CENTRE DE GESTION DE LA FONCTION PUBLIQUE TERRITORIALE
DE MARTINIQUE

EXAMEN PROFESSIONNEL DE PROMOTION INTERNE D'ASSISTANT TERRITORIAL QUALIFIE DE CONSERVATION DU PATRIMOINE ET DES BIBLITHEQUES PRINCIPAL DE 2ème CLASSE, SESSION 2022

Mardi 24 mai 2022

EPREUVE DE NOTE

ÉPREUVE D'ADMISSIBILITÉ :

Rédaction d'une note à l'aide des éléments d'un dossier portant sur la spécialité choisie par le candidat au moment de l'inscription.
Durée : 3 heures Coefficient : 2

SPECIALITE : DOCUMENTATION

A LIRE ATTENTIVEMENT AVANT DE TRAITER LE SUJET

- ✓ Vous ne devez faire apparaître dans votre copie aucun signe distinctif tels que : paraphe, signature, initiales, numéro de convocation, votre nom ou nom fictif, nom de votre collectivité employeur, commune où vous résidez ou composez.
- ✓ Seul l'usage d'un stylo non effaçable à encre noire ou bleue est autorisé (bille ou feutre). L'utilisation d'une autre couleur pour écrire ou souligner, sera considérée comme un signe distinctif, de même que l'utilisation d'un surligneur.
- ✓ Les feuilles de brouillon ne seront en aucun cas prises en compte.

Le non-respect des règles ci-dessus peut entraîner l'annulation de la copie par le jury.

Ce sujet comprend 27 pages, y compris celle-ci.

Il appartient au candidat de vérifier que le document comprend le nombre de pages indiqué.

S'il est incomplet, en avertir un surveillant.

Vous êtes assistant territorial de conservation du patrimoine et des bibliothèques principal de 2ème classe au sein du service de documentation du département Culturedep.

Votre collectivité souhaite sensibiliser les agents au phénomène de désinformation.

Dans ce cadre, la directrice générale des services vous demande de rédiger à son attention, exclusivement à l'aide des documents joints, une note sur la lutte contre la désinformation.

Liste des documents :

Document 1 : « Pourquoi préférons-nous les infox ? » - Romina Rinaldi – *Sciences humaines* - mars 2020 - 2 pages

Document 2 : « Fake news : comment reconnaitre le vrai du faux ? » - *Archimag* - 21/01/2020 - 4 pages

Document 3 : « Décrypter l'information et développer le sens critique. Des nouveaux défis pour le médiateur numérique » - Bruno Méraut - *Bulletin des bibliothèques de France* - 2020 - 7 pages

Document 4 : « Puis-je utiliser cette source dans mon travail? Le "foutaisomètre" » - *guides.bib.umontreal.ca* - Consulté le 4 février 2022 - 1 page

Document 5 : « Franck Hurinville (BNF) : " bibliothécaires et documentalistes ont un rôle à jouer contre la désinformation " » - *Archimag* - 27 août 2019 - 2 pages

Document 6 : « « Fact-checking » et « vérification » quel rôle et quels outils pour le veilleur ? » - *Netsources* - Novembre-décembre 2015 - 4 pages

Document 7 : « Désinformation en ligne : ce que dit le rapport Bronner » - *www.vie-publique.fr* - 12 janvier 2022 - 3 pages

Document 8 : « Les infox, une menace sur la démocratie » - *Le Progrès* - 12 janvier 2022 - 2 pages

Documents reproduits avec l'autorisation du C.F.C.

Certains documents peuvent comporter des renvois à des notes ou à des documents non fournis car non indispensables à la compréhension du sujet.

Pourquoi préférons-nous les infox ?

Les fausses informations, appelées *fake news* ou infox, captent notre attention et suscitent l'adhésion malgré leur inexactitude. Pourquoi ? Comment peut-on s'en préserver ?

ROMINA RINALDI

Docteure en psychologie et chargée de cours à l'université de Mons (Belgique).

Saviez-vous qu'en 2019, Emmanuel Macron déclarait qu'*«après deux offres d'emploi refusées, les chômeurs pourront être ciblés par des drones»* ? Cette information juste assez plausible est en fait erronée ! Il s'agit d'une *fake news*, aussi appelée infox. Les fausses informations adoptent généralement les codes des médias «classiques», sans pour autant être soumises à leurs normes éditoriales, notamment d'objectivité ou de neutralité. Au départ à visée humoristique, les infox tournent parfois au tragique car elles peuvent être utilisées à des fins de propagande. Une situation d'autant plus alarmante que même lorsque les informations sont corrigées par la suite, elles laissent des traces au niveau de l'opinion publique. Qu'est-ce qui nous conduit à adhérer et surtout à diffuser les *fake news* ? Peut-on s'en prémunir ?

Notre mémoire est loin d'être illimitée. Or, la quantité d'informations à laquelle nous sommes quotidiennement exposés dépasse très largement notre capacité à les «intégrer» correctement. Dès lors, nous sommes amenés à sélectionner. Et cette sélection s'opère en grande partie grâce à nos émotions : promesses grandiloquentes, discours larmoyants, images-chocs retiennent plus facilement notre attention car ils marquent nos esprits. En analysant les *tweets* sur la Cop15, des chercheurs danois ont montré que plus une information suscite des sentiments «négatifs» (peur, tristesse, colère...), plus elle risque d'être reprise et diffusée facilement. Pourtant, le contenu émotionnel d'un gros titre ne garantit en rien la véracité du contenu.

Pour économiser son énergie, notre cerveau très sollicité utilise des heuristiques, c'est-à-dire des réflexes de raisonnement, simples et rapides, basés sur une estimation formulée à partir de ce que nous savons déjà. Mais dans certains contextes, ces heuristiques mènent à des erreurs de jugement, aussi appelées par les spécialistes «biais cognitifs». Il en existe différents types :

◆

Les biais de réflexion sont utiles au quotidien.

◆

• **Le biais de confirmation** - Une fois que nous avons acquis une conviction, il est très difficile de changer d'avis, même si une nouvelle information vient contredire la première. Nous accordons ainsi plus d'importance ou de légitimité à des contenus confirmant nos opinions et nos croyances, et avons tendance à exclure les preuves qui les invalident. Ce biais est particulièrement mobilisé quand les infox impliquent des croyances et opinions très personnelles (voire identitaires), notamment en matière de politique ou de religion. Par exemple, en 2004, un canular a répandu la rumeur qu'une jeune femme de 23 ans s'était fait agresser par des assaillants musulmans. Ils lui auraient dessiné des croix gammées sur le ventre. Le président Chirac en personne est intervenu publiquement à ce sujet... avant que l'information soit démentie (1).

• **Le biais des modèles** - Une information donnée soit par une personne prestigieuse et considérée comme experte, soit par une personne qui nous ressemble, sera plus facilement jugée comme vraie et acceptée.

• **Le biais d'intentionnalité** - C'est l'idée que rien n'arrive par hasard et que tout évènement a une cause, même si elle est peu probable. Attribuer une intention négative, malveillante, rend crédule face aux théories du complot. Il s'agit par exemple de croire qu'une épidémie comme le virus Zika n'est pas accidentelle mais inoculée de façon délibérée pour éradiquer une partie de la population.

• **L'effet Dunning-Kruger** - Les personnes les moins expertes ont tendance à juger leurs connaissances ou habiletés supérieures à ce qu'elles sont réellement, ce qui ne les engage pas à collecter des preuves supplémentaires pour juger

de la véracité d'une information. Cet effet serait notamment lié à de faibles compétences métacognitives, celles qui nous permettent justement d'avoir un contrôle en temps réel sur notre activité mentale.

Le cerveau a donc ses propres réflexes. Toutefois, nous n'avons pas tous les mêmes capacités à contrer nos heuristiques. Certaines personnes sont plus enclines à le faire. Elles utilisent plus souvent un mode de raisonnement dit analytique, plus lent et moins intuitif. Pour les identifier, les scientifiques proposent généralement ce genre de devinettes: *« Une batte de baseball et une balle coûtent 1,10 € au total. La batte coûte un euro de plus que la balle. Combien coûte la balle? »* La réponse intuitive est 10 centimes, mais elle est fausse car le total serait 1,20 €. La balle coûte en réalité 1,05 € et la balle coûte 5 centimes, donc 1,10 € au total.

Chacun peut bien sûr finir par résoudre ce problème, mais certains y arrivent plus facilement grâce à des prédispositions et à leur personnalité. En l'occurrence, ce sont les mêmes personnes qui parviendraient à mieux identifier si un gros titre est plausible ou non, et ce, indépendamment du fait que ce gros titre soit en accord ou non avec leurs convictions (2).

Devenir des experts des médias

Si notre raisonnement heuristique peut nous mener sur de fausses pistes, il nous sauve très souvent la mise! Imaginez que chaque information que vous traitez, chaque décision que vous prenez, soient décortiquées, soupesées, triangulées: du choix d'un club de sport à celui de votre sandwich du déjeuner. Cette vie serait impossible!

En définitive, les biais de réflexion sont utiles au quotidien. On ne peut s'en dispenser. Malgré cela, lorsqu'il s'agit de juger d'une nouvelle information, il est possible de contrer au moins en partie notre tendance à la crédulité.

On peut par exemple créer de bonnes habitudes en encourageant les jeunes enfants à poser des questions pour remettre en question leurs certitudes... ou les adultes à devenir des « experts » des médias.

Ainsi, ceux qui utilisent le plus fréquemment les médias sociaux et qui sont habitués à naviguer sur Internet seraient plus aptes à identifier de fausses informations. Ce sont aussi eux qui possèdent généralement de meilleures compétences en littératie de l'information – la capacité de chercher et de vérifier de l'information. La plupart sont capables, en quelques secondes, de « googler » une information pour la vérifier, avant de la partager éventuellement (3).

