historiographie des sciences pour répondre à des questions telles que : « Comment sait-on telle chose ? » « Comment on sait que l'on sait ? », et ainsi comprendre comment le savoir se construit, et plus généralement comment on « fait la science ».

3. Il est aussi important de se poser la question du rapport entre les scientifiques et le grand public. A l'heure actuelle, la défiance vis-à-vis du monde scientifique se constate chaque jour, avec des conséquences non négligeables. Permettre aux **scientifiques et au grand public de se rencontrer**, d'échanger (comme nous avons pu le faire au travers de conférences, ou de débats) permet souvent de réduire la méfiance. Il faut insister aussi sur les liens et les apports que les amateurs peuvent apporter au monde scientifique, qui n'est pas le monde dogmatique et fermé que les documenteurs montrent.

La question d'actions du service public peut aussi se poser. Si les documenteurs marchent aussi bien sur Youtube, peut-être **la télévision peut-elle aussi**, en reprenant certains codes si séduisants des documenteurs, offrir une nouvelle vulgarisation ?

Historienne de l'art, diplômée de l'Université de Rennes II, de l'Université de Nanterre-Paris Ouest et de l'Ecole du Louvre, **Faustine Boulay** s'est spécialisée dans les techniques anciennes. Très rapidement dans son parcours, elle s'est retrouvée confrontée aux « fake news » et à la désinformation dans les domaines de l'Archéologie, de l'Histoire de l'Art et de l'Histoire. Face à l'ampleur que ces « pseudo-théories » prennent de plus en plus, elle a décidé de créer une association, pour que les professionnels et amateurs passionnés qui agissent, comme elle, contre la désinformation, puissent avoir une identité visible : L'ALDHAA (Association de Lutte contre la Désinformation en Histoire, Histoire de l'Art et Archéologie).

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

# Ressources et outils pour cerner et lutter contre les "fake news"



# "Fake news" : Ressources et outils 1/11

## A. RESSOURCES

### 1. Les services web dédiés au fact-checking

#### AFP Factuel : Le fact-checking par l'AFP

Outre le français, le fact-checking à l'AFP existe dorénavant en arabe, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, depuis @AFP\_Beirut sur <https://factuel.afp.com/ar> et sur le compte <https://twitter.com/afpfactmena>.

Existe aussi en thai (@AfpFactCheckTH), anglais (@AFPFactCheck), espagnol (@AfpFactual), portugais (@AfpChecamos), en indonésien (@AFPperiksafakta), néerlandais (@AFPFactCheckNL), en malais (@afpsemakanfakta), en polonais (@AFPsprawdzam).

👉 <https://factuel.afp.com/>

Sur Twitter en français : @AfpFactuel

Sur Facebook : <https://www.facebook.com/afpfactuel>

#### L'équipe de journalistes :

[@RemiBanet](#)  
[@greglemarchand](#)  
[@ACEFSami](#)  
[@Moniq\\_May](#)  
[@mdj\\_sadia](#)  
[@Mariegnrs](#)  
[@fr\\_dastier](#)  
[@SaChellali](#)  
[@ptalagrand](#)  
[@charpentrat](#)



#### Fact-checking

En français, la vérification des faits : technique consistant d'une part à vérifier en temps instantané la véracité des faits et l'exactitude des chiffres présentés dans les médias par des personnalités politiques et des experts, d'autre part à évaluer le niveau d'objectivité des médias eux-mêmes dans leur traitement de l'information (1).

Cette vérification s'est étendue ensuite aux réseaux sociaux.



VENONS-EN AUX FAITS



1. Wikipedia [https://fr.wikipedia.org/wiki/V%C3%A9rification\\_des\\_faits](https://fr.wikipedia.org/wiki/V%C3%A9rification_des_faits)

# "Fake news" : Ressources et outils 2/11

## A. RESSOURCES

### 1. Les services web dédiés au fact-checking

#### Les Décodeurs par Le Monde

Au-delà de la détection de fake news, ce service se veut pédagogique et entend expliquer l'information : "Ils vérifient déclarations, assertions et rumeurs en tous genres; ils mettent l'information en forme et la remettent dans son contexte; ils répondent à vos questions."

👉 <https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/>

Sur Twitter : [@decodeurs](https://twitter.com/decodeurs)

Sur Facebook : <https://www.facebook.com/lesdecodeurs/>

L'équipe de journalistes : [@jeremie\\_baruch](https://twitter.com/jeremie_baruch) [@garydagorn](https://twitter.com/garydagorn) [@pierrebrt](https://twitter.com/pierrebrt) [@dathilde](https://twitter.com/dathilde) [@AdrienSnk](https://twitter.com/AdrienSnk) [@mvaudano](https://twitter.com/mvaudano) [@Willvs](https://twitter.com/Willvs) [@Assma\\_MD](https://twitter.com/Assma_MD)

Le Monde édite par ailleurs :

#### Le Décodex

Un moteur de recherche et de vérification de la fiabilité des sources.



