

TIG Pédagogique – Déroulé

FAKE NEWS

I. Go viral

Commencer la séance sur le jeu "Go viral" pour s'approprier les techniques de désinformation utilisée sur les réseaux sociaux.

Go Viral !

<https://www.goviralgame.com/books/french/play>

II. Présentation des biais cognitifs et recherche web



[Vidéo - VITE FAIT : Le mille feuille argumentatif](https://www.youtube.com/watch?v=xbLw-PotFf4)
<https://www.youtube.com/watch?v=xbLw-PotFf4>



[Vidéo - L'effet d'ancrage](https://www.youtube.com/watch?v=fxTxU0Echq8)
<https://www.youtube.com/watch?v=fxTxU0Echq8>

III. Recherche sur les Fake News à compléter avec vos trouvailles

Fake News

"Ces fausses rumeurs, qui s'appuient sur la crédulité populaire, sont souvent diffusées de manière intentionnelle pour favoriser le développement d'idéologies conspirationnistes ou populistes, notamment par les courants d'extrême droite que l'on nomme parfois la fachosphère."

Le contenu :

- Le message est **alarmiste**, il s'appuie sur une crainte que l'on peut avoir ou il fait appel à **l'émotion**, à **l'indignation**.
- les conclusions résultant des faits ne sont pas **logiques** ou «**tirées par les cheveux**».

- le contenu est **trop beau pour être vrai** : espérance de gain ou de bonheur...
- le message contient **une incitation à faire suivre** le message ou à le partager avec ses relations afin de les informer et de les protéger,
- un nombre restreint de faits sert de base à une **généralisation**. Une affirmation péremptoire est illustrée par un seul fait, souvent détourné de son contexte, voire falsifié.

La source :

- on ne sait pas **d'où vient l'information**, quelle en est la **source**, qui en est l'émetteur, si c'est un vrai journaliste ou un expert digne de confiance.
- il n'y a **pas de date** ou la date est ancienne,
- les faits sont **imprécis** (lieu, circonstances, fréquence),
- le message n'est pas accompagné d'une référence ou d'un lien hypertexte **vers un site sérieux** qui indique la véracité de l'information.
- aucun média crédible, fonctionnant avec de véritables journalistes, **ne relaie cette information**.

De nombreux sites d'information ou, plus exactement, de [réinformation](#) qui se présentent comme «alternatifs» et défenseurs de «la vérité» fonctionnent «en bulle», reprenant les fausses informations les uns sur les autres. Leur objectif est de faire du «buzz» afin d'engranger un maximum de recettes publicitaires ou de propager une idéologie toxique (l'exemple le plus courant est la fachosphère sur Internet).

Ce n'est pas parce que plusieurs sources «indépendantes» reprennent une information que celle-ci est vraie. Encore faut-il que ces sources soient crédibles.

Contenu à tenir :

1. **Rechercher sur Internet si cette information n'a pas déjà été démasquée** comme étant fausse


- hoaxbuster.com : «HoaxBuster.com poursuit un objectif : mettre un terme à la propagation des hoax et des rumeurs en circulation sur le web francophone!
- hoaxkiller.fr : site «conçu pour aider les internautes à identifier les hoax afin de lutter contre la pollution des boîtes aux lettres et autres dégâts qu'ils engendrent.»
- debunkersdehoax.org : «une page qui démolit hoax / intox et rumeurs des extrêmes droites».

2. **Remonter le plus loin possible à la source de l'information**, à l'événement d'origine, par les moteurs de recherche ou, s'il y a une photo, par la Recherche par image (sur Google notamment). On risque alors de découvrir comment les faits sont sortis de leur contexte, détournés, déformés ou falsifiés pour devenir une rumeur ou une fausse information.

3. **Ne rediffuser aucun message** que l'on vous demande de faire suivre, **de manière automatique**, sans avoir vérifié au préalable si le contenu est vrai et s'il n'est pas préjudiciable.