À l'inverse, les seniors, qui auraient une moins grande aptitude à décrypter les usages du Web, auraient été parmi les plus actifs à relayer des contenus de faux sites d'information. Des études l'ont montré, par exemple lors de la présidentielle américaine de 2016 (4). Dans le même ordre d'idées, en proposant à plus de 15000 personnes de jouer à un jeu en ligne qui les plongeait dans la peau de lanceurs de fausses alertes, ce qui leur permettait de comprendre de l'intérieur les rouages des fausses informations, des chercheurs de l'université de Cambridge ont obtenu des résultats très encourageants sur la capacité à détecter les infox. En somme, il s'agit d'exercer sa clairvoyance. ■

(1) Jayson Harsin, « Un guide critique des *fake news*: de la comédie à la tragédie », *Pouvoirs*, n° 164, 2018/1.
(2) Gordon Pennycook et David Rand, « Lazy, not biased. Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning », *Cognition*, n° 188, juillet 2019.
(3) Laeeq Khan et Ika Karlina Idris, « Recognise misinformation and verify before sharing. A reasoned action and information literacy perspective », *Behaviour & Information Technology*, vol. 38, 2019/12.
(4) Andrew Guess *et al.*, « Less than you think. Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook », *Science Advances*, n° 5, 2019/1.

Fake news : comment reconnaître le vrai du faux

Le 21/01/2020 - Nicolas Moinet

Les "fake news", fausses nouvelles – ou littéralement "nouvelles truquées" - sont aussi anciennes que les sociétés humaines et les professionnels du renseignement et de l'investigation en ont toujours fait leur lot quotidien tant pour s'en prémunir que pour en faire un usage offensif (désinformation ou intoxication). Alors quoi de neuf sous le soleil de la connaissance et pourquoi parler de fake news ? Celles-ci ne seraient-elles finalement pas une vieille réalité habillée à la mode 2.0 sous la houlette du marketing de la peur ? Ou alors une notion qui dénoterait un changement d'échelle, voire une disruption liée au développement des réseaux sociaux numériques ?

De fait, la notion de fake news s'est développée avec l'émergence des Facebook ou autres Twitter. Trois raisons expliquent l'engouement et la crainte suscités par ce phénomène :

- Tout d'abord, une propagation inédite des fausses nouvelles dans le temps (six fois plus vite que les informations vraies) et dans l'espace, la capacité de toucher des milliers, voire des millions de personnes en un temps record.
- Ensuite, une tendance à un enfermement dans des bulles informationnelles, une forme de confort cognitif qui fait généralement peu de cas de la vérité, se contentant d'un zest de véracité.
- Enfin et surtout, une dépossession partielle du pouvoir de désinformer des acteurs classiques — les États et leurs services spéciaux associés aux grands médias — au bénéfice d'une myriade d'acteurs hétérogènes qui, avec peu de moyens, peuvent mener

de véritables campagnes d'intox et déstabiliser une entreprise, l'image d'un produit ou de toute la marque, directement ou indirectement.

Fake news : les cas Starbucks ou Nutella

Les cas Starbucks ou Nutella sont désormais célèbres, la première n'étant pas à l'origine d'une campagne annonçant la gratuité des boissons aux immigrants sans-papiers et la seconde n'ayant pas rappelé 625 000 pots contaminés aux salmonelles. Ou encore ce faux communiqué de presse du groupe Vinci annonçant le licenciement du directeur financier suite au détournement de 3,5 milliards d'euros. Et il paraît même que Bloomberg serait tombé dans le panneau ! Étonnant, mais surtout coûteux pour le prix de l'action. Les exemples ne manquent pas d'autant que les entreprises, jusque-là peu touchées, seraient devenues des cibles de choix.

Alors, comment s'en prémunir ? Théoriquement, les professionnels de l'intelligence économique, biberonnés à la culture du renseignement, disposent de tous les outils pour y faire face. Mais ce phénomène des fake news pose une question plus large au niveau de l'organisation et des biais cognitifs.

Comment repérer une fake news ? Des méthodes bien connues

Comment repérer des fake news ? Les articles qui traitent de cette question proposent des méthodes bien connues des professionnels de l'investigation : journalistes, policiers, officiers traitants et analystes et bien entendu veilleurs. À savoir :

- aller au-delà du titre en lisant l'article en entier pour voir si le contenu est crédible ou s'il ne s'agit pas d'humour ;
- vérifier la date et le caractère plausible des évènements énoncés ;
- identifier clairement la source en explorant son site web, c'est-à-dire son but (« qui nous sommes »), ses autres publications, sa page « contacts » ;
- identifier également l'auteur, son existence réelle, sa légitimité, ses autres écrits ;
- vérifier ce que disent les experts sur le sujet ;
- évaluer nos préjugés, ces opinions qui affectent notre jugement.

Un produit fini et fiable

Nous retrouvons là les grands principes énoncés par les manuels d'intelligence économique concernant la phase d'exploitation des informations recueillies : la validation, le traitement, l'analyse et la synthèse. Le renseignement est un produit fini et fiable.

Pour ce faire, il faut trier et donc estimer la valeur des informations collectées. Dans les services d'État d'où est issue la fameuse méthodologie du cycle du renseignement transférée dans les entreprises, les officiers traitants chargés des sources humaines et les spécialistes qui exploitent les sources techniques vont se livrer à ce travail critique en cotant les sources et les renseignements. Sont-ils fiables ? Ont-ils été recoupés par d'autres sources ? Ils vont donner des notes et, surtout, rendre la source anonyme (la démarquer) afin que l'analyste qui centralise, recoupe, compare et étudie les renseignements ne les juge pas en fonction de leurs auteurs. « Si c'est tel expert qui le dit, alors… » est un réflexe à éviter absolument.

Car dans le monde dit « professionnel » toute opération de désinformation s'appuiera sur des sources jusque-là considérées comme fiables quand cette fiabilité n'a pas été construite uniquement en vue de cette manipulation…

Evaluations objectives

Le travail des analystes doit ainsi aboutir à des évaluations objectives des renseignements ; ce travail s'appuie évidemment sur la mémoire et sur l'expérience du spécialiste comme de l'organisation.

Alors que les sources travaillent dans le cloisonnement, les analystes peuvent travailler dans la transversalité, échanger des renseignements, des synthèses… L'analyste est un spécialiste de haut niveau qui est investi d'une véritable mission stratégique. Analyser, c'est donner du sens aux données recueillies.

Les méthodes et la philosophie de l'analyste sont celles de tout enquêteur :

- n'avoir aucun préjugé ;
- ne pas faire coller les évènements avec ses théories ;
- séparer l'essentiel de l'accidentel ;
- privilégier l'induction puis utiliser la déduction ;
- ne pas se limiter à une seule déduction possible ;
- se mettre à la place de l'autre.

"Nos idées, disait Claude Bernard, ne sont que des instruments intellectuels qui nous servent à pénétrer dans les phénomènes ; il faut les changer quand elles ont

rempli leur rôle, comme on change un bistouri émoussé quand il a servi trop longtemps."

Culture et rigueur scientifique des Lumières

Au-delà des ces principes et techniques, reconnaître les fake news est d'abord une question de culture, c'est-à-dire de capacité à mettre en perspective l'information au sein d'un système de connaissance approfondi. Autrement dit, plus la culture sera superficielle et la rigueur scientifique des Lumières mise de côté au profit de pseudo-certitudes mortifères, plus les fake news pourront trouver d'échos favorables.

Pourquoi ? La réponse nous est donnée par la fameuse boucle OODA reconnue aux États-Unis par le courant de la "Competitive intelligence". Inventée par des pilotes de chasse américains pour gagner en agilité sur leurs adversaires soviétiques, elle modélise le processus de décision qui va de l'Observation à l'Action en passant par la phase centrale d'Orientation qui conduit à la décision. Dès lors, il s'agira de raccourcir sa boucle Observation-Orientation-Décision-Action et d'allonger la boucle de l'adversaire.

Mais surtout, il faut retenir de cette modélisation que ce n'est pas l'information qui conduit directement à l'action, mais l'image mentale que nous construisons. Une image mentale que nous construisons et déconstruisons certes à partir de données, mais aussi en fonction de notre culture, de notre histoire et de notre capacité à ne pas tomber dans les pièges des biais cognitifs.

Par exemple le biais juridictionnel qui nous enferme dans notre domaine de spécialisation ou le biais d'attente qui consiste à entr'apercevoir ces fameux et spécieux "signaux faibles" dont la soi-disant faiblesse viendra paradoxalement nous conforter dans nos certitudes quand le renseignement doit pouvoir remettre en question, réenseigner notre vision d'un sujet.

On le voit : les fake news ne sont que l'arbre qui cache la forêt de l'ignorance de celui qui croit savoir, un homme dangereux pour lui-même et dangereux pour les autres. Une faille que saura bien entendu exploiter son adversaire.

[Nicolas Moinet est Professeur des universités à l'IAE de Poitiers. Praticien-chercheur en intelligence économique, il est l'auteur de nombreux ouvrages académiques et professionnels sur le sujet. Dernière parution : Les sentiers de la guerre économique. 1. L'école des « nouveaux espions », VA Editions, 2018.]