<https://www.lemonde.fr/verification/>

Sur Twitter : [@LeDecodex](https://twitter.com/LeDecodex)



#### CheckNews par Libération

CheckNews est un service et un moteur de recherche de questions-réponses, gérés par des journalistes de Libération (l'équipe de [@LibeDesintox](https://twitter.com/LibeDesintox), le précédent service de fact-checking). Posez vos questions, ils enquêtent avant de vous répondre. Toutes les questions et réponses sont archivées.

👉 <https://www.liberation.fr/checknews,100893>

Sur Twitter : [@CheckNewsfr](https://twitter.com/CheckNewsfr)

Sur Facebook : <https://www.facebook.com/CheckNewsFr/>

L'équipe de journalistes : Cédric Mathiot, [@L\\_peillon](https://twitter.com/L_peillon) [@paulinemoullot](https://twitter.com/paulinemoullot) [@emmadonada](https://twitter.com/emmadonada) [@LeboucqF](https://twitter.com/LeboucqF) [@Jacques\\_Pezet](https://twitter.com/Jacques_Pezet) [@VincentCoquaz](https://twitter.com/VincentCoquaz) [@AnaisCondomines](https://twitter.com/AnaisCondomines)



# "Fake news" : Ressources et outils 3/11

## A. RESSOURCES

### 1. Les services web dédiés au fact-checking

#### 20 Minutes Fake off

20 Minutes Fake off est la rubrique de fact-checking de @20minutes réalisée en partenariat avec Facebook.

👉 <https://www.20minutes.fr/societe/desintox/>  
[Plus de détails ici](#)

Sur Twitter : [@20minFakeOff](#)

L'équipe de journalistes : [@CousinMathilde](#)  
[@AlexisOrsini09](#)

La Newsletter [La Fake Off](#) vous donne le résumé de la semaine des "fausses informations" qui circulent.

Depuis 2019, sur **Snapchat Discover**, 20 Minutes a développé le nouveau format vidéo [Oh My Fake !](#) en partenariat avec Snapchat pour la lutte contre les fake news. →



#### Hoaxbuster

Hoaxbuster est le pionnier de la vérification des informations sur le net. Le service, co-fondé par [@Guillaume HB](#) **existe en effet depuis 2000** et propose un moteur de recherche. A l'époque on ne parle pas encore de fake news mais de rumeurs, de hoaxes, de canulars.

<http://www.hoaxbuster.com/>

Sur Twitter : [@hoaxbuster](#)

Sur Facebook : <https://www.facebook.com/hoaxbuster>

#### Conspiracy Watch

Service de presse en ligne consacré à l'information sur le phénomène **conspirationniste** et le négationnisme. Voir les analyses consacrées à la Covid-19 et notamment la carte des théories du complot sur le coronavirus.

👉 <https://www.conspiracywatch.info/>

Sur Twitter : [@Conspiration](#)

# "Fake news" : Ressources et outils 4/11

## A. RESSOURCES

### 1. Les services web dédiés au fact-checking

#### NewsGuard

NewsGuard analyse la crédibilité de sites d'information dans le monde. Il propose sur [cette page](#) de lister les sites web **plus gros pourvoyeurs de fake news** durant cette pandémie, en France, aux USA, au Royaume-Uni, en Italie, en Allemagne. Et ici, une liste des [comptes Twitter](#) et [pages Facebook](#) des "Super-Diffuseurs" européens de mésinformation et fake news sur la COVID-19 et le vaccin.

👉 <https://www.newsguardtech.com/fr/>

#### The Conversation

La plateforme collaborative des chercheurs et universitaires publie de nombreux articles fouillés sur les fake news, en général.

👉 <https://theconversation.com/fr/topics/fake-news-38582>

#### Lui Président

Créé en 2012, ce projet de l'ESJ Lille propose de vérifier les promesses de campagne présidentielle. Actuellement, *Lui Président* suit la réalisation des promesses de campagne d'Emmanuel Macron, pour leur attribuer des verdicts.

👉 <https://www.luipresident.fr/>

#### Fake Investigation

Compte d'un particulier qui traque essentiellement les fausses photos et vidéos diffusées sur les réseaux sociaux.

👉 **Sur Twitter :** [@FAKE Investiga](#)

#### FactoScope 2017-2022

**Le Blog** propose des articles de vérification des propos des personnalités politiques (fact-checking). Réalisé par les journalistes-étudiants de l'Ecole publique de journalisme de Tours (EPJT).

