

## (DES-)INFORMER ? SENS ET NON-SENS

La désinformation compte désormais parmi les défis majeurs de notre époque. Différentes initiatives, plusieurs États et même l'Union européenne se battent contre la désinformation et mettent en garde contre ses possibles répercussions, en particulier sur les processus démocratiques avec, par exemple, l'intermédiaire d'intox ciblées ou de tromperies de l'opinion publique.

À l'ère du numérique, les réseaux et médias sociaux jouent un rôle clé, aussi bien au niveau de la propagation qu'au niveau de la lutte contre la désinformation. Pour l'utilisateur lambda, il est souvent difficile de démêler le vrai du faux dans le flux d'informations quotidien. Mais qu'est-ce que la désinformation exactement ? Comment différencier la vraie information de la fausse ? Comment puis-je moi-même évaluer les contenus et me protéger ? Aujourd'hui, plus nous rencontrons le terme « désinformation », plus les questions qui s'y rapportent sont nombreuses. Dans le cadre de la **campagne de sensibilisation 2019-2020 #checkyourfacts**, BEE SECURE répond aux questions au sujet de la désinformation aussi clairement que possible et propose des clés pour vous aider.

- 1.1 QU'EST-CE que la désinformation ? Définition
- 1.2 OÙ et COMMENT la désinformation est-elle partagée ?
- 1.3 POURQUOI propager de la désinformation ? Les objectifs cachés
- 1.4 COMMENT traiter la désinformation et quels en sont les dangers ?
2. Check-list : C'est à vous ! Comment reconnaît-on la désinformation ?
3. En guise de conclusion, l'histoire du « Pizzagate »



## 1.1 QU'EST-CE que la désinformation ? Définition

Fausse déclaration, fausse information (*Fake News*) et canular (*Hoax*) : autant de termes qui circulent pour qualifier de fausses informations. Depuis la campagne électorale pour la présidence aux Etats-Unis en 2016, le terme « fake news » s'est propagé comme une traînée de poudre dans l'espace politique et médiatique. À l'origine, il désignait les fausses informations lancées à des fins politiques ou financières. Maintenant, il est utilisé pour qualifier presque chaque forme de fausse information ou d'opinion indésirable - et même comme slogan. C'est pourquoi il semble plus pertinent d'utiliser **un terme qui n'est ni vague, ni politiquement instrumentalisé**, tel que celui de la « désinformation ». Un [groupe d'experts de l'UE](#) a ainsi décidé de travailler plutôt avec ce terme.

En référence à la définition de ce groupe d'experts, nous entendons par « désinformation » : **« les informations dont nous pouvons vérifier qu'elles sont fausses ou trompeuses, qui sont créées, présentées et diffusées dans un but lucratif ou dans l'intention délibérée de tromper le public et qui sont susceptibles de causer un préjudice public »**. Il ne s'agit donc pas de partager sans le savoir des informations erronées mais de **contenus incorrects qui sont produits volontairement pour une raison donnée et qui sont activement partagés**.

### OPINIONS VS. FAITS

Nous différencions les opinions et les faits. Les opinions sont toujours personnelles et libres. Dans une société démocratique, elles peuvent et doivent être variées et ne doivent être ni contrôlées, ni manipulées. Les faits, au contraire, sont toujours objectifs, vrais et vérifiables. Ce qui est vrai ou faux ne relève donc pas d'une question d'opinions mais de faits. La désinformation et les vérifications de faits ne reposent d'ailleurs toujours et exclusivement que sur des affirmations de faits et non d'opinions. Les opinions ne peuvent pas être fausses, seulement les faits supposés sur lesquelles elles sont basées.

## 1.2 OÙ et COMMENT la désinformation est-elle partagée ? Désinformation et réseaux sociaux : une combinaison puissante

La désinformation n'est pas un phénomène récent, elle est aussi vieille que l'information elle-même. Ce qui est nouveau, en revanche, c'est sa propagation effrénée. Alors que les informations erronées n'avaient qu'un champ d'action limité avant l'ère du numérique, elles se partagent désormais très rapidement et partout dans le monde. Les principaux

responsables sont **les réseaux et médias sociaux**, qui jouent un rôle central dans le **partage et les effets et conséquences de la désinformation**.