DÉCRYPTER L'INFORMATION ET DÉVELOPPER LE SENS CRITIQUE

Des nouveaux défis pour le médiateur numérique

Bruno Méraut

Médiateur multimédia et formateur spécialisé dans les pratiques numériques

Ces dernières années ont vu s'accroître une défiance envers les médias traditionnels : ces derniers seraient tous possédés par une poignée de personnes[1] et les journalistes plus obsédés par l'exclusivité et le revenu – ou le trafic généré – que par la véracité de l'information. En témoigne, par exemple, la précipitation autour d'un faux Xavier Dupont de Ligonnès arrêté en Écosse en octobre 2019. Cette défiance concerne également le traitement des hommes et des femmes politiques, qui utilisent ces médias traditionnels pour diffuser leurs éléments de langage de façon franche (par exemple Sibeth Ndiaye, porte-parole du gouvernement, qui affirmait en juillet 2017 : « *J'assume parfaitement de mentir pour protéger le président* »[2]). Mais le maître incontesté de la défiance envers les médias, et qui leur doit pourtant beaucoup, c'est bien sûr Donald Trump. En rétorquant à tous ceux qui lui évoquent des faits qui ne lui plaisent pas : « *You are fake news !* », il a développé sa vision des « faits alternatifs » : vous avez votre vérité, ce n'est pas la mienne.

Pourtant jusqu'ici, rien de nouveau. Comme le montre un article de *Retronews*[3], le site de presse ancienne de la BnF, les fausses nouvelles ne datent pas d'hier. Satire, propagande, publireportage, théorie du complot, désinformation, ces techniques de manipulation existent au moins depuis le début du XIX^e^ siècle. Mais l'arrivée dans notre quotidien des technologies, d'internet et des réseaux sociaux a bouleversé le quatrième pouvoir des médias et complexifié la recherche et le partage de l'information.

DES PRATIQUES ET DES USAGES INFORMATIONNELS EN ÉVOLUTION

Une étude de Microsoft Canada[4] parue en 2013, sur le déficit d'attention, indiquait qu'un internaute passe en moyenne 8 secondes sur une page internet et en retient une quinzaine de mots. La lecture web est donc plus un scan qu'une lecture intégrale. À

1 Voir la carte des médias par *Le Monde diplomatique* : https://www.monde-diplomatique.fr/cartes/PPA

2 Voir l'article de *Check News* sur ce sujet : https://www.liberation.fr/checknews/2019/04/02/sibeth-ndiaye-a-t-elle-vraiment-dit-j-assume-parfaitement-de-mentir-pour-proteger-le-president_1718838

3 https://www.retronews.fr/cycle/fausses-nouvelles-manipulations-et-consequences

4 https://www.infopresse.com/Uploads/files/Microsoft_%C3%89tude d%C3%A9ficit de l'attention.PDF

cette étude, il faut rajouter le fait que, selon le baromètre numérique du Crédoc[5], en 2019 les Français se connectaient à internet de préférence avec leur smartphone. La navigation y est simplifiée, mais aussi moins complète et précise que sur un ordinateur. Au point que les rédacteurs web parlent de *snacking content* : du contenu court et facilement consommable, qui va à l'essentiel pour réussir à impacter une audience volatile en déficit d'attention, car sursollicitée et surinformée.

Et puisque la captation de l'attention sur internet devient une économie à part entière, l'objectif des rédacteurs est désormais de générer de l'engagement: plus un contenu est vu, liké, partagé, commenté, plus il rapporte de l'argent (grâce aux publicités). Pour cela, une méthode facile: un titre «piège à clic» (ou *clickbait*), une photo aguicheuse et le tour est joué.

Les grandes plateformes du web (les GAFAM – Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft) jouent là un rôle important puisqu'elles mettent en relation des gens aux mêmes centres d'intérêt, qui partageront les mêmes types de contenus et les commenteront ensemble, les enfermant par ailleurs dans des bulles de filtre. Des lois sont actuellement en préparation (Lutte contre la haine sur internet[6] et Lutte contre la manipulation de l'information[7]) qui visent notamment à responsabiliser ces plateformes en tant qu'hébergeurs de contenus potentiellement discriminatoires ou malveillants. Outre que ces lois peuvent heurter la liberté d'expression et la liberté de la presse, le danger est qu'elles autorisent ces sociétés à jouer le rôle de censeur.

Que le gouvernement légifère contre la prolifération de fausses informations et veuille réguler les contenus haineux est tout à fait normal et compréhensible. Mais le plus efficace et le plus profitable à tous ne réside-t-il pas dans l'éducation au fonctionnement des médias et de l'information ?

LES ENJEUX D'UNE ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

En tant que médiateur numérique, j'interviens régulièrement en collège ou en lycée. À chaque fois, je montre cette photo d'une jeune femme devant un milkshake, smartphone à la main et je demande aux élèves : que fait-elle ?

Bien sûr, on me répond qu'elle envoie une photo, probablement sur Snapchat ou Instagram. Je leur demande alors : quel est le chemin de la photo ? Où est-elle hébergée ? Comment ? Quels sont ses droits et ses responsabilités sur la photo ?

5 https://www.credoc.fr/publications/barometre-du-numerique-2019

6 http://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/dossiers/lutte_contre_haine_internet

7 http://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/dossiers/fausses_informations_lutte

Photo Pixabay – licence CC0:
https://pixabay.com/fr/photos/jeune-fille-teen-smartphone-russe-1848478/

S'ensuit une discussion sur le parcours d'une donnée jusqu'à un serveur en Californie, les conditions d'utilisation que nous cochons la plupart du temps sans les avoir lues, ces droits d'auteur et droits à l'image que nous cédons à vie, ces algorithmes conçus pour secréter de la dopamine et solliciter, toujours, notre attention.

Le constat est très souvent sans appel : ces générations qui grandissent et vivent à l'ère du numérique, comme cette jeune femme, ne connaissent rien du fonctionnement des outils qu'ils utilisent au quotidien. Or pour s'informer, la plupart des jeunes adultes utilisent Facebook, YouTube et Instagram. Sur ces réseaux, il n'est pas toujours évident d'identifier qui parle, pourquoi, avec quelles sources. N'allons pas croire pour autant que les séniors soient plus sages ! Selon une étude américaine[8], ils sont encore plus prompts à partager de fausses informations. Leur éducation aux médias s'est faite à la marge, sans encadrement de professionnels, au contraire des bibliothécaires et des documentalistes.

Tout bon bibliothécaire connaît ses classiques face à une information :

- identifier la source (explorer le site, la page contact, un coup d'œil dans le code source pour les plus curieux) ;
- lire plus que le titre, vérifier la date ;
- identifier l'auteur (qui est-il, est-il fiable ?) ;
- d'autres sources parlent-elles de cette information ?

Ces recherches de base doivent normalement permettre de distinguer une information sérieuse d'un contenu sponsorisé, une satire, une propagande ou un contenu erroné. L'internaute averti, après ces recherches, doit ensuite se demander avant de partager une information :

- est-ce qu'elle va intéresser mon entourage ?
- s'il s'agit de propos engagés, sont-ils respectueux ? Ne m'engagent-ils pas ?
- si oui, suis-je prêt à en assumer le contenu ?

8 Étude citée dans un article du *Nouvel Obs*, « Les seniors partagent plus les "fake news" que les jeunes » : https://www.nouvelobs.com/societe/20190110.OBS8261/les-seniors-partagent-plus-les-fake-news-que-les-jeunes.html

La très grande majorité des gens ne se pose pas toutes ces questions, mais on peut garder à l'esprit cette phrase d'Orelsan : « *Si c'est sur internet, c'est peut-être faux mais c'est peut-être vrai. Simple, basique.* »

SENS CRITIQUE ET *FACT CHECKING*

Face à la prolifération des *fake news*, de nombreux médias ont créé des outils de *fact checking*. Citons entre autres « L'instant détox » de *France Info*, « Check News » de *Libération*, « Le Décodex » du *Monde* ou encore « Factuel » de l'AFP. Le *fact checking*, littéralement « vérification des faits », vise à examiner et à vérifier une information circulant sur internet ou dans les médias, ou les propos d'une personnalité publique, par exemple un responsable politique.

Ce sont souvent les grands médias qui « débunkent », c'est-à-dire débusquent, défont et analysent les *fake news*. Mais ces mêmes médias traditionnels sont aussi ceux qui ont perdu la confiance de nombreux internautes.

De fait, quand nous recevons une information, il nous faut toujours faire appel à notre sens critique, un exercice qui n'est pas inné. Il faut pour cela être en capacité de :

- comprendre avant de juger ;
- se méfier de ses préjugés ;
- identifier avec certitude ce que l'on sait, ce que l'on suppose et ce que l'on ignore ;
- développer son ouverture d'esprit.

Il peut toujours être bon de garder en tête cette citation attribuée à Marc Aurèle :

« *Tout ce que nous entendons est une opinion et non un fait. Tout ce que nous voyons est une perspective et non la vérité.* »

Si tout le monde exerçait son sens critique sur internet, les réseaux sociaux seraient des lieux de débats éclairés, remplis d'échanges constructifs. Mais pour faire appel à ce sens critique, il faut avoir une conscience éclairée de soi-même et de ses propres biais cognitifs.

Un biais cognitif est une déviation de la pensée logique et rationnelle. Ainsi l'effet Dunning-Kruger établit qu'une personne ayant une grande confiance en elle surestimera ses compétences dans un domaine, alors qu'un véritable expert aura conscience de tout ce qu'il ne sait pas. Le biais de confirmation, quant à lui, implique que nous aurons tendance à rechercher des informations qui vont renforcer nos croyances, en écartant – même inconsciemment – celles qui ne vont pas dans notre sens. Connaître ces biais cognitifs permet en partie de les déjouer et de les inhiber.

Le manque d'esprit critique et d'éducation aux médias explique peut-être le résultat d'une enquête de l'IFOP exprimé en janvier 2018[9] qui annonçait que 79 % des Français croient à au moins une « théorie complotiste » (anti-vaccins, grand remplacement, *chemtrails*, terre plate...) et 25 % arrivent même à l'étonnant score de cinq.