👉 **Blog** <https://www.lemonde.fr/blog/factoscope/>

**Le site d'agrégation** propose lui un moteur de recherche qui permet d'accéder à la majeure partie du fact-checking français sur les discours politiques. Filtre par thèmes / degré de véracité / média fact-checkeur

👉 **Site :** <https://rattrapages-actu.epjt.fr/factoscope>

# "Fake news" : Ressources et outils 5/11

## A. RESSOURCES

### 1. Les services web dédiés au fact-checking

#### Debunker des étoiles

Sur sa chaîne YouTube, Sylvain Cavalier entend lutter contre les théories conspirationnistes et les superstitions diverses qui polluent internet. Ses vidéos ont pour objet de "debunker" (démystifier) les théories du complot et fournir des catalogues de sources à ceux qui voudraient répondre aux arguments complotistes.

👉 **Chaîne YouTube :**

[https://www.youtube.com/channel/UC\\_56vSO35nctESDan8agevg/videos](https://www.youtube.com/channel/UC_56vSO35nctESDan8agevg/videos)

Sur Facebook : <https://www.facebook.com/debunkerdesetoiles>



#### Debunker

Un démystificateur (en anglais, **debunker**) est une personne ou une organisation qui tente de mettre à nu ou de discréditer des revendications censées fausses, exagérées ou prétentieuses. Le terme est souvent associé à des enquêtes sceptiques de sujets controversés : Ovnis, phénomènes prétendument paranormaux, cryptides, théorie du complot, médecines alternatives, religions, ainsi qu'à l'étude de science marginale ou de pseudo-science (1)



1. Wikipedia <https://fr.wikipedia.org/wiki/Debunker>

#### C'est vrai ça ?

Une "initiative citoyenne indépendante" qui réunit des particuliers animés par l'envie de lutter contre les fake news : dénoncer et démystifier les fake news partout où elles se trouvent sur LinkedIn.

👉 **Sur LinkedIn :** <https://www.linkedin.com/company/cestvraica>

#### Les Surligneurs

Les Surligneurs est un collectif non partisan d'enseignants-chercheurs en droit. Ils pratiquent, en référence au fact-checking, ce qu'ils appellent le legal-checking, la vérification de la conformité au droit des propos tenus par les personnalités publiques.

👉 **Site :** <https://lessurligneurs.eu/>



**D'APRÈS DIDIER RAOULT "LE PRÉSIDENT DU CONSEIL DE L'ORDRE NE DÉTIENT PAS LA VÉRITÉ SCIENTIFIQUE. IL DÉTIENT UN POUVOIR DE DÉCISION ET ÉVENTUELLEMENT UN POUVOIR DE NUISANCE".**

BFMTV, le 18 novembre 2020

#### QUI MAIS

[f](#) [t](#) [in](#) [Newsletter](#)

L'Ordre n'est pas censé défendre une vérité scientifique mais un consensus médical, autrement dit une doctrine majoritaire dans le monde médical, qu'il ne fait que constater. Un médecin qui défend une doctrine minoritaire argumentée et qui l'applique à ses patients dans le respect des règles de déontologie n'a rien à craindre. Et s'il dénonce un manque d'impartialité de l'Ordre, il ajoute qu'il aurait pu en profiter...

Jean-Paul Marquis, professeur de droit public à l'Université Paris Saclay, le 19 novembre 2020

**Réduire les explications**

Le professeur Raoult est depuis peu poursuivi devant la juridiction de l'Ordre des médecins. À en croire la presse, il devra répondre du reproche de charlatanisme, une pratique interdite par le code de déontologie médicale (art. 39), et qui peut entraîner une interdiction temporaire de plusieurs années voire la radiation définitive de l'Ordre. En défense, il réplique que le président de l'Ordre ne détient pas la vérité scientifique, ce qui est vrai. Or non seulement ce n'est pas le président de l'Ordre qui juge, mais ce n'est pas sur ce seul critère que Didier Raoult sera jugé.

#### ARTICLES EN LIEN :

Didier Raoult : "Nous continuerons à traiter nos patients avec les traitements que nous estimons les plus adaptés en l'état actuel de la science et des connaissances"

Covid-19 : État de guerre sanitaire, mais pas d'état d'urgence

Une rumeur liée à la COVID-19 sur Facebook : "l'hôpital reçoit un subside de 5 000 euros à"

# "Fake news" : Ressources et outils 6/11

## A. RESSOURCES

### 2. Les émissions TV, vidéo, radio et rubriques web

#### RTL - Fact-Checking

[Jean-Mathieu Pernin](#) démêle le vrai du faux dans les déclarations et annonces des personnalités politiques.

👉 <https://www.rtl.fr/emission/fact-checking>

#### Le vrai du faux

Du lundi au vendredi à 8h21, présenté par Antoine Krempf [@Akrempf](#). Avec Emilie Gautreau [@EmilieGautreau](#) et Gérald Roux [@geraldroux](#).