TIG Pédagogique – Déroulé

Opinion

-  [Nos démocraties à la merci des réseaux sociaux :
https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/l-instant-m/l-instant-m-du-lundi-07-mars-2022-1088602](https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/l-instant-m/l-instant-m-du-lundi-07-mars-2022-1088602)

Astroturfing





-  [Vidéo - VITE FAIT : L'astroturfing
https://www.youtube.com/watch?v=8wU0Cd7p2vo](https://www.youtube.com/watch?v=8wU0Cd7p2vo)

Ferme à troll





-  [Vidéo - Jane Lytvynenko : Les fermes à trolls : quèsaco ?
| INA La Revue Des Medias
https://www.youtube.com/watch?v=r1LeNxIKd9o](https://www.youtube.com/watch?v=r1LeNxIKd9o)

Deep Fake

-  [L'étonnante acceptabilité des deep-fake | CNRS Le journal
https://lejournal.cnrs.fr/billets/letonnante-acceptabilite-des-deep-fake](https://lejournal.cnrs.fr/billets/letonnante-acceptabilite-des-deep-fake)
-  [Une défunte a pu discuter avec ses proches lors de ses funérailles - Geeko
https://geeko.lesoir.be/2022/08/26/une-defunte-a-pu-discuter-avec-ses-proches-lors-de-ses-funerailles/](https://geeko.lesoir.be/2022/08/26/une-defunte-a-pu-discuter-avec-ses-proches-lors-de-ses-funerailles/)

Point actu

-  [Conspiracy News #35.2022 - Conspiracy Watch | L'Observatoire du conspirationnisme
https://www.conspiracywatch.info/conspiracy-news-35-2022.html](https://www.conspiracywatch.info/conspiracy-news-35-2022.html)
-  [La photo d'un super yacht tagué à Marseille devient virale, c'est un fake
https://france3-regions.francetvinfo.fr/provence-alpes-cote-d-azur/bouches-du-rhone/marseille/la-photo-d-un-super-yacht-tague-a-marseille-devient-virale-c-est-un-fake-2614184.html](https://france3-regions.francetvinfo.fr/provence-alpes-cote-d-azur/bouches-du-rhone/marseille/la-photo-d-un-super-yacht-tague-a-marseille-devient-virale-c-est-un-fake-2614184.html)

IV. Recherche sur les outils de vérification en ligne

- Recherche inversée par image
- Site web de référence
- Site de débunkage collaboratif

Type de procédé utilisé dans les fake news :

une base reposant sur des faits authentiques (partant de la réalité, s'appuyant sur de vrais documents)

- un mille-feuille argumentatif (accumulation rapide de preuves, d'arguments)
- l'évocation de l'absence de hasard, ce qui implique que les faits sont présentés comme des conséquences
- des formes visuelles, des chiffres ou des mots révélés par des calculs, des superpositions, des arrêts sur image ;
- une seule interprétation donnée, celle qui valide la thèse principale
- une suite logique entre des événements difficiles à comprendre
- une promesse de contre-vérité ou le démenti de la version officielle de l'explication des faits
- une vérité détenue par l'auteur, de façon quasi exclusive
- des arguments invérifiables
- des coupables récurrents, difficiles à interroger (élites, groupes obscurs et/ou êtres appartenant au champ de la croyance)
- l'idée des citoyens bernés, des "moutons".

Procédés qui reviennent régulièrement :

- Utilisation de termes relevant de la vérité, de la sécurité ;
- un discours blanc ou noir, sans nuances ;
- un discours chargé d'émotion (violence, haine, colère) ;
- une part de non dit (des causes et/ou des accusations que le public doit deviner) ;
- Une grande partie subjective, qui repose sur des opinions et pas des faits
- un lecteur interpellé par l'utilisation du "tu"
- des expressions types, proverbes, stéréotypes.

Debunk :

- Identifier l'auteur d'un article ou les auteurs d'un site (rubrique «A propos» ou «Qui sommes-nous»), se méfier des sites anonymes ou des articles écrits sous pseudo.
- Ne pas confondre la source et la personne qui la partage (le nombre de vues n'est pas un gage de fiabilité, un article partagé par une connaissance n'est pas forcément lue).
- Recouper l'information avec d'autres sources : plus l'information est étonnante, plus il faut chercher de sources fiables. Et si plusieurs médias reconnus donnent la même information avec des sources différentes alors il y a de fortes chances pour qu'elle soit vraie.