9 Enquête de l'IFOP pour la Fondation Jean-Jaurès et le site Conspiracy Watch, « L'Observatoire du conspirationnisme », réalisée en ligne auprès de 1 252 personnes. Voir l'analyse de France Inter : https://www.franceinter.fr/societe/les-francais-sont-plus-complotistes-qu-on-le-pensait

Des youtubeurs se sont donné pour missions de chasser les *fake news* et les théories du complot en usant de la zététique : l'art du doute sceptique. Ces zététiciens[10] utilisent ainsi la méthode scientifique pour vérifier des affirmations qui sortent de l'ordinaire.

Une personne croyant fermement en une théorie du complot aura beaucoup de mal à remettre en cause ses croyances, malgré tous les arguments du monde. Être éduqué à l'image, aux informations et aux médias, comprendre le monde qui nous entoure, comment il fonctionne et comment nous fonctionnons, pour faire preuve d'esprit critique, est donc essentiel. C'est un enjeu de citoyenneté.

Encadré 1. Des ateliers de médiation numérique contre la désinformation

Étant moi-même médiateur numérique rattaché au service de lecture publique d'une collectivité depuis quinze ans et formateur intervenant depuis cinq ans, j'ai eu l'occasion de mettre en place différentes actions d'éducation aux médias, à l'image et à l'information. Par exemple, des ateliers débats sur la compréhension des médias et des *fake news* pour un public adulte. Ces ateliers m'ont permis d'observer que de nombreux séniors qui n'ont jamais fait d'anglais ne sont pas familiarisés avec des termes comme *fake news*. Savoir trier le vrai du faux sur internet les intéresse, mais le vocabulaire utilisé les rebute souvent.

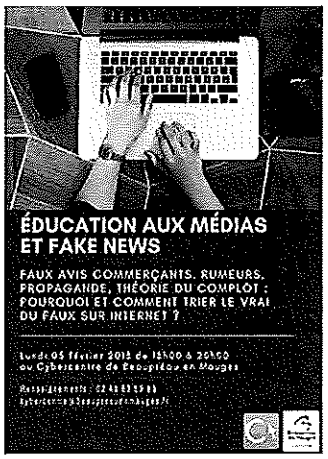


Photo Romain Guérif

Autre exemple, avec un groupe de scolaires. Nous avons détourné des articles de presse en les remaniant sur des logiciels de retouche d'image. Nous avons ensuite réalisé un quiz auprès d'autres élèves en mélangeant ces détournements à d'autres informations, authentiques celles-ci. Le jeu était de trouver les indices suggérant que l'article avait été détourné. Il est possible d'imaginer une telle action au sein d'une bibliothèque, également à l'intention de publics adultes.

10 Par exemple les chaînes YouTube de la *Tronche en biais* : https://www.youtube.com/user/TroncheEnBiais et *Hygiène mentale* : https://www.youtube.com/user/fauxsceptique

DES ACTIONS POUR DÉCRYPTER L'INFORMATION

Depuis 2015, l'éducation aux médias et à l'information fait partie du programme scolaire d'éducation morale et civique. Mais les enseignants sont encore peu formés à ces questions et le temps accordé à ces notions est souvent insuffisant pour permettre aux élèves de mieux analyser une information.

Que dire des adultes, jeunes et retraités, qui n'ont pas reçu cet enseignement au cours de leur formation puisque les problématiques d'alors n'étaient pas les mêmes ?

Les bibliothèques peuvent constituer des remparts contre la désinformation : lieux de culture et d'information, accessibles gratuitement et ouvertes à tous, elles sont propices à l'éveil de l'esprit critique.

De nombreuses actions peuvent être mises en place en bibliothèque pour éduquer aux médias, à l'image et à l'information. Des ateliers « clés en main » facilement reproductibles sont accessibles sur internet :

- Le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information (CLEMI)[11] propose par exemple des ateliers Déclic'Critique[12]. Il s'agit de kits pédagogiques très complets et efficaces pour apprendre aux élèves à démêler le vrai du faux, identifier un site web, démasquer une publicité cachée.
- Les Voyageurs du numérique[13], initiative de l'ONG Bibliothèques sans Frontières, mettent à disposition de nombreuses fiches outils et parcours pédagogiques détaillés, avec la possibilité de sélectionner le public auquel on s'adresse (adolescents, adultes, enfants, séniors).
- Le Centre canadien d'éducation aux médias et de littéracie numérique propose un atelier de 60 minutes pour les 11 ans et plus intitulé « FAUX que ça cesse : comment savoir ce qui est vrai sur internet »[14].
- L'association « Science animation » met à disposition un kit pour réaliser l'*escape game* pédagogique « Panique dans la bibliothèque »[15]. Basé sur le livre *25 vraies fausses idées en sciences*, il invite les participants à utiliser leur sens de l'observation, travailler en équipe et affiner leur esprit critique.
- Le *serious game* « Chasseur d'infos »[16] est un jeu textuel proposé par France TV Éducation. Il permet de se glisser dans la peau d'un apprenti rédacteur en chef, chargé de trouver des scoops tout en évitant de diffuser de fausses informations.

Il est également possible de s'inscrire dans le calendrier national en profitant de la Semaine de la presse et des médias, en mars, ou de la Semaine mondiale de l'éducation aux médias et à l'information, en octobre. •

11 Le CLEMI est un service du Réseau Canopé chargé de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) dans l'ensemble du système éducatif français : https://www.clemi.fr/

12 https://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-videos/ateliers-declic-critique.html

13 https://voyageursdunumerique.org/

14 https://habilomedias.ca/litt%C3%A9ratie-num%C3%A9rique-et-%C3%A9ducation-aux-m%C3%A9dias/e-tutoriels/faux-que-%C3%A7a-cesse-comment-savoir-ce-qui-est-vrai-sur-internet

15 https://www.science-animation.org/fr/escape-game-panique-dans-la-biblioth%C3%A8que

16 https://www.lumni.fr/jeu/chasseurs-d-infos-devenez-le-redacteur-en-chef-de-demain

Encadré 2. Un festival pour l'éducation à l'image

Afin d'accompagner l'éducation aux images, les centres sociaux, services jeunesse de la lecture publique des Mauges (Maine-et-Loire) ont créé il y a cinq ans le « Festival de Cannes... mais des Mauges ! ». L'objectif est, tout au long de l'année et sur un temps périscolaire, de faire réaliser des courts métrages (fiction, animation, documentaire) à des groupes de préadolescents et adolescents, avec pour point d'orgue en octobre, une cérémonie « officielle » (tapis rouge, gardes du corps, paparazzis, jury et remise de prix). Les vidéos sont ensuite diffusées sur les comptes Facebook et YouTube.

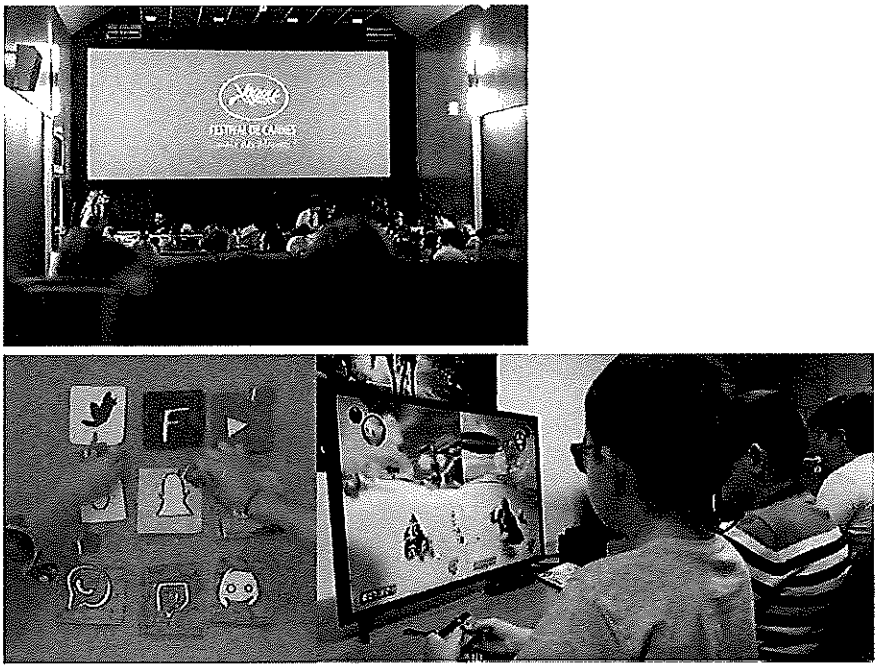


Photo Bruno Méraut

Lors de l'édition 2019, quatre adolescents ont ainsi réalisé un documentaire intitulé *L'ado tuto*. Ils y posent leur regard sur les réseaux sociaux existants et leur utilisation, leurs potentiels comme leurs risques. Un autre documentaire, présenté la même année par deux adolescents, donnait la parole aux joueurs de jeux vidéo, sous-représentés selon eux dans les médias. Dans les deux cas, les jeunes ont travaillé leur sujet, fait des recherches, réfléchi à l'angle de vue qu'ils souhaitaient aborder et au message à faire passer. En somme, ils ont effectué un travail journalistique.

Le festival est devenu un rendez-vous suivi des jeunes, ravis de basculer de l'autre côté de l'écran. Et surtout, en réalisant leurs courts métrages, fiction comme documentaire, ils prennent du recul sur les images et les informations auxquelles ils sont confrontés au quotidien.

Pour sensibiliser les publics aux médias et éveiller leur esprit critique, la pédagogie active semble, comme pour beaucoup d'apprentissages, être la plus efficace.

DOCUMENT 4

Puis-je utiliser cette source dans mon travail ?