👉 <https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/le-vrai-du-faux/>  
Sur franceinfo.

#### Les Idées claires

Chaque semaine, dans une vidéo et en podcast, un.e expert.e et Nicolas Martin remettent de l'ordre autour d'une idée reçue. Les samedis et dimanches de 13h50 à 14h.

Sur France Culture.

👉 <https://www.franceculture.fr/emissions/les-idees-claires-1>



# "Fake news" : Ressources et outils 7/11

## A. RESSOURCES

### 2. Les émissions TV, vidéo, radio et rubriques web

#### Vrai ou Fake : l'envers de l'info

Présenté par [@AdrienRohard](#) et [@JulienPain](#).

L'émission passe au crible l'actualité. Un magazine à voir les jeudis à 22h sur franceinfo, canal 27.

Et sur franceinfo.fr. en replay :

👉 <https://www.francetvinfo.fr/replay-magazine/franceinfo/vrai-ou-fake-l-emission/>

#### L'équipe de journalistes :

[@PaulineRing](#) [@lisabeaujour](#) [@MathildeGracia](#) [@Myriam\\_Bounafaa](#)



#### Les vérificateurs - L'info passée au crible

Plateforme de TFI et LCI pour analyser et lutter contre fake news et infox. Mise à jour quotidienne.

👉 <https://www.lci.fr/actualite/les-verificateurs-12325/>



#### Faux et usage de faux

La rubrique anti-fake news du Journal de 20H de France 2 [@infofrance2](#).

#### Désintox

Ce magazine décrypte l'actualité dans des vidéos diffusées chaque soir dans "28 minutes". Sur Arte.

👉 <https://www.francetvinfo.fr/journaliste/desintox-arte-liberation-2p2l/>

# "Fake news" : Ressources et outils 8/11

## A. RESSOURCES

### 2. Les émissions TV, vidéo, radio et rubriques web

#### Vrai du Faux - JDD.fr

Régulièrement, le JDD analyse et décrypte l'actualité, essentiellement les déclarations des politiques.

👉 <https://www.lejdd.fr/recherche?query=+VRAI+DU+FAUX&page=1>

#### La vérification - Le Figaro

"Dans le flux de l'actualité viennent se glisser demi-vérités, vrais et faux semblants, mensonges, gros ou petits". Pour démêler le vrai du faux, Le Figaro compile dans cette rubrique l'ensemble de ses vérifications.

👉 <https://www.lefigaro.fr/dossier/la-verification>

Animé par [Alexis Feertchak](#)

#### L'œil du 20 Heures

Rubrique du journal télévisé de France2 créée en 2014, qui décrypte et analyse des faits de l'actualité. A voir également sur le site de franceinfo .

👉 <https://www.francetvinfo.fr/journaliste/oeil-du-20-heures/>

#### Retour vers l'Info

Produit par l'INA, ce magazine éclaire le présent avec le passé, analyse des mensonges et propagandes historiques.

👉 <https://www.ina.fr/emissions/retour-vers-l-info/>

Sur franceinfo.

#### Les Observateurs

Sur France 24, les Observateurs couvrent l'actualité internationale au travers des témoignages directs d'"Observateurs", c'est à dire de ceux qui sont au cœur des événements. Tous les contenus de cette chaîne viennent d'"amateurs", mais ils sont sélectionnés, vérifiés, traduits et expliqués par des journalistes de France 24.

👉 <https://observers.france24.com/>

Dans l'équipe : [@cbainier](#) [@HermannBoko](#) [@alexcapron](#).

Sur Twitter : <https://twitter.com/Observers>

Sur YouTube : <https://www.youtube.com/c/ObservateursF24/featured>



A noter l'émission fact-checking pédagogique **Info ou Intox** lancée par [@alexcapron](#) :

👉 <https://observers.france24.com/fr/tag/intox/>

Sur Twitter : <https://twitter.com/InfoIntoxF24>

# "Fake news" : Ressources et outils 9/11

## A. RESSOURCES

### 2. Les émissions TV, vidéo, radio et rubriques web

#### Les dessous de l'info - RFI

Le magazine de Radio France internationale pour repérer le faux dans l'info. Tous les vendredis. Présenté par François Bernard.

👉 **Les podcasts :**

<https://www.rfi.fr/fr/podcasts/dessous-info/>

Il y a aussi la chronique de Sophie Malibieux qui, chaque semaine, épingle une de ces tentatives de manipulation de l'information, pour en expliquer les ressorts

👉 <https://www.rfi.fr/fr/podcasts/dessous-info-chronique/>

#### L'Instant Détox - Chaîne YouTube

[@JulienPain](#), co-présentateur de Vrai ou Fake sur franceinfo (TV), décrypte sur sa chaîne Youtube les intox, préjugés et rumeurs.