TIG Pédagogique – Déroulé

Questions cartes fake news :

- Qu'est ce que l'Astroturfisme ?
- En quelle année est sortie l'affaire des Cambridges Analytica ?
- Comment peut-on détecter un bot ou un faux compte sur les réseaux sociaux ?
- Qu'est-ce qu'une ferme à troll ?
- De quel pays provient l'Internet Research Agency ?
- Quelle technologie permet de contrefaire l'image et la voix de personnes ?
- Parmi ces biais, dans lequel vous reconnaissez-vous ?
 - **Le biais de confirmation.** Aussi appelé biais de confirmation d'hypothèse, ce biais cognitif est cette tendance à privilégier les informations qui vont dans le sens de nos hypothèses ou idées préconçues et à sous-estimer ou ignorer les informations qui jouent en leur défaveur.
 - **L'erreur fondamentale d'attribution.** Parfois appelé biais d'internalité, l'erreur fondamentale d'attribution consiste à surestimer les caractéristiques personnelles des individus — leur personnalité, leurs opinions, leurs intentions, etc. — pour expliquer leur comportement et à sous-évaluer les facteurs externes et situationnels qui pourraient être considérés.
 - **L'excès de confiance.** Ce biais cognitif qui toucherait plus de la moitié d'entre nous (!) consiste à surestimer ses capacités, notamment par rapport à celles des autres. Nous serions de ce fait nombreux à estimer jouir d'une intelligence supérieure à la moyenne...
 - **Le biais d'ancrage.** Aussi appelé biais de point de départ, le biais d'ancrage est cette tendance à recourir à tort à une information, souvent celle acquise en premier, comme référence pour prendre une décision et à ne plus prendre en considération de nouvelles informations. Notons que dans le jargon de la psychologie, l'« ancrage » renvoie à la difficulté à se départir d'une première impression.
 - **Le biais rétrospectif.** Ce biais cognitif — qui peut se résumer par le classique « Je le savais dès le départ! » — consiste à surestimer, après qu'un événement eut lieu, le fait que celui-ci était prévisible ou probable. On cherche en fait à rendre le présent (l'événement une fois réalisé) en phase avec le passé, soit le contexte précédant l'événement.

Bulles de filtre : Il définit la tendance des algorithmes des médias sociaux ([YouTube](#), [Facebook](#), [Twitter](#), Instagram, [TikTok](#), etc.) à créer des environnements virtuels où les utilisateurs ne consomment que du contenu en accord de près ou de loin avec leurs idées politiques et sociétales.

Écrire des publications sur les réseaux sociaux avec un langage émotionnel peut aider à les rendre virales.


Citer de faux experts pour étayer tes arguments peut rendre les gens plus susceptibles de te croire et de te faire confiance.

Exemple Fake News :

LE PIZZAGATE

PAR KAREN PRÉVOST-SORBE

Le Pizzagate éclate en octobre 2016 à la fin de la campagne présidentielle américaine opposant la démocrate Hillary Clinton et le républicain Donald Trump. Alors que les deux candidats sont au coude à coude dans la course à la Maison-Blanche, une théorie conspirationniste se propage très rapidement sur internet et les réseaux sociaux. Hillary Clinton serait à la tête d'un réseau pédophile dont le QG se trouverait dans le sous-sol d'une pizzeria de Washington.

 [Vidéo Analyse du #Pizzagate : naissance et diffusion d'une #fakenews](https://www.youtube.com/watch?v=QwhVb6grk_0)
https://www.youtube.com/watch?v=QwhVb6grk_0

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

QUELLES SOLUTIONS ? 35 | SOMMAIRE « FAKE NEWS : ART, FICTION MENSONGE » |
DOSSIER PÉDAGOGIQUE

1. Une information donnée sur le web par un inconnu est par défaut plus fausse que vraie. Voir l'exemple de Hoaxbuster autour d'une photo d'une gare bondée en pleine pandémie de Covid-19.
2. Si la source relève du compte d'une personne ou est sous pseudonyme, vérifiez la notoriété de l'émetteur : combien de gens le suivent, qui sont-ils, quels types de comptes en question et des comptes de ceux qui le suivent ? Le compte est-il certifié, grâce au petit macaron bleu positionné à droite du nom du compte sur Twitter, par exemple ? Voir les investigations de CheckNews autour d'une fausse vidéo postée par un compte parodique « Robert de Niro ».
3. Méfiez-vous des informations anxiogènes et spectaculaires qui s'avèrent fréquemment être des rumeurs. Voir l'article des Observateurs de France 24 sur des photos de bulletins de vote par correspondance américains jetés à la décharge.
4. Fiez-vous plutôt à des médias reconnus et à des journalistes identifiés (aidez les élèves à se constituer un petit référentiel des médias de confiance, selon leur âge).