LE « FOUTAISOMÈTRE »

Encerclez et ajoutez pour calculer le potentiel de foutaises de la source

Apporte de la valeur à la source	↑	↓	Suscite du doute à propos de la source
AUTEUR			**AUTEUR**
↑ Professeur	+1	-5	Anonyme ou pseudonyme ↓↓↓↓↓
↑↑ Professeur titulaire (et/ou détenteur d'une chaire, d'un laboratoire, ...)	+2	-3	Sujet ≠ Expertise de l'auteur ↓↓↓
		(-1..)	Autres publications douteuses (↓)
↑ D'une université reconnue ou bien cotée	+2	-2	Université douteuse (non accréditée, à but lucratif,...) ↓↓
↑↑ Avec coordonnées ou affiliations	+2	-3	Mauvaise conduite (*PubPeer*...) ↓↓↓
		-1..	Journaliste ↓ ou Service communication universitaire
ÉDITEUR			**ÉDITEUR**
↑↑ Article: dans *Web of Science*	+2	-1	Maison d'édition ou revue: cité nulle part ↓
↑ Article: dans *Scopus*	+1	-1	Auteur cité nulle part ↓
↑↑↑ Article: dans *Ulrich* AVEC comité de lecture	+3	-1	Livre: maison d'édition de thèses ↓
↑↑ Livre: presses universitaires, société savante	+2	-1	Livre: à compte d'auteur (*vanity publishing*) ↓
↑ Comité d'éthique ou subvention de recherche	+1	-1	Livre : *rogue publishers* ↓
		-1	Sans éditeur ↓
CONTENU		-5	Article: revue prédatrice ↓↓↓↓↓
↑ Objectif	+1	-3	Journaux et magazines d'opinion ↓↓↓
↑↑ Arguments équilibrés (plusieurs points de vue)	+1	-5	Information uniquement sur réseaux sociaux↓↓↓↓↓
↑↑Faits et données vérifiables	+2		**CONTENU**
↑ Raisonnement logique	+1	-2	Confus ↓↓
↑ Bien écrit (clair, sans faute)	+1	-3	Erreurs de grammaire/orthographe ↓↓↓
↑ Bibliographie : citations nombreuses et précises	+1	-5	Ne cite rien ↓↓↓↓↓
↑ Bibliographie : sources de qualité	+2	-2	Cite mal ou peu ↓↓
↑ Au moins 10 pages	+1	-1	Dépassé, ancien ↓
↑ Résumé fidèle au contenu	+1	-5	Rétracté ↓↓↓↓↓
↑↑ Méthodologie détaillée	+2	-3	Affirmations catégoriques ou radicales ↓↓↓
↑↑ Conclusion nuancée et contextualisée	+2	-3	Conclusion forte, absolue, sans nuance ↓↓↓
↑ Remet en question ce que vous savez déjà	+1	-5..	*Fringe science*, pseudo-science, para-sciences [communauté de recherche en vase clos] ↓↓↓↓↓ et+
↑↑ Source reprise/citée de nombreuses fois	+2		
	=		

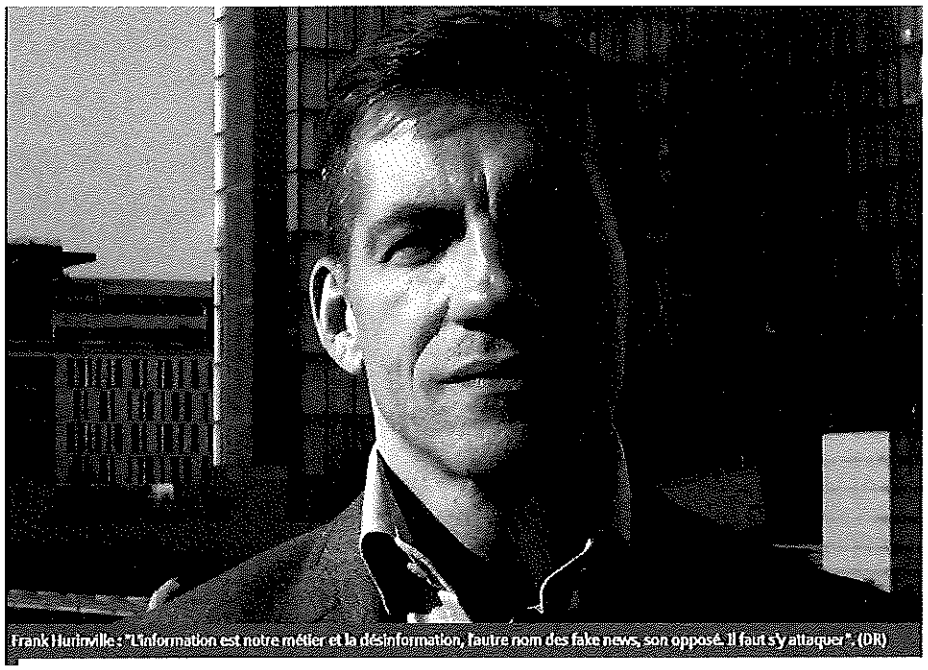
CC BY

archimag
[STRATÉGIES & RESSOURCES DE LA MÉMOIRE & DU SAVOIR]

DOCUMENT 5

Franck Hurinville (BNF) : "bibliothécaires et documentalistes ont un rôle à jouer contre la désinformation"

Le 27/08/2019 Bruno Texier



Frank Hurinville : "L'information est notre métier et la désinformation, l'autre nom des fake news, son opposé. Il faut s'y attaquer". (DR)

Franck Hurinville est chargé de mission relations internationales et francophonie au sein de la BNF. Il est également président du Comité français international bibliothèques et documentation. En février dernier, le CFIBD avait organisé une conférence sur le thème "Fake news, un défi qui nous rassemble : regards croisés États-Unis-France".

Quel rôle les bibliothécaires et les documentalistes peuvent-ils jouer contre les fake news ?

Mais d'abord, avons-nous un rôle à jouer ? Trois fois oui ! L'information est notre métier et la désinformation, l'autre nom des fake news, son opposé. Il faut s'y attaquer et y voir une opportunité en or pour valoriser nos métiers. La France est un peu en retard, semble-t-il. Aux États-Unis, l'American Library Association (ALA) a pris la tête du combat et mobilisé ses 120 000 bibliothèques américaines. C'est tout le sens de l'après-midi d'études que nous avons organisé et qui a fait le plein pour venir écouter Loida Garcia-Febo.

Outre-Atlantique, quelles actions l'Association des bibliothèques américaines a-t-elle lancées ?

La plateforme de « literacy » de l'ALA est une caverne d'Ali Baba : nos collègues américains y partagent gratuitement de nombreux guides pratiques, programmes de formation, etc. J'aime beaucoup une ressource en français intitulée le Foutaisomètre qui offre une synthèse ludique d'ateliers d'évaluation des sources.

En France, des actions sont-elles en cours dans les bibliothèques ?

La remontée d'information n'est sans doute pas complète, mais les initiatives semblent peu nombreuses. Je voudrais quand même citer deux exemples. À Melun, l'Astrolabe organise des temps de réflexion et d'échanges pour le grand public autour des questions d'actualité et des médias en accès libre. Un intervenant expose le thème pendant environ quarante minutes puis discute ou débat avec le public. Deux bibliothécaires accompagnent les échanges.

Autre exemple : à Paris, la BPI a mis en place des ateliers « construire son opinion ». Ici, ce sont les scolaires qui sont ciblés. L'action prend la forme d'un atelier de recherche et d'analyse d'information ou bien d'une rencontre avec un journaliste et un illustrateur.

À chaque fois, l'objectif est le même : identifier les différents médias, développer l'esprit critique. Ces ateliers rencontrent un grand succès auprès des enseignants : les élèves sortent de leur classe et viennent à la bibliothèque, un cadre qui fait sens.

DOCUMENT 6

NETSOURCES

CONNAÎTRE ET BIEN UTILISER L'INTERNET PROFESSIONNEL

GRANDES TENDANCES

N°119 Novembre / Décembre 2015

« Fact-Checking » et « verification » quel rôle et quels outils pour le veilleur ?

Fabrice Deprez

La vérification des faits, activité bénéficiant jusqu'à alors de peu de reconnaissance, a connu depuis quelques années une renaissance. Les raisons de ce nouvel intérêt sont sans doute multiples, mais l'explication la plus souvent avancée est un besoin d'être rassuré face à un flux d'informations toujours plus important et toujours plus douteux.

De fait, l'un des premiers exemples récents de fact-checking « public » fut l'apparition de sites consacrés au démenti de ces légendes urbaines qui circulaient (et continuent de circuler) par e-mail. Ces sites employaient déjà des méthodes bien connues des professionnels de l'information : recherche de l'origine de l'information (bon nombre de ces histoires étaient en effet simplement traduites de l'anglais et adaptées à la France), évaluation de la source, recherche d'un démenti... quel que le soit le type de fact-checking dont on parle (car il y en a plusieurs), ces principes de vérification parallèle de la source puis de l'information en elle-même sont immuables.

Mais si chacun s'accorde sur les grands principes autant que sur l'importance de la vérification de l'information, sa mise en pratique pose un certain nombre de challenges pour les professionnels de l'information.

Comment définir le fact-checking ?

Dans un premier temps, la définition du concept de fact-checking peut sembler aller de soi : le fact-checking consisterait simplement en la vérification (« checking ») de faits (défini par le Larousse comme « un évènement qui se produit »).

Le problème de cette définition réside dans son caractère vague, qui la rend au final inutilisable. Tout d'abord, car elle est évidente : oui, un professionnel de

© tous droits réservés BASES PUBLICATIONS 2015 • N°119 • Novembre / Décembre 2015

« Fact-Checking » et « verification » quel rôle et quels outils pour le veilleur ? *suite*

l'information doit vérifier que les faits qu'ils traitent sont vrais. C'est ainsi que le *New-York Times* avait, en 2012, été largement critiqué par ses lecteurs pour avoir publié un article intitulé « Est-ce que les journalistes devraient faire du fact-checking ?». La question avait certes été sortie de son contexte, mais était révélatrice d'une incompréhension complète entre le journal et ses lecteurs sur la définition du fact-checking : pour ces derniers, le fact-checking était simplement le travail de base d'un journaliste, et qu'un média puisse se demander s'il devait le faire tenait de l'aberration.