👉

[https://www.youtube.com/channel/UCRAbwEqGDnUBt\\_gpOkplGBA](https://www.youtube.com/channel/UCRAbwEqGDnUBt_gpOkplGBA)

Également sur le site de franceinfo :

<https://www.francetvinfo.fr/recherche/?request=L%E2%80%99Instant+D%C3%A9tox+>

#### Vrai ou Fake (plateforme)

"Vrai ou Fake" est la plateforme de fact-checking et de debunking de l'ensemble de l'audiovisuel public. Elle rassemble des contenus produits par Arte, l'Institut national de l'audiovisuel, France Médias Monde, France Télévisions, Radio France et TV5 Monde. Les journalistes travaillent selon une méthodologie conforme au "code de principes" de l'International fact-checking network (IFCN), un réseau international de médias spécialisés dans la vérification de faits.

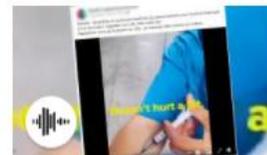
👉 <https://www.francetvinfo.fr/vrai-ou-fake/>

Dans l'équipe : [@BenoitZaghdoun](#) [@j\\_nguyendang](#)



#### Vrai ou Fake : Martine Wonner, portrait d'une députée contestataire

Élue députée sous l'étiquette de La République en marche en 2017, Martine Wonner a, depuis, pris l'habitude de contester bon nombre de décisions prises par la majorité présidentielle.



#### Covid-19 : est-ce que les hommes politiques vont simuler leur vaccination, comme l'affirment plusieurs messages sur les réseaux sociaux ?

Même si les hommes politiques se font vacciner devant les caméras, certaines publications sur les réseaux sociaux affirment déjà qu'il s'agirait d'un leurre.



#### Des eurodéputés seront-ils "tirés au sort" pour pouvoir consulter les contrats signés entre l'UE et les fabricants de vaccins, comme l'affirme Marine Le Pen ?

La députée RN a dénoncé sur France Inter l'opacité autour de ces négociations commerciales.

# "Fake news" : Ressources et outils 10/11

## B. LES OUTILS DE RECHERCHE ET VÉRIFICATION

### 1. Les généralistes

Outre les moteurs dédiés au fact-checking précédemment cités (Décodex, CheckNews et Hoaxbuster par exemple), vous pouvez utiliser des outils généralistes pour vérifier les informations.

#### Les moteurs de recherche d'actualités

[Google Actualités](#), [Bing Actualités](#), [Yandex News](#) et [Qwant](#) : Les onglets actualités des moteurs de recherche à large index vous permettent, **en entrant le titre d'une information**, de vérifier si elle a été reprise par d'autres sources voire déjà signalée comme "fake".

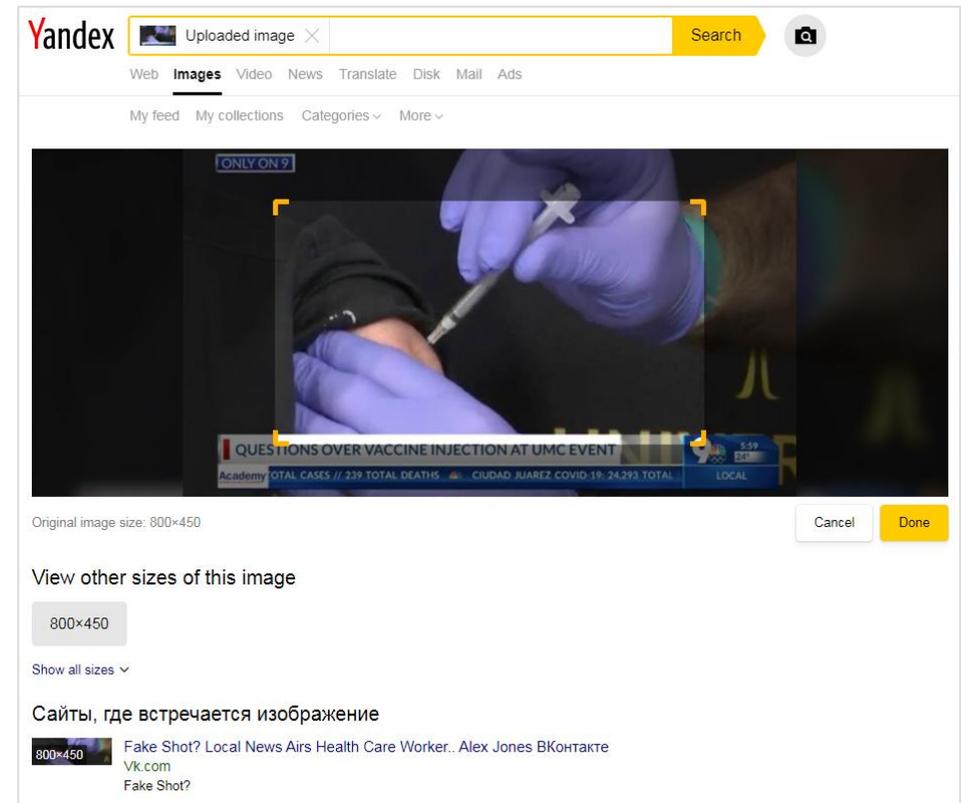
Une même démarche peut-être conduite avec le [moteur de recherche de Twitter](#).

