

# VALIDATION DES ACQUIS DE L'EXPÉRIENCE NUMÉRIQUE (VAEN<sup>®</sup>) : LES *FAKE NEWS*

## Public concerné :

- Adultes et parents
- Adolescents et pré-adolescents

## Objectifs du module de formation (article + guide + quiz) :

- Découvrir des ressources de sensibilisation à l'information sur Internet et dans les médias.
- Savoir décrypter l'information.
- Développer ses connaissances et compétences pour reconnaître les *fake news*.
- Utiliser des outils pédagogiques pour vérifier la fiabilité des informations.
- Obtenir l'attestation de VAEN<sup>®</sup> : les *fake news* à l'issue du quiz (à condition d'obtenir le score 1 au quiz disponible à cette adresse : <https://www.spotpink.com/2019/09/13/guide-fake-news-vaen>).

## Référence électronique :

Auteurs : Carole Blancot, Alexia Touris.

Ce module a été réalisé par SpotPink. La reproduction et l'utilisation du contenu de ce document sont autorisées uniquement à des fins non commerciales, à condition de citer la source comme suit :

Blancot, C. (dir.), Touris, A. (2019). *Validation des acquis de l'expérience numérique (VAEN<sup>®</sup>)* - Module : les *fake news*. Paris, France: SpotPink.



[Affaires vecteur créé par rawpixel.com](http://rawpixel.com) - [fr.freepik.com](http://fr.freepik.com)

## Table des matières

<b>A) Comprendre le phénomène des fake news</b> .....	<b>5</b>
1- De quoi parle-t-on ? .....	5
2- Les différentes catégories de <i>fake news</i> .....	5
3- La loi .....	6
4- S'agit-il d'un phénomène nouveau ? .....	7
5- Le poids des réseaux sociaux .....	8
6- Qui crée les <i>fake news</i> ? .....	8
7- <i>Fake news</i> : une expression pour qualifier des réalités complexes .....	9
<b>B) Traquer les fake News</b> .....	<b>9</b>
I. Ressources externes contre les <i>fake news</i> .....	9
1- Les jeunes et les <i>fake news</i> .....	10
2- Des infos sur les infos .....	10
2.1) La source .....	10
2.2) Les limites des sources .....	11
3- L'information et le travail du journaliste .....	11
3.1) Les agences de presse .....	11
3.2) Le tri des informations .....	11
II. Ressources individuelles contre les <i>fake news</i> .....	12
1- Capacité à s'exprimer et à raisonner .....	12
2- Développer sa culture générale .....	12
3- Pratique de la philosophie .....	12
4- Connaître le fonctionnement du cerveau .....	13
5- Se poser des questions .....	16
6- Utiliser les sites mis au service du <i>fact checking</i> (vérification des faits) .....	17
6.1) <u>Decodex</u> (les décodeurs) .....	17
6.2) Checknews .....	18
6.3) La recherche inversée d'image de Google ou Tineye .....	18
6.4) Hoaxbuster.com .....	18
6.5) AFP factuel .....	18
6.6) « Vrai ou fake » de Franceinfo .....	18
7- Identifier les sites parodiques .....	18
8- Vérifier l'authenticité d'une vidéo .....	19
9.1) Lectures ou programmes pédagogiques .....	19

9.2) Vidéos de sensibilisation.....	20
<b>C) Analyse de Fake news (études de cas) : .....</b>	<b>21</b>
Étude de cas 1 : L'homme n'a jamais marché sur la lune.....	21
Étude de cas 2 : Le pilote de chasse avec une pancarte démission (vidéo).....	23
Étude de cas 3 : La fake news satirique .....	23
Étude de cas 4 : Fake news sur la santé, l'affaire Wakefield .....	24
<b>Conclusion .....</b>	<b>25</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>27</b>
<b>Comment obtenir son attestation de VAEN® sur le module des fake news ainsi que la correction des réponses ?</b>	<b>28</b>
<b>Mentions légales.....</b>	<b>28</b>
<b>Politique de protection des données personnelles .....</b>	<b>28</b>

## A) Comprendre le phénomène des *fake news*

### 1- De quoi parle-t-on ?

Couramment comprise comme une fausse information, l'expression anglaise *fake news* est plus complexe car elle pose un problème de traduction. Le terme *fake* ne désigne pas quelque chose de faux, au sens d'inexact mais se rapporte à des choses falsifiées. Il peut s'agir par exemple d'un faux article, c'est à dire une publication qui se fait passer pour un article de presse sans en être un. *False* est la traduction littérale de ce qui est faux au sens d'erroné. En ce sens, les *fake news* peuvent donc se définir comme des informations qui trompent la vigilance des lecteurs et sont décrites dans un style journalistique.

La *fake news* telle qu'elle est développée pendant la campagne présidentielle américaine, appartient au registre de la duperie. Mais le terme s'est élargi et recouvre des aspects différents.

Selon Pascal Froissart <sup>[6]</sup>, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, Université de Paris 8 - Vincennes Saint-Denis et spécialiste de la rumeur, la *fake news* est une notion qui n'a pas de définition théorique. Il parle de « mot valise » qui répond à des motivations diverses (propagande, publicité électorale ou canular) et englobe des phénomènes différents. D'un côté, se trouve la répercussion d'une information biaisée ou partielle et de l'autre, de véritables attaques concertées avec des moyens et une volonté de nuire. Il précise qu'une *fake news