Incompréhension car dans la réalité, et ce depuis près d'un siècle, le travail de fact-checking est souvent dévolu non pas aux journalistes mais à des équipes spécialisées, souvent beaucoup plus proches des départements de documentation que des reporters. Le concept de fact-checking a ainsi toujours été relativement proche des documentalistes et veilleurs.

L'autre problème de cette définition est qu'un professionnel de l'information, qu'il s'agisse d'un journaliste, d'un veilleur ou d'un documentaliste, traitera chaque jour un nombre très important de « faits », et la vérification individuelle de chaque fait n'est pas réaliste. C'est pour cette raison que, dans le cadre d'un fonctionnement quotidien, on s'intéresse plutôt à la qualité de la source, en considérant que des sources réputées comme fiables auront déjà pris la peine de vérifier les faits (ce qui peut amener à la propagation extrêmement rapide de fausses informations lorsque des sources théoriquement de haute fiabilité – par exemple des agences de presse - commettent des erreurs). Pour beaucoup de professionnels de l'information, la vérification des faits proprement dite est finalement relativement rare.

Mais alors qu'est-ce que le fact-checking ? Depuis quelques années, c'est une définition plus restrictive qui a été adoptée, centrée sur les déclarations et les affirmations. Le fact-checking se comprend ainsi aujourd'hui comme la vérification, non pas de n'importe quel fait, mais d'un fait déclaré par une personne ou une organisation importante. Le concept vise essentiellement les hommes politiques, mais s'est avec le temps étendu à toutes les déclarations de personnalités influentes ainsi que d'entreprises ou d'ONG. La notion de « fait » reste, évidemment majeure : on ne peut pas vérifier une opinion ou une prédiction.

Le fact-checking pour le veilleur

Dans son fonctionnement, le fact-checking impose forcément une grande flexibilité, liée à la variété de faits qui doivent pouvoir être vérifiés. Même en utilisant la définition la plus restrictive, celle qui vise donc à vérifier les déclarations de personnes influentes, les méthodes et les outils employés seront extrêmement différents selon que la déclaration à vérifier est de nature économique (par exemple : « la baisse du chômage l'année dernière est directement liée à notre politique pour l'emploi »), politique (« les députés de l'opposition refusent de participer aux commissions parlementaires ») ou encore biographique (« Avant de rentrer en politique, j'ai servi deux ans au sein des forces spéciales de la Marine »).

On peut néanmoins voir qu'une grande partie de ces faits peuvent être vérifiés grâce à une bonne maîtrise des moteurs de recherche et à la connaissance de bases de données, qu'il s'agisse de bases de données statistiques (indispensables pour vérifier tout ce qui va concerner des questions de croissance économique, de chômage, de volume d'échange économique...) ou de celles regroupant les articles de la presse mondiale (très important dans ce cas pour remonter le fil des déclarations d'un homme politique). On peut donc penser que le veilleur est, par principe, très bien équipé pour mener cette activité de fact-checking.

Même sans mener soi-même des activités de fact-checking, un veilleur a tout intérêt à surveiller les sites spécialisés en la matière. Ces derniers, ~~dont nous fournissons une liste à la fin de cet article~~, fonctionnent tous plus ou moins de la même manière : parfois rattachés à un média, parfois indépendants, ils s'emparent de déclarations jugées intéressantes (généralement en raison de leur raisonnement médiatique), divisent ces déclarations en plusieurs affirmations et vérifient ces dernières une par une.

Ces sites disposent généralement d'une échelle visant à évaluer la véracité de l'information, depuis le « entièrement faux » jusqu'au « entièrement vrai » en passant par des stades moins évidents, par exemple si une personne n'a pas menti mais a omis des faits importants. L'intérêt de suivre ces sites de fact-checking va dépendre du site autant que du type de veille : pour prendre un exemple extrême, il serait crucial de placer l'ensemble des sites américains de fact-checking sous surveillance dans le cadre d'une veille sur les déclarations d'hommes politiques américains. Un site comme *Africa Check*, qui s'intéresse aux déclarations d'hommes politiques africains, peut aussi

être pertinent pour une grande variété de veilles, politiques, économiques ou autres, centrées sur le continent africain.

Ce type de sites ne publient pas d'articles à un rythme très élevé, soit parce qu'ils sont composés, généralement, de petites équipes ou parce que chaque article représente une analyse poussée, et ne peuvent donc pas être intégrés à une veille de manière régulière (sauf dans le cas de veilles très spécifiques, comme dans notre exemple sur les déclarations d'hommes politiques américains). Cela ne les empêche pas de représenter une réelle valeur ajoutée à la veille, que ce soit en tant qu'information à part entière soit en les recoupant avec des informations issues d'autres sources (par exemple, un article sur la visite d'un ministre dans une usine associé à un article faisant le fact-checking d'une déclaration qu'il aurait faite lors de cette visite).

Le veilleur peut-il faire lui-même du « fact-checking » ? Techniquement, nous l'avons dit, il est équipé pour, et il est incontestable que les projets journalistiques de fact-checking se reposent sur un ensemble de compétences et d'outils utilisés chaque jour par les professionnels de l'information.

La problématique n'est donc pas tant celle de la capacité que de la possibilité. Malgré l'utilisation d'outils similaires, le fact-checking est en effet fondamentalement différent de la veille. Il est particulièrement consommateur en temps (sélectionner les faits à vérifier, remonter la source d'une déclaration, vérifier les statistiques, recouper les informations contradictoires... tout cela peut très vite s'étendre en longueur) et peut donc s'avérer rapidement intenable pour un veilleur. C'est la problématique du fact-checking que nous avons mentionnée au début de cet article : relayer l'information (la veille) et vérifier l'information (le fact-checking) sont deux activités intrinsèquement liées mais pourtant différentes.

Prenons un exemple concret : un veilleur prend connaissance d'une information faisant état d'un discours prononcé par le PDG d'une multinationale lors d'un forum économique. Il doit évidemment s'assurer que cette information est factuelle, c'est-à-dire que le PDG en question a bel et bien prononcé ce discours lors de ce forum. Il va généralement faire cette vérification de manière quasi-automatique, d'abord en regardant la source initiale (s'il s'agit d'un blog obscur, il ouvrira Google et fera une recherche supplémentaire ; si l'info provient de l'AFP, il s'arrêtera sans doute là), la date de l'article, puis en lisant l'article et en s'assurant qu'il n'y a pas d'erreur manifeste mettant en cause la véracité de l'information (par exemple, si l'article mentionne une personne comme PDG de la société X alors qu'elle est en fait PDG de la société Y). Ce travail est inhérent à la veille, de même qu'il est inhérent au journalisme. En revanche, ce que le veilleur –ou le journaliste- n'est pas tenu de faire, c'est de vérifier que les informations contenues dans le discours du ministre en question sont factuelles.

Alors, peut-on intégrer le fact-checking dans une veille « classique » ? Nous avons déjà mentionné les sites spécialisés en la matière, qu'il peut être intéressant de mettre sous surveillance. Mais le veilleur peut aussi directement rechercher l'existence d'un « fact-checking » pour une information qu'il aurait repérée. En combinant des mots-clés relatifs à cette information avec d'autres mots-clés comme « fact-checking » (ou « factchecking », le tiret est parfois omis), « verification », « debunked » (« discrédité » en anglais) ou « fake », il est possible de faire remonter des articles de fact-checking déjà réalisés. Cette méthode est d'autant plus efficace et importante lorsqu'on l'applique à des informations issues des réseaux sociaux.

L'impact des réseaux sociaux pour le « fact-checking »

L'effervescence autour du « fact-checking », notamment dans les années 2011-2012, a aujourd'hui laissé place à quelques projets solidement implantés, qui connaissent généralement des pics de fréquentation lors des échéances électorales. Le nouveau sujet majeur est aujourd'hui la vérification des informations issues des réseaux sociaux, réunis sous l'acronyme « UGC » (pour « User Generated Content », « Contenu Généré par l'Utilisateur »).

Cet intérêt est la conséquence logique de l'exponentiel développement des réseaux sociaux au niveau mondial, et dans tous les secteurs de la société. Pour les médias, ces photographies, vidéos, sons ou textes sont devenus des sources d'informations majeures, notamment dans les zones de conflit ou lors de catastrophes naturelles.

Comme pour le fact-checking, des plateformes dédiées à la vérification d'UGC se sont alors mises en place : on peut ainsi mentionner *Checkdesk*, un outil collaboratif de vérification d'UGC, ou *Les Observateurs*, un projet de la chaîne France 24 dédiée entièrement à la vérification d'informations issues des réseaux sociaux. L'ADN de la « verification » (le terme anglais qui a été donné à ce concept) étant très similaire au fact-checking, des plateformes qui pratiquaient ce dernier s'y sont mises aussi : en France, l'exemple le plus important se trouve chez *Les Décodeurs*, le projet de fact-checking du journal *Le Monde*, qui s'est depuis quelques mois mis à la vérification d'UGC (notamment en dénonçant les fausses images et informations publiées sur les réseaux sociaux lors des attentats de janvier et novembre 2015 à Paris).