#### La recherche inversée par image

Si vous doutez de l'origine d'une image, vous pouvez la soumettre aux moteurs de recherche d'image : ils vous indiqueront tous les sites qui ont déjà publié cette image. Pour cela 2 méthodes : enregistrer l'image sur votre PC (via un clic droit "enregistrer l'image sous") ou indiquer l'url au moteurs de recherche inversée (via un clic droit "copier l'adresse de l'image"). Vous pouvez alors vérifier la date de première publication, le contexte et les modifications éventuelles.

#### Moteurs de recherche d'images pour la recherche inversée :

- [Google Images](#)
- [Bing Images](#)
- [Yandex Images](#)
- [TinyEye Reverse Image Search](#)
- [Baidu Image Search](#)
- [Sogu Image Search](#)



# "Fake news" : Ressources et outils 11/11

## B. LES OUTILS DE RECHERCHE ET VÉRIFICATION

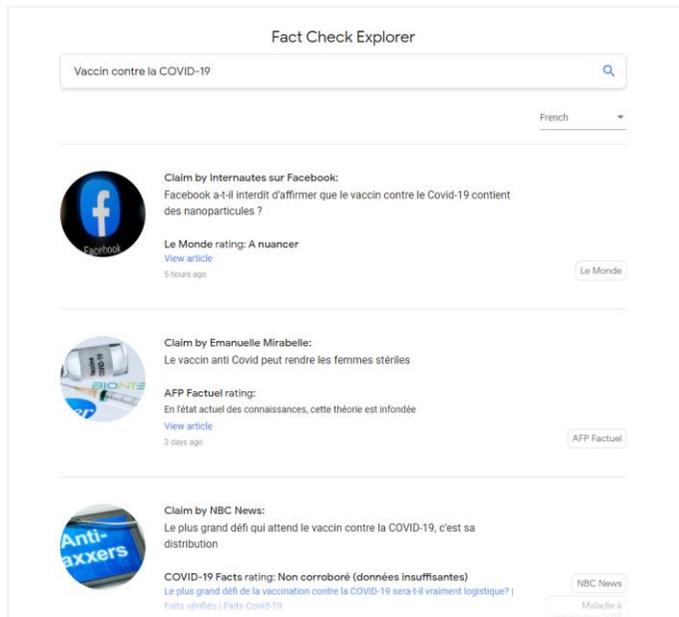
### 2. Les outils dédiés

#### Fact Check Explorer de Google

Cet outil vous permet de parcourir et de rechercher facilement des vérifications de faits (fact checks). Par exemple, vous pouvez rechercher la déclaration d'un politicien ou un sujet de votre choix. Vous pouvez également limiter les résultats à un éditeur spécifique. Exemple : [site:lemonde.fr](http://site:lemonde.fr), [site:afp.com](http://site:afp.com).

Vous pouvez rechercher par mots-clés et afficher une liste de revendications et les vérifications de faits correspondants.

👉 <https://toolbox.google.com/factcheck/explorer>



#### InVID

Cet outil est publié en open source par le projet européen InVID pour aider les journalistes à vérifier les images et les vidéos, notamment sur les réseaux sociaux. Il s'installe sous forme d'extensions Chrome ou Firefox.

L'interface propose de nombreux outils de vérifications des images et des vidéos :

- Vérification du contexte de la vidéo
- Fragmentation vidéo et recherche inversée d'image
- Recherche inversée des images Youtube
- Recherche avancée Twitter
- Loupe
- Extraction des métadonnées des images et vidéos
- Vérification du copyright de la vidéo
- Analyse forensic d'image

👉 <https://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/>

#### Whopostedwhat.com

Ce moteur permet de rechercher - sur **Facebook** (par mots clés, localisation ou ID) - toutes les publications ou le post d'origine d'une information, image ou vidéo. Il permet aussi une recherche sur **Instagram** par date et localisation.

👉 <https://whopostedwhat.com/>

# Vérifier une Information :

Les bonnes pratiques



# Vérifier une information : Bonnes pratiques

## 1. Méthodologies et conseils

Voici quelques méthodologies et bonnes pratiques proposées par des journalistes et professionnels de l'information.