I TIG Pédagogique – Déroulé

5. Attendez que plusieurs médias d'information donnent une version concordante des faits pour les considérer comme établis. Le principe de base est de recouper. L'emballage médiatique quasi généralisé autour de l'affaire Dupont de Lignon qui a induit journalistes et public en erreur constitue cependant un cas d'école !

6. Une photo n'est pas une preuve. Il suffit parfois de changer la légende pour orienter son interprétation. Étudiez s'il y a concordance ou dissonance entre image et légende. Soyez capable de retrouver la source d'une image via Google image ou TinEye (moteur de recherche inversé). Voir la rumeur de l'ouverture de la buvette de l'Assemblée nationale pendant le confinement. Cela permet de voir également la collaboration entre plateforme sociale et médias d'information (prévue dans la loi contre la manipulation de l'information de décembre 2020).

7. Vérifiez la date de l'information, image ou vidéo. Il arrive qu'une publication ancienne « remonte » dans le fil d'actualités, en particulier lorsqu'elle est très partagée. Autre exemple très trompeur sur Facebook, avec la fonction « souvenirs » qui peut induire en erreur en faisant remonter d'anciennes publications à la date d'aujourd'hui. Vous pouvez paramétrer ces souvenirs en vous aidant des conseils de cette page.

8. Avoir conscience du traçage que nous subissons de la part des plateformes, malgré le RGPD (Règlement général de protection des données), qui leur permet d'identifier nos préférences et nos goûts. Les algorithmes nous proposent ainsi des contenus de même type, nous enfermant dans ce qu'on appelle des « bulles de filtres » (« écosystème d'information personnalisée », cf. fiche « Les mécanismes du faux »). Voir la vidéo sur le RGPD « 1 jour, 1 actu », pour les cycle 3 et collège, et celle du Monde pour le lycée.

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

Mécanismes du Faux - Clemi

L'expression « fake news » s'est répandue très rapidement lors de la victoire de Donald Trump à l'élection présidentielle américaine en 2016. Elle a connu un succès redoublé lorsque le 45e président des États-Unis lui-même s'est mis à l'employer dans ses tweets et n'a eu de cesse de critiquer le traitement médiatique à son égard. Il a ainsi accusé ouvertement de grands médias américains comme le New York Times, le Washington Post ou bien encore CNN.

Depuis, la formule « fake news » a circulé rapidement, ce qui traduit une réelle popularité de ce syntagme. Or, cette expression recoupe des réalités très différentes. Ce terme est loin de désigner une seule et même dimension du faux. Des tentatives de classification ont été menées (voir C. Wardle, « [Fake news, la complexité de la désinformation](#) », First Draft, 17 mars 2017). Ces fausses informations ont un point commun : le support utilisé, le vecteur emprunté. Internet et plus particulièrement les réseaux sociaux ont pris une place prépondérante dans notre société. « Les “tuyaux” sont neutres, mais ils permettent une viralité, une vitesse de propagation qui n’existait évidemment pas au temps de la “rumeur d’Orléans” étudiée par Edgar Morin il y a quarante ans » (P. Haski, « Démêler le vrai du faux », *Esprit*, n° 3, mars 2018, p. 18-21).

Une fausse information peut être partagée instantanément et diffusée à des milliers de personnes. Les réseaux sociaux offrent une caisse de résonance incroyable aux fausses informations. D’un point de vue historique, les fausses informations s’inscrivent dans une longue lignée de faux et de contrefaçons. Mais ce phénomène interroge aujourd’hui grandement nos sociétés à cause de son ampleur et de ses formes. Sommes-nous entrés dans une ère de la « post-vérité », la diffusion de ces fausses informations traduit-elle une multiplication des crédules, comme le dit le sociologue Gérard Bronner dans *La Démocratie des crédules* (PUF, 2013), ou bien est-ce un délitement de l’esprit critique ?

Face à la massification de l’information

Depuis l’apparition d’internet, on assiste à une massification de l’information. L’explosion de l’offre facilite la présence de propositions cognitives différentes sur le marché et leur plus grande accessibilité. Mais comment faire le tri, démêler le vrai du faux ? Face à cette offre pléthorique, les individus sont plus facilement tentés de composer leur propre vision du monde. Toutes les conditions sont réunies pour que ce biais cognitif appelé « biais de confirmation » détourne les individus de la vérité.