Logiquement, l'importance prise par les réseaux sociaux ne s'est pas limitée aux médias. Elle s'est appliquée à l'ensemble des professionnels de l'information. Le concept a pris depuis plusieurs années déjà un caractère spécifique pour les entreprises, les réseaux sociaux étant devenus sinon le fondement, du moins l'un des éléments majeurs des stratégies marketing. Pour le veilleur, ils sont devenus des sources indispensables d'informations. Cette problématique du fact-checking d'UGC touche donc également le veilleur, d'autant plus lorsque la veille s'intéresse spécifiquement aux réseaux sociaux : beaucoup de résultats proviennent alors de personnes non-

identifiées et dont la fiabilité peut être, au premier abord, difficile à évaluer.

La vérification pour le veilleur

Comment vérifier une information postée sur un réseau social ? Sur le principe, le fonctionnement est strictement le même que pour n'importe quel média, avec une vérification parallèle de la source et de l'information en elle-même. La vérification de la source reste elle aussi très proche du processus consistant à vérifier la qualité d'un site ou d'un blog inconnu, avec quelques spécificités : les réseaux sociaux étant basés sur les interactions entre personnes, une vérification de base est de vérifier si le compte emploie un nom a priori réel, ou un pseudonyme (en gardant à l'esprit qu'un nom peut-être inventé : si besoin, on peut recouper les informations en cherchant le nom sur d'autres réseaux sociaux ainsi que sur des moteurs de recherche).

Le contenu publié donne aussi souvent des indices sur la fiabilité de la source, de même que « l'autorité » du compte : que ce soit le nombre de « followers » sur Twitter ou de « fans » sur Facebook, ils peuvent donner une idée du sérieux de la personne (là encore, en gardant à l'esprit qu'il est très simple de se créer de faux followers, notamment sur Twitter. Ces derniers sont néanmoins facilement identifiables en jetant un coup d'œil à la liste des abonnés : une succession de comptes à pseudonymes, ne possédant eux-mêmes que peu de followers et ne postant rien ou alors uniquement des messages sans valeurs est un signal d'alarme certain).

La vérification de l'information elle-même peut néanmoins faire appel à des compétences ou des outils spécifiques, qui ne seront pas forcément maitrisés par le veilleur. Pour une information « textuelle » (par exemple, quelqu'un annonçant avoir aperçu une célébrité dans telle rue), la seule manière de vérifier cette information est de la recouper en recherchant sur les réseaux sociaux d'autres affirmations similaires (la recherche avancée de Twitter est relativement efficace pour cela).

Mais les données les plus intéressantes sont souvent les photos et vidéos, abondamment publiées maintenant que chaque téléphone fait aussi office de caméra et d'appareil photo. Dans ce contexte, « vérifier » une photo ou une vidéo consiste à s'assurer que la photo représente bien ce que la personne dit qu'elle représente, ce qui peut impliquer l'utilisation d'une grande variété de méthodes. La technique la plus simple pour vérifier une image est la réalisation d'une recherche inversée : en utilisant un site comme *TinyEye*, ou en faisant un clic droit sur une image puis en sélectionnant la fonction « Rechercher cette image sur Google » avec le navigateur Chrome, il est possible de rechercher les différents endroits où cette image a été publiée.

Cette technique est notamment très efficace lorsqu'une personne affirme publier une photo qu'elle vient tout juste de prendre : si c'est le cas, une recherche inversée ne devrait donner que très peu de résultats, et ces résultats devraient être très récents. Si la personne affirme avoir pris la photo deux heures auparavant mais qu'une recherche inversée fait apparaitre des résultats vieux d'une semaine, il est possible d'affirmer que la photo n'est pas authentique. Une telle vérification est aussi possible avec les vidéos, mais la procédure est plus complexe (il faut alors réaliser des captures d'écran des moments clés de la vidéo, puis réaliser une recherche sur ces captures).

Si la recherche inversée d'image est une technique qui a le mérite d'être à la fois efficace, rapide et très simple à réaliser, d'autres techniques de vérification sont plus complexes, amenant à s'interroger sur la pertinence pour le veilleur de les maîtriser. La problématique est en fait similaire à celle du « fact-checking » : ces techniques demandent des compétences spécifiques et sont relativement chronophages, qu'il s'agisse de faire passer la photo par des logiciels spécialisés pour s'assurer qu'elles n'ont pas été retouchées ou de réaliser la « géolocalisation » d'une photo ou vidéo (technique qui consiste à utiliser des logiciels d'imagerie satellite comme *Google Earth* pour vérifier l'endroit où a été prise une photo ou tourné une vidéo). A l'exception de veilles très spécifiques (par exemple, s'il s'agit d'une veille sur des photographies issues de réseaux sociaux, pourquoi pas), on pourrait donc penser qu'elles représentent –comme le fait de vérifier le contenu d'un discours-, un service spécifique et non pas une composante « traditionnelle » de la veille.

Dans le même temps, la veille sur les réseaux sociaux a pris une importance telle qu'un veilleur, sans aller jusqu'à la vérification « en profondeur » d'images ou de vidéos, doit pouvoir être capable de vérifier la fiabilité d'une information publiée sur des plateformes comme Twitter, Facebook, Instagram ou LinkedIn.

Nous avons déjà mentionné ces techniques que sont l'analyse d'un compte pour s'assurer de son authenticité, la recherche inversée d'images, ou le simple fait de contacter la source directement pour lui demander l'origine de l'information qu'il publie. Cette boîte à outil « de base », saupoudrée d'une touche de scepticisme et d'un brin de bon sens, sera suffisante pour éviter la grande majorité des fausses informations circulant sur les réseaux sociaux.

Il restera évidemment quelques cas de données issus de réseaux sociaux et qui paraitront authentiques, sans que le veilleur parvienne à en être certain (par exemple si une photo semble authentique, mais que le compte la publiant est un pseudonyme n'ayant pas beaucoup posté) : dans ces situations, il faut faire le choix entre éliminer l'information de la veille, ou l'intégrer avec un avertissement spécifique.

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité
Vie publique

Désinformation en ligne : ce que dit le rapport Bronner

Fausses nouvelles, théories complotistes... ces phénomènes existent depuis toujours mais sont amplifiés par le numérique. Comment renforcer la vigilance des citoyens sans limiter des valeurs essentielles comme la liberté d'expression, d'information et d'opinion ? Le rapport Bronner esquisse des propositions.

Publié le 12 janvier 2022

Internet peut faciliter la diffusion d'informations fausses ou trompeuses au détriment de l'échange argumenté des points de vue. La désinformation en ligne s'appuie sur des techniques en évolution constante.

Le **rapport de la commission Bronner intitulé "*Les Lumières à l'ère numérique*"** a été publié le 11 janvier 2022. Il dresse un **état des lieux de la désinformation sur les réseaux sociaux.** Ce rapport présente une synthèse des "*désordres informationnels*" à l'ère numérique et des "*perturbations de la vie démocratique*" qu'ils engendrent. Il fait également des propositions dans les champs de l'éducation, de la régulation et de la lutte contre les diffuseurs de haine en ligne.

Le rapport identifie plusieurs causes à cette désinformation dont :

la **publicité dite "programmatique"** qui désigne l'activité publicitaire pour laquelle l'achat d'espace publicitaire, la mise en place de campagnes et leur diffusion sont réalisés de **manière automatisée.** Fortes des données récoltées et de l'analyse du parcours des internautes sur le web, les régies sont capables de pousser des contenus ciblés. Mais on constate que ces annonces se retrouvent fréquemment sur des sites propageant de fausses informations ou encore des théories conspirationnistes... Plus une information est choquante, plus elle peut recueillir de clics et de partages. Toutefois, attribuer la responsabilité de l'expansion de sites véhiculant des *fake news* à ce type de publicité serait réducteur ;

la **compétition stratégique :** l'espace numérique est devenu l'**arène d'opérations informationnelles avec l'émergence de menaces de plus en plus hybrides.** Les grandes puissances investissent massivement dans leurs capacités de lutte informatique pour convaincre l'opinion publique de la légitimité d'une cause, pour obtenir un avantage tactique ou pour influencer l'adversaire ;

des **logiques algorithmiques** qui contribuent à former les comportements, les attitudes, les représentations du monde environnant ou les croyances sans en être directement responsables.

30 recommandations contre les "désordres de l'information"

Dans ce contexte, le rapport présente des recommandations autour de six grands thèmes :

mécanismes psychosociaux ;

logiques algorithmiques ;

économie des infox ;

ingérences numériques étrangères ;

droit et numérique ;

esprit critique et **éducation aux médias à l'information (EMI)**.

Selon le rapport, la meilleure réponse face notamment aux infox induites par le monde numérique est une certaine modération individuelle, "***puisque tout un chacun est devenu un opérateur sur le marché en ligne de l'information***".

Comprendre les mécanismes psychosociaux qui rendent les individus perméables aux fausses informations constitue aussi un outil à développer par la recherche.

Renforcer l'enseignement de l'esprit critique et améliorer l'éducation aux médias et à l'information sont également des recommandations fortes du rapport.

La logique sur laquelle la conception des architectures numériques s'appuie, constate le rapport, répond souvent exclusivement à un objectif économique. Il recommande donc d'**ouvrir une réflexion pour réguler à terme le *design* des interfaces utilisateurs.**

Le rapport demande enfin d'encourager au niveau national et européen la mise en place de **règles contraignantes imposées aux grandes plateformes qui visent, en particulier, les "*fausses nouvelles susceptibles de troubler l'ordre public*"**.

Les infox, une menace sur la démocratie

Le numérique a modifié nos vies et bouleversé le monde de l'information. Comment se prémunir des fausses informations, de surcroît en pleine pandémie et à l'approche d'élections ? Un rapport, dirigé par le sociologue Gérald Bronner et nourri par de nombreux experts, vient d'être remis à l'Élysée.