### AFP

Un aperçu des techniques que l'équipe d'AFP Factuel emploie au quotidien.

“Débusquer d'éventuelles infox, ce sont des principes de base, une méthode, des outils... mais aussi du bon sens et beaucoup de prudence”.

🔗 <https://factuel.afp.com/fact-checking-comment-nous-travaillons>

### 20 Minutes Fake Off

Des conseils des fact-checkeurs de 20 minutes en texte et vidéo.

“Attention aux vidéos de témoins secondaires, de ceux qui relaient des informations indirectes (exemples : « ma mère m'a dit », « j'ai reçu un témoignage de là-bas »). Du fait de l'éloignement de la source primaire, il y a plus de risques pour que l'information soit erronée.”

🔗 <https://www.20minutes.fr/high-tech/2135311-20170919-video-comment-reperer-fake-news>

### Antoine Krempf : Comment détecter les fake news

Antoine Krempf (@AKrempf), journaliste à franceinfo, (émission "Le vrai du faux") nous apprend à détecter les fake news à partir d'exemple concrets.

🔗 Sur YouTube : <https://www.youtube.com/watch?v=U5TfSb7TKaY>

### Caroline Faillet : Fake news ou pas comment savoir ?

La fondatrice du cabinet de conseil *Opinion Act* nous propose ses bonnes pratiques et ses conseils de bon sens pour débusquer les fake news.

🔗 Sur YouTube : <https://www.youtube.com/watch?v=YSX8J-BGvjk>

### Radio Télévision Suisse : Appréhender et détecter les fake news

Les bons réflexes pour débusquer les fake news par la RTS. Avec un quizz en prime.

🔗 Sur YouTube :

<https://www.youtube.com/watch?v=EY4EHwUGLOA>



# Vérifier une information : Bonnes pratiques

## 1. Méthodologies et conseils

### The Conversation : Des clés pour aiguïser les esprits

Cette synthèse propose des bonnes pratiques face à l'"infodémie" pour développer son analyse et son esprit critique.

👉 <https://theconversation.com/dossier-face-a-l-infodemie-des-cles-pour-aiguïser-lesprit-critique-des-jeunes-136131>

### Vérifier l'info : le fact-checking - Samuel Etienne / Aude WTFake

Proposé par la plateforme Lumni. Comment faire pour ne pas partager tout et n'importe quoi sur son fils d'actualité ? Samuel Etienne et "Aude WTFake" vous livrent les bases du fact-checking.

👉 **Sur YouTube**

<https://www.youtube.com/watch?v=dkVst4YiHPU>

### Clemi (Centre de l'éducation pour les médias d'information)

Chargé de l'éducation aux médias et à l'information (ÉMI) dans l'ensemble du système éducatif français, le Clemi propose de très nombreuses ressources pédagogiques (vidéos, jeux, publications, fiches info) dont les fake news

👉 <https://www.clemi.fr/>

### Penser Critique

Le site Penser critique propose une boîte à outils pour trier le vrai du faux et résister aux tentatives de manipulation avec des rubriques consacrées au fonctionnement des médias, des méthodes pour faire le tri entre le vrai et le faux

👉 <https://www.penser-critique.be/>

### Parcours Éducation aux Médias et à l'Information

Ce site réalisé par une documentaliste du Clemi (Centre de l'éducation pour les médias d'information) et un Professeur-documentaliste propose de manière ludique, de nombreuses clés pour comprendre l'internet, les réseaux sociaux, les médias et l'information. Voir notamment "Décoder l'information"

<http://www.emi.re/decoder.html> 👉 <http://www.emi.re/>

### La fabrique du mensonge

Ce documentaire tente d'expliquer comment naissent et se propagent les fake news... Avec l'exemple des **élections américaines, du Brexit, du Brésil**. Comment naissent et se propagent les fake news ? Qui en sont les instigateurs ? Comment ont contre-attaqué ceux qui en ont été la cible ?

👉 <https://www.lumni.fr/programme/la-fabrique-du-mensonge>



# Vérifier une information : Bonnes pratiques

## 2. La check-list

### La source

#### ✓ QUI ?

Qui sont le ou les auteurs ? Un particulier ? Un professionnel ? Un organisme ?  
Sont-ils clairement identifiés sur la source présentant l'information dans une rubrique de type "à propos" ?  
Sur les réseaux sociaux, vous pouvez "googler" le nom du compte.

#### ✓ HTTP:// ?

Le nom de domaine de la page : est-il sérieux ? Connu ?

#### ✓ POURQUOI ?

Quel est l'objectif du site ? Vendre ? Informer ? Vous recruter ?

#### ✓ PERSO ?

Quel est le type du site ? Personnel ? Blog ? gouvernemental ?