Les réseaux sociaux ne contribuent pas seulement à un partage rapide des contenus, ils rendent caduque la structure émetteur-récepteur des médias traditionnels. **Chacun peut produire un contenu, le publier et le partager** : être à la fois producteur, émetteur et récepteur. **Chaque personne par son comportement sur les réseaux sociaux** (en likant, commentant ou partageant) peut contribuer à propager un contenu à très grande échelle.

**ATTENTION :**  
**N'oubliez pas les algorithmes  
et les bulles de filtres !**

Réfléchissez-y : tout le monde ne voit pas les mêmes choses sur le web. Le rôle des algorithmes est de vous proposer des contenus pensés spécialement pour vous. Ces **bulles de filtres (filter bubble en anglais)**, ou **chambres d'écho** se basent sur votre comportement en ligne pour vous montrer des contenus que vous allez apprécier. D'autres contenus, au contraire, sont filtrés. Vous entrez donc principalement en contact avec des informations qui correspondent à votre vision du monde. Cela peut conduire à un effet de renforcement de vos opinions.

À cela s'ajoute **les partages (semi-) automatisés** provenant des « **social bots** ».

Contrairement à ce qu'il se passe dans les médias traditionnels, les réseaux sociaux ne **procèdent pas à des corrections ou à des suppressions des contenus avant qu'ils ne soient publiés, de la part de journalistes**. Les réseaux sociaux ne font pas la différence entre des informations de qualité et des informations de moindre importance, entre des opinions et des faits, entre des informations véridiques et de la désinformation. Les seules méthodes de filtrage sont les algorithmes et les bulles de filtres (voir l'infobox ci-contre).

Puisque les réseaux et médias sociaux sont **souvent la source d'information la plus utilisée**, surtout chez les jeunes, ils jouent un rôle clé dans la lutte contre la désinformation. C'est pourquoi les géants d'Internet comme Facebook, Twitter, YouTube, Google, etc. se sont engagés volontairement en août 2018 à respecter **le « code de bonnes pratiques contre la désinformation »**.

### 1.3 POURQUOI propager de la désinformation ? Les objectifs cachés

Les raisons de créer et de partager de la désinformation peuvent être multiples. [Le Conseil de l'Europe a listé quatre types de facteurs différents](#) : 1. les facteurs financiers, 2. les facteurs politiques, 3. les facteurs sociaux et 4. les facteurs psychologiques. Les deux premiers facteurs sont les plus courants. C'est pourquoi ceux-ci doivent être examinés encore plus minutieusement.

#### ■ Les facteurs financiers

Gagner de l'argent avec la désinformation ? Oui, cela fonctionne. Cela fonctionne même plutôt bien. Les campagnes de désinformation sont devenues [un modèle commercial lucratif](#). En effet, il existe maintenant de véritables « fermes à trolls » qui emploient des gens pour rédiger et partager de fausses informations. Grâce à sa mise en scène et à son contenu sensationnel, la désinformation génère beaucoup de « trafic » (*clickbait*) et profite souvent de la publicité et des revenus publicitaires. Par exemple, si un site web est visité par de nombreuses personnes, il est plus intéressant pour les annonceurs et génère donc plus de recettes. À cela s'ajoute le fait que les revenus potentiels sont élevés et que les dépenses sont relativement faibles, puisque le partage sur les réseaux sociaux, par exemple, est gratuit. C'est donc possible de gagner [plusieurs milliers d'euros par jour](#). En 2016, [la petite ville macédonienne de Vélès a d'ailleurs été sous le feu des critiques](#).

#### ■ Les facteurs politiques

La désinformation pour des raisons politiques a pour but d'influencer l'opinion du lecteur et donc d'exercer un contrôle sur les rapports de force politiques ou sur les élections. La plupart du temps, il s'agit de contenus de droites, populistes ou populistes de droite. Dans le cadre de la campagne [#checkyourfacts](#), le [Zentrum für politisch Bildung](#) détaille, dans un dossier, le rôle de la désinformation en politique.

## EFFET BOULE DE NEIGE

- Les fausses informations touchent un **public 100 fois plus grand**, se propagent beaucoup plus rapidement et à plus grande échelle que les informations véridiques.
- À cause du flux incessant d'informations quotidien, nous avons développé différentes stratégies cognitives inconscientes et incontrôlables pour pouvoir traiter tous ces stimuli et informations.

En voici quelques-unes :

- plus l'intensité émotionnelle de tweets et de publications est élevée, **plus ceux-ci seront retweetés** et partagés,
- **six personnes sur dix** partagent un article en ligne après n'en avoir lu que le titre,
- plus nous lisons une information, plus nous pensons qu'elle est vraie (c'est ce que l'on appelle **l'effet de vérité illusoire, ou « truth effect » en anglais**),
- plus une information correspond à notre vision du monde et à notre avis, plus nous la croyons. C'est pourquoi la désinformation conduit principalement à un renforcement de nos opinions (voir : **le biais de confirmation**),
- plus le cercle d'utilisateurs qui partagent une information est homogène, plus grande est la possibilité que celle-ci soit partagée,
- plus la portée d'une personne ou d'une page est grande, plus l'effet de renforcement des contenus partagés sera grand.

### 1.4 COMMENT traiter la désinformation et quels en sont les dangers ?

Pendant les **périodes électorales, la désinformation bat son plein**. Les élections pour renouveler le Parlement européen de 2019 ont été le cadre d'un afflux massif de **désinformation sur Internet**. Les jours avant l'élection, des **photos d'urnes non scellées** ont circulé sur le web, de même que des accusations de fraude électorale et de manipulation. D'autres exemples classiques de désinformation sont des informations sur la criminalité des étrangers ou sur la perception d'aides sociales par des réfugiés qui **se basent sur des chiffres et des contextes incorrects**.

**Il est difficile de mesurer l'influence de la désinformation sur les opinions (politiques) ou sur le choix des électeurs.** Les fausses informations sont souvent uniquement

défundues par un petit groupe ou n'ont que peu d'effet. Et pourtant, les campagnes de désinformation peuvent expliquer en partie le succès dans les urnes des présidents américain et brésilien Donald Trump et Jair Bolsonaro. Même si les recherches ne font que commencer, on peut déjà tirer une conclusion : **la désinformation peut avoir de réelles conséquences sociétales et politiques**. Elle peut être dangereuse, surtout dans un contexte électoral, car les fausses informations peuvent être utilisées à des fins politiques.

## 2. Check-list

### C'est à vous ! Comment reconnaît-on la désinformation ?

La désinformation peut prendre plusieurs formes (comme des publications, des messages ou même des études) et provenir de différents endroits. Le texte n'est pas le seul format sous lequel se cache la désinformation. Elle peut également prendre la forme de mêmes, d'images ou de vidéos. Même si sa propagation se fait principalement sur les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter et WhatsApp, la désinformation peut aussi être transmise oralement ou par l'intermédiaire des médias traditionnels.

En principe, tout ce qui permet d'informer peut aussi désinformer, jusqu'à ce que la vérité soit connue. Mais comment peut-on distinguer l'information de la désinformation ? Comment reconnaître les informations manipulées des informations dignes de confiance ? BEE SECURE vous a préparé une **check-list pour vous permettre de vérifier vos informations**. Cette vérification exige certes un peu de travail, d'efforts et de temps, mais elle en vaut la peine ! Si vous n'êtes pas sûr de la véracité d'une information, suivez cette check-list, même si cela vous semble beaucoup : plus vous vous entraînez, plus ce sera simple, jusqu'à ce que vous puissiez même vous passer de la check-list !