Il a été présenté comme « Les Lumières à l'ère numérique ». Titre assez opaque mais qui résume en réalité l'esprit de ce rapport commandé le 29 septembre 2021 par Emmanuel Macron au sociologue Gérald Bronner. Pour rappel, en introduction dudit rapport, cette citation du philosophe Emmanuel Kant (1793) : « Ose savoir ! Aie le courage de te servir de ton propre entendement ! Voilà donc la doctrine des Lumières ». En clair, l'espoir d'un monde meilleur reposait, grâce aux progrès de l'éducation et de la disponibilité de l'information, sur la raison et la connaissance.

Au vingtième et vingt-et-unième siècles, l'avènement du monde numérique, s'il a apporté des bénéfices inimaginables dans de multiples domaines, s'est accompagné d'une face sombre de l'information, amplifiée par les réseaux sociaux. Pour « mesurer et comprendre les dangers que le numérique fait peser sur la cohésion nationale et notre démocratie afin de mieux y faire face », le sociologue a réuni autour de lui une équipe de 13 historiens, chercheurs, politologues ou journalistes. Cent jours de mission, d'entretiens, de rencontres, de travaux, pour creuser ce champ immense. C'est court. « J'aurais préféré qu'on me demande avant, et qu'on me laisse plus de temps, c'est vrai. Je n'ai pas décidé de cet agenda, mais j'ai décidé de dire oui, et j'en prends la responsabilité », souligne Gérald Bronner, auteur en 2021 de « *L'apocalypse cognitive* » *(PUF).*

Attaque Capitole, enlèvement Mia, tentatives d'attentat

Il a d'abord fallu établir « l'état de l'art scientifique sur les sujets liés à la perturbation de la vie démocratique par les mondes numériques ». Vaste et quasi-impossible de résumer les actions parfois violentes, qui, ces dernières années, ont été motivées par la désinformation en ligne. L'invasion du Capitole en 2021 par les supporters de Donald Trump, abreuvés aux « fake news » depuis cinq ans, est peut-être l'exemple le plus marquant de ces théories du complot qui catalysent la violence politique. La France ne fait pas exception, touchée elle aussi par la pandémie exacerbant sans doute les peurs relatives au vaccin. Le rapport rappelle qu'« un certain nombre d'actions criminelles ont été fomentées, et parfois même menées à bien, au nom de théories du complot diffusées sur Internet » : l'enlèvement de la jeune Mia par des individus s'inspirant des thèses conspirationnistes de Rémy Daillet ou aux actions violentes planifiées par les membres d'une mouvance complotiste d'extrême droite à l'encontre du ministre de la Santé, d'une loge maçonnique et de centres de vaccination.

Il est donc urgent d'agir. Mais comment, dans ce monde désormais englobé par les géants du web ? Des garde-fous sont nécessaires, de la pédagogie et de l'éducation évidemment, comme le martèlent Gérald Bronner et son équipe qui souhaitent faire, par exemple dans leurs recommandations, une cause nationale de l'éducation aux médias. « C'est comme si on se trouvait sur une route tous ensemble, mais qu'on ne connaissait pas le sens des panneaux, c'est ça le monde algorithmique », décrit le sociologue qui se défend de vouloir attenter aux libertés fondamentales.

Gérald Bronner s'est dit prêt à envoyer ce rapport aux différents candidats à la présidentielle, « une fois qu'ils se seront déclarés ». Il est déjà sous la mitraille, lui que certains commentateurs dénoncent comme « le ministre de la vérité macroniste ». Il répond que « « la raison n'appartient à aucun camp politique ».

Reste à voir si ces propositions pourront un jour être mises en œuvre, ou resteront-elles lettre morte, dans un tiroir de l'Élysée ? Tout dépend, en grande partie, du résultat de la présidentielle. Dans moins de cent jours.

Xavier FRERE

Macron « l'esprit critique » contre les algorithmes

Il faut mener « un combat culturel » au service de l'information, « opposer l'esprit critique, l'esprit de méthode, au régime des algorithmes », a déclaré mardi soir le président lors de ses vœux à la presse.

Du rapport Bronner, il conserve l'ambition de « former davantage les enfants à l'esprit critique, à l'esprit de méthode ». Cet esprit est aujourd'hui menacé par l'action des puissances autoritaires et des plateformes : celles-ci sont des « biens communs », souligne le président, ce qui justifie d'avoir accès à leurs algorithmes.

« Précarité des démocraties »

L'esprit critique est également menacé par « l'effondrement de tout rapport à la vérité, qui fait triompher l'émotion ». Emmanuel Macron préconise donc d'enseigner tout au long de la scolarité « l'esprit des Lumières », d'enseigner « la précarité de la démocratie et des valeurs qui sont les nôtres. »

Deuxième recommandation du rapport qu'il fait sienne : l'imposition d'un « cadre de responsabilité » à tous les intervenants sur l'information, des plateformes aux particuliers, à l'image de celui qui encadre l'activité des médias traditionnels. Il englobe dans ce cadre des médias diffusant en France, simples « acteurs de propagande financés par des régimes autoritaires étrangers » - sans doute pense-t-il en particulier au média russe RT.

Des médias « fiables »

Troisième leçon du rapport Bronner, le besoin de protéger l'espace informationnel en « identifiant les médias fiables dont le processus de production répond à des critères déontologiques ». Cela ne doit pas relever des pouvoirs publics ou de l'administration, mais des médias eux-mêmes, aboutissant à une forme de « reconnaissance entre pairs ».

En ouverture de la rencontre, le président de l'Association de la presse présidentielle Olivier Bost avait rappelé les grands principes d'une information libre - parmi lesquels la protection des lanceurs d'alerte ou la limitation du secret d'État ou des affaires, pas toujours assurée en France même.

À l'Élysée, Francis BROCHET

83 %

des Français considèrent avoir déjà été exposés aux infox, ou fake news (Sofres/Kantar, janvier 2021)

QUESTIONS À

Gérald Bronner Sociologue, auteur du rapport « Les Lumières à l'ère du numérique »

« La fausse information tue »

Pandémie, élection présidentielle. Ce rapport sort dans un moment sensible par rapport à la désinformation ?

Oui, mais il y a depuis longtemps une dérégulation massive du marché de l'information. La saturation d'information met à rude épreuve nos capacités de vigilance épistémique et nous rend davantage perméable aux fausses informations. Cela comporte deux risques majeurs. Premièrement, voir émerger des réalités parallèles, des gens qui vivent dans la même société, mais plus dans le même monde, comme on le voit aujourd'hui avec les vaccinés et les non-vaccinés. Même physiquement, certains s'isolent, forment des communautés à part, un phénomène fréquent en ce moment. Deuxièmement, d'authentiques ingérences numériques étrangères, durant les élections.

Dès le début, votre commission a essuyé de nombreuses critiques (N.D.L.R. : démission d'un chirurgien controversé, mise en cause de Gérald Bronner lui-même). Comment avez-vous réussi à travailler ?

La principale pression était temporelle. Certains acteurs politiques se sont agités puisqu'ils profitent de la désinformation et ne souhaitent pas tellement qu'on avance sur ces questions. Ça n'a pas été forcément facile de travailler, mais nous avons cherché à produire un rapport très informé par la science et très clair pour nos concitoyens. Les polémiques du début se sont vite éteintes. Le contexte électoral et le contexte pandémique ont mis en exergue tous les sujets qui nous intéressent. C'est un moment difficile, mais finalement un moment assez adéquat pour le sortir. Ces manifestations anti-vaccin avec des étoiles jaunes, par exemple, ont choqué et ont déclenché la création de cette commission.

On évoque beaucoup ces derniers mois les thèses complotistes. Est-ce l'une des inquiétudes soulevées ?

Le rapport ne porte pas spécifiquement sur le complotisme, mais sur la fausse information en général, les infox. Le complotisme est un récit qui prétend donner une explication alternative aux explications du traitement journalistique ou historique (« pas de chambre à gaz »), et qui implique des groupes secrets et malveillants, avec une intentionnalité et un plan derrière. Ce n'est qu'une des facettes du problème. On peut être anti vaccin et pas complotiste, et être complotiste et pas anti vaccin, même si en termes statistiques, il y a des corrélations très fortes.

Comment faire de la pédagogie sur ce problème crucial de société ?

Une partie de notre destin n'est plus entre les mains des Etats-nations, mais dépend du bon vouloir d'entreprises internationales et privées, les grands opérateurs du net. Il faut négocier avec eux, et aller jusqu'au rapport de force si besoin, voire une loi. Mais avant cela : une des variables qui prédit le mieux le fait d'endosser des croyances fausses, c'est la « lazy thinking », la pensée paresseuse, l'absence du recours à ce que nous possédons tous : la pensée méthodique la pensée analytique. Ce que nous pouvons faire au niveau de l'État, c'est de faire de la pensée méthodique une priorité nationale. Un exemple récent : le nombre de personnes non vaccinées, qui en sont mortes, et qui disent avoir été intoxiquées par les fausses informations. Ceux qui doutent que la fausse information tue ont tort.

On a parfois l'impression que la désinformation est d'abord amplifiée par des « niches », des communautés sur les réseaux sociaux ?

Ces gens-là, dans ces niches, font beaucoup de prosélytisme, et arrivent à convaincre des gens pas forcément complotistes ou anti vaccins. Plusieurs études montrent, par exemple, que les anti vaccins sont extrêmement prosélytes, plus que les pro-vaccins. Il y a, sur ce marché de l'information, une prime donnée aux groupes statistiquement minoritaires, mais qui sont plus motivés que les autres à faire valoir leurs points de vue. À partir de là, ils l'essaiment dans l'espace public au-delà de sa représentativité. Ce qui perturbe aussi le monde numérique, c'est le calibrage social, soit la capacité de l'Homme à se faire un jugement en fonction de ce que les autres pensent. Les réseaux sociaux l'ont complètement perturbé.

Propos recueillis par Xavier FRERE

LOI03 - V1