#### ✓ OÙ ?

Qui administre le site ? Depuis quel pays ?  
Vous pouvez vous aider du Whois <https://www.whois.com/> qui permet de rechercher des informations sur les noms de domaine

#### ✓ COMMENT ?

Comment est présenté le contenu ? La mise en page est-elle professionnelle ? Comment se présente l'architecture du site ?  
Le contenu est-il régulièrement mis à jour ?  
Les titres sont-ils racoleurs ?  
Quel est le registre de langage (formel, familier...) ? Y-a-t-il des fautes d'orthographe ?

Avant de partager l'information, lisez-là...

### L'information

#### ✓ QUI D'AUTRE ?

D'autres médias ont-ils relayé cette même information ? (vérifier dans Google Actualités, Bing, Qwant...)

#### ✓ QUAND ?

Quelle est la date de l'information ?  
Est-ce que l'actualité, l'image ou la vidéo sont vraiment nouvelles ?

#### ✓ OÙ ?

Si c'est une photo, une vidéo, où a-t-elle été prise / tournée ?

#### ✓ PRÈS ?

La personne qui relate l'information a-t-elle été en contact direct avec les faits ?

#### ✓ FAITS ?

D'ailleurs, l'information présente-t-elle des faits étayés ou seulement des avis, des opinions ?

#### ✓ EMOTIONS ?

L'information suscite-t-elle de la colère, du dégoût ou de la peur ou toutes autres émotions intenses ?

#### ✓ VOUS VOUS EN DOUTIEZ ?

Est-ce que l'information confirme ce que vous pensiez déjà ?  
Analysez vos préjugés pour savoir s'ils peuvent influencer votre opinion sur l'information.

# Auteurs & Ressources



**Christophe ASSELIN**  
*Evangéliste et Content specialist*

Christophe est spécialiste du contenu et conférencier chez Digimind. Observateur du web depuis CompuServe, Netscape, Altavista et les modems 28k, de la réputation depuis 2007, il aime discuter et écrire sur les internets. En voir davantage sur : [@asselin](#)



**Marketing @ Digimind**  
**Les départements marketing de Digimind**

Les marketeurs de Digimind, à New York, Singapour et Paris sont des spécialistes du Social Media, du marketing digital et des stratégies d'Insight Driven Marketing qui permettent aux organisations d'être plus performantes. Ils vous partagent leurs bonnes pratiques ainsi que les cas clients à travers des livres blancs et ebook.



**# Les ressources Digimind**  
**Livres blancs, webinars, études, infographies...**

Digimind, le département Marketing et le département Insights vous proposent de nombreuses ressources pour vous aider à nourrir, exécuter et évaluer vos stratégies marketing, comprendre l'évolution des marchés et des marques sur le web et les médias sociaux.

<http://digimind.com/fr/resources/>

# Parmi nos ressources

Des guides et études sur le marketing digital et les secteurs d'activités. Visitez le [centre de ressources](#)



Baromètre des pratiques de veille et market intelligence

[Téléchargement là](#)



Les bonnes pratiques en gestion de crise sur le web et les médias sociaux

[Téléchargement ici](#)



La voix des patients et des laboratoires sur le web et les médias sociaux en France

[Téléchargement là](#)



Les chiffres essentiels pour comprendre le marketing digital et les médias sociaux

[Téléchargement ici](#)



Guide pour appel d'offres Logiciels de veille

[Téléchargement là](#)



Les marques de cosmétiques de luxe sur les médias sociaux

[Téléchargement ici](#)

# Nos ressources dédiées Covid



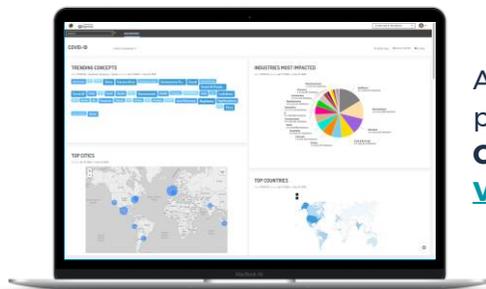
COVID-19 et MONDE D'APRÈS  
**Tendances de communication des marques** : retour à l'anormal ?  
[Téléchargement là](#)



Quel impact du Covid-19 sur **l'industrie alimentaire** et des biens de consommation ?  
[Téléchargement ici](#)



**Tableau de bord Covid-19 & newsletter personnalisés**  
[Voir](#)



Accès gratuit pour les **ONGs** et **Gouvernements**  
[Voir](#)



Guide Conseil pour optimiser votre veille web et social media **sur la crise du Covid-19**  
[Voir](#)

**Centre de ressources** dédiées Covid-19

**VOIR**



[www.digimind.com](http://www.digimind.com)