## Check your facts ! Les questions que vous devez vous poser.

### 1. Qui se cache derrière cette information ?

- a. **Qui a créé cette information ?** Vous devez toujours vous demander qui a publié une information, surtout sur les réseaux et médias sociaux. A-t-elle été rédigée par un journaliste ou une société médiatique reconnu et digne de confiance comme un journal, une chaîne de télévision, un site web, ou par un inconnu ?  
→ Rappelez-vous : tout le monde peut créer du contenu sur les réseaux et médias sociaux et le partager, sans vérifier les informations qu'il contient !
- b. **Qui a partagé l'information ?** Est-ce que la personne de qui vous tenez l'information est également la personne qui l'a créée ? Ou bien provient-elle d'une autre personne ou d'une page ? A-t-elle vérifié l'information au préalable ? Plus nous faisons confiance à une personne, plus nous croyons aux informations qu'elle partage. Cela vaut également pour votre famille et vos amis... alors *check your facts* !
- c. **Vérifiez les comptes !** Peu importe qu'il s'agisse d'un site web ou d'une adresse e-mail : vérifiez s'il s'agit d'un vrai compte. Beaucoup de faux comptes ressemblent à s'y méprendre aux comptes originaux. Regardez-y de près. Les profils officiels des journalistes, entreprises médiatiques ou des personnalités sont identifiables sur les réseaux sociaux grâce à un sigle bleu à côté de leur nom ; les pages web doivent afficher des mentions légales reprenant des noms, adresses et coordonnées cohérentes et les adresses e-mail peuvent être vérifiées dans un moteur de recherche.
- d. **Quelles sont les intentions de l'auteur avec cette information ?** Peu importe son degré de véracité, une information est toujours publiée avec une intention. Puisqu'aujourd'hui tout le monde peut devenir l'auteur d'une information, il est encore plus pertinent de se poser les questions suivantes :
  - Dans quel but cette information est-elle publiée ?
  - Est-ce pour gagner de l'argent ? Est-ce pour faire la publicité d'un produit ?
  - Est-ce à des fins politiques ? Est-ce pour influencer l'opinion du lecteur ou provoquer des troubles, du chaos ou de l'inquiétude ?

## 2. La source est-elle digne de confiance ?

- **Sur quelles sources est basée l'information ?** Des faits, données ou chiffres sont-ils cités ? Y trouve-t-on des citations ? Est-ce que d'autres sources telles que des médias, des personnes ou des études prouvent cette information ? Dans le cas où des sources sont citées, confirment-elles réellement l'information ? Il est relativement simple de vérifier ces faits supposés. Les moteurs de recherches tels que [Google](#), [DuckDuckGo](#) ou [Startpage](#) peuvent vous y aider.

→ Si vous ne trouvez pas de source ou que vous n'avez que peu de temps, vous pouvez aussi vérifier si vous trouvez cette information à d'autres endroits. D'autres médias en ont-ils parlé ? Si vous retrouvez cette information à d'autres endroits sérieux comme des journaux ou des chaînes d'infos, il y a de grandes chances qu'elle soit fondée.

## 3. Comment le sujet est-il présenté par les autres ?

- **Lisez en diagonale !** Pour avoir une divergence de point de vue sur une information donnée, vous devez quitter le site web sur lequel vous avez trouvé l'info et chercher d'autres articles abordant ce même thème sur un moteur de recherches. Cette procédure vous permettra de vous entraîner à la vérification de faits et d'information, [comme en a conclu une équipe de chercheurs du Stanford History Education Group](#).
- **Demandez aux vérificateurs de faits !** Si vous avez toujours des doutes sur la véracité d'une information, vous pouvez toujours contacter des vérificateurs de faits (*fact-checkers*) professionnels comme [Mimikama](#), [Correctiv](#), [Hoaxmap](#), [Politifact](#), [FactCheck](#) ou [Snopes](#). Vous ne pouvez pas et ne devez pas tout savoir, c'est pourquoi les vérificateurs de faits sont là pour vous aider et sont ravis de la confiance que vous leur accordez. Vous pouvez les contacter soit directement par e-mail (comme pour [Correctiv](#)) soit via un formulaire de contact (comme pour [Mimikama](#)).

## 4. Comment l'information est-elle présentée ?

- **Image, mème ou vidéo ?** La désinformation comporte souvent des éléments visuels puissants. Les auteurs travaillent avec des images et des photos. Toutefois, les images et les vidéos peuvent facilement être extraites de leur contexte et les informations déformées... Ou même falsifiées ! Cherchez l'image ou la vidéo sur un autre site web ou exportez-la sur un moteur de recherche comme [Tineye](#) ou la [recherche d'images Google](#).



- **Du texte ?** La désinformation sous forme de texte est subjective et écrite sous un prisme précis. Elle a tendance à minimiser ou à exagérer le contenu, faire des généralisations et parfois à apporter une réponse simple à des questions compliquées ou à des faits.
- **Titre, accroche et texte** : lisez toujours l'information en entier. Le titre correspond-t-il au texte ? Est-ce que tous les faits présentés sont expliqués ? Il arrive souvent que la désinformation soit mise en avant par des titres accrocheurs pour attirer l'attention et qu'ils ne soient pas expliqués dans le texte.
- **Faits ou opinions ?** Pour connaître la différence, consultez à nouveau l'infobox au chapitre 1.1.
- **Emouvant ou moralisateur ?** En appelle-t-on à vos sentiments ? L'info a-t-elle l'air passionnante ou racoleuse ? Vous sentez-vous touchés, excités, en colère ou surpris ? **La désinformation est souvent présentée de manière à provoquer une réaction émotionnelle.** Un exemple est une musique de fond angoissante. Elle joue avec vos sentiments pour que vous ne remettiez pas l'information en question.

## 5. Check yourself !

- Après avoir vérifié les faits, « vérifiez-vous » vous-même. Quelles sont les images et préjugés que vous avez en tête ? À quoi ressemble votre "carte mentale" et quels sont les avis que vous avez déjà ? Nos attitudes et nos positionnements influencent notre perception de la réalité. Dans notre flux d'information quotidien, nous avons tendance à croire sans remettre en question les informations qui correspondent davantage à notre positionnement que les autres. C'est pourquoi il est important de **ne pas uniquement vérifier les faits, mais aussi de se remettre en question soi-même !**

→ Voici un aperçu illustré de ces quelques questions avec ces deux vidéos (1 et 2).

Cela fait beaucoup de questions pour la première fois. Bien sûr, vous ne devez pas passer la liste en revue à chaque information. De toute façon, plus vous vous exercerez, plus votre vérification des faits sera rapide et habituelle !

## LES RESULTATS DE LA DERNIERE ETUDE FORSA APPORTENT DE BONNES NOUVELLES :

- L'identification de la désinformation sur Internet a augmenté.
- En 2018, plus de 70 % des utilisateurs avaient déjà identifié de la désinformation (cela représente une augmentation de 13 % par rapport à 2017).
- Les moins de 25 ans identifient particulièrement bien la désinformation : 90 % d'entre eux ont identifié à une ou plusieurs reprises de la désinformation. Les plus de 60 ans arrivent en queue de peloton : ils ne sont que 60 %. Par rapport à 2017, les chiffres ont fortement augmenté dans les deux catégories d'âge.
- Le groupe des utilisateurs de moins de 25 ans identifie plus souvent que la moyenne la possible désinformation dans les différents contenus proposés et vérifie les faits, les sources, les auteurs ou les mentions légales.

**Vous vous demandez ce qui est fait pour votre sécurité ? Ce que le Luxembourg, au niveau national, et l'Union européenne, au niveau international, mettent en place pour vous protéger de la désinformation et quelles sont les initiatives existantes ?**

Au Luxembourg :

- le Luxembourg soutient et est à l'origine de différentes mesures de formations et d'éducation comme les [campagnes de sensibilisation annuelles de BEE SECURE](#) ou le [programme #sharing, caring or scaring](#) de l'Agence Nationale de l'Information Jeunesse
- le Luxembourg participe à divers programmes de l'Union européenne tels que le Plan d'action contre la désinformation ([EU Code of Practice on Disinformation](#)) ou la [Semaine européenne de l'éducation aux médias](#).
- dans le cadre scolaire également, l'[éducation aux médias et par les médias](#), mais également la transmission de compétences médiatiques, ont pris une place importante.

En général :

- il existe différentes initiatives de *fact-checking* : [Mimikama](#), [Correctiv](#), [Hoaxmap](#), [Politifact](#) [FactCheck](#) ou [Snopes](#).
- en 2018, les réseaux et médias sociaux, les fournisseurs de logiciels, les plateformes et les annonceurs se sont volontairement engagés à respecter le « [code de bonnes pratiques contre la désinformation](#) ».

### 3. En guise de conclusion, l'histoire du « Pizzagate »

Certes, la désinformation circule sur la sphère virtuelle, mais elle peut toutefois avoir des conséquences bien réelles. Comme exemple, voici une histoire connue sous le nom de « [Pizzagate](#) ». Il s'agit d'une désinformation qui a suivi son cours, malgré le fait qu'elle soit fausse, et a presque coûté la vie à une personne.

L'histoire est obscure : dans la cave de la pizzeria « Comet Ping Pong » à Washington agissait un réseau de pédophilie qui détiendrait et torturerait des enfants. Un réseau qui évoluerait autour d'Hillary Clinton et de son manager de campagne. Même Barack Obama et Lady Gaga seraient impliqués. C'est en tout cas ce qu'affirme cette désinformation qui s'est répandue sur le web en 2016 pendant la présidentielle américaine. Il s'agit de deux malheureux hasards, le premier entraînant le second et menant à une désinformation qui s'est changée en diffamation partagée des millions de fois.

Le contexte était simple : après qu'un inconnu ait publié les échanges d'e-mails piratés entre le propriétaire de la pizzeria et le manager de campagne, un utilisateur a affirmé avoir découvert un nom de code pour désigner un supposé réseau de pédophilie. Et cette supposition est devenue virale. Elle a été alimentée par des conseillers et soutiens de Donald Trump. Les efforts du [New York Times](#) et du [Washington Post](#) pour prouver que cette histoire n'était rien d'autre que de la désinformation ont été vains et la rumeur a continué à se propager. Jusqu'au moment où un jeune homme armé a fait irruption dans la pizzeria et a tiré à plusieurs reprises. Il avait l'intention de libérer les supposés enfants retenus prisonniers. Mais rien dans cette histoire n'était vrai. À l'exception des conséquences dangereuses de cette désinformation.

Cette histoire est probablement l'aggravation d'une désinformation scandaleuses de tous les temps. Mais nous pouvons en tirer des conclusions : **la désinformation peut avoir des conséquences réelles et être nuisible**. Elle peut nuire non seulement aux résultats d'élections, mais aussi aux personnes. **Nous devrions toujours garder à l'esprit que notre comportement en ligne a des conséquences**. Nous devrions toujours en être conscient et **en assumer la responsabilité**.

## À venir :

Dossier n°2 sur le thème : **la politique et la désinformation.**

Si vous avez des questions sur la sécurité lorsque vous utilisez Internet, veuillez contacter le service d'assistance téléphonique BEE SECURE pour obtenir des conseils anonymes et gratuits:



**Editeur : SNJ**  
Annexe Forum Geesseknäppchen  
40, bld. Pierre Dupong  
L-1430 Luxembourg  
B.P. 707 · L-2017 Luxembourg  
**bee-secure.lu/contact**  
**www.snj.lu**

La reproduction non commerciale non modifiée et la distribution sont expressément autorisées à condition de citer la source.



Consultez : <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.fr>

ISBN: XX XXXX XXXX XXXX XX



### Notice légale

**Cette publication a été réalisée par le SNJ (Service National de la Jeunesse) dans le cadre du projet BEE SECURE.**

Le projet est mis en oeuvre par le Service National de la Jeunesse (SNJ), et le KannerJugendTelefon (KJT).