Il s’agit d’un biais cognitif puissant qui pérennise les croyances : les individus ont tendance à ne consulter que les informations qui épousent leur sensibilité. De la même façon, les algorithmes, notamment ceux des réseaux sociaux, contribuent à filtrer discrètement les contenus visibles des internautes en s’appuyant sur différentes données collectées sur eux. Ainsi, les individus s’enferment progressivement dans des bulles informationnelles et voient leur libre arbitre limité.

La « bulle de filtres » est un concept développé par Eli Pariser dans les années 2010. Selon lui, elle désigne à la fois le filtrage de l’information qui parvient aux internautes par différents filtres et l’état d’isolement intellectuel et culturel dans lequel ils se trouvent, quand les informations qu’ils recherchent sur internet résultent d’une personnalisation mise en place à leur insu. Ce concept fortement médiatisé est critiqué par la trop grande importance accordée aux algorithmes et aux mesures techniques de personnalisation.

Les filtres auraient moins d’importance que d’autres mécanismes tels que les chambres d’écho. Selon Dominique Cardon, « la bulle, c’est nous qui la créons. Par un mécanisme typique de reproduction sociale. Le vrai filtre, c’est le choix de nos amis, plus que l’algorithme de Facebook » (voir A. Gunthert, « [Et si on arrêtait avec les bulles de filtre ?](#) », *L’image sociale*, 13 novembre 2015).

TIG Pédagogique – Déroulé

Face à la régulation des contenus sur les réseaux sociaux

La circulation des fausses informations a des conséquences directes sur le fonctionnement de la sphère publique et des démocraties, notamment lors des élections qui sont des moments privilégiés pour des actions de manipulation de l'information et de l'opinion publique. Cependant, comme le rappellent des chercheurs, le véritable enjeu de la circulation de ces contenus problématiques réside dans une volonté de réguler l'information, en particulier sur les réseaux sociaux.

Des plateformes telles que Facebook, Twitter ou encore YouTube ont des responsabilités. Comme le souligne Romain Badouard dans *Les Nouvelles Lois du web. Modération et censure* (Seuil, 2020), « les plateformes ne sont pas neutres par rapport aux contenus qu'elles hébergent. Via leurs algorithmes, elles exercent des activités de filtrage, de tri, de mise en visibilité des informations, qui peuvent s'apparenter à des activités éditoriales. Même si, à ce jour, elles ont le statut d'hébergeur et non d'éditeur de contenu ». Ces plateformes ne considèrent pas la véracité ou l'objectivité des sites d'informations comme des critères prioritaires dans le classement qu'elles opèrent (Frau-Meigs, *Faut-il avoir peur des fake news ?*, La Documentation française, 2019). Elles se focalisent uniquement sur l'engagement.

Mais la pression s'intensifie sur les acteurs de l'économie numérique, notamment de la part des gouvernements et des États, pour qu'une régulation soit instaurée. Ces plateformes ont mis du temps à réagir face à la désinformation. Des affaires telles que Cambridge Analytica ont aussi eu de lourdes répercussions. Les plateformes ont finalement opté pour plus de transparence et ont mis en place, récemment, un arsenal de mesures pour lutter plus efficacement contre la désinformation et les faux comptes.

Les campagnes d'ingérence russe dans l'élection présidentielle américaine de 2016 ont mis à jour l'impact des « usines à trolls » sur le débat public aux États-Unis. Ces trolls se servent de toutes les plateformes pour accroître leur influence. Pour les élections européennes en 2019, Twitter, Facebook, etc. ont développé de nouvelles fonctionnalités pour contrer les fausses informations. Les géants du web ont également supprimé des milliers de faux comptes. Facebook assure ainsi avoir supprimé 5,4 milliards de faux comptes d'utilisateurs en 2019 (un record !).

Face à de nouveaux défis

Les travaux de la chercheuse française Camille François, menés dans les data sciences, sont très intéressants. Elle se focalise tout particulièrement sur la manière dont les informations circulent sur les plateformes grâce au machine learning (technologie de l'intelligence artificielle). Elle mène également un important travail d'enquête pour détecter les campagnes de manipulation de l'information en utilisant la méthode du digital forensics (investigation numérique).

L'approche data-scientiste du phénomène des fake news est aujourd'hui incontournable. De nombreux articles ou encore des vidéos sont ainsi créés grâce à quelques outils alimentés par l'intelligence artificielle (IA), ce qui suscite des inquiétudes au sujet d'une potentielle utilisation malveillante de cette technologie. Les deepfakes en sont un parfait exemple : la qualité de ces images semble très convaincante aux yeux des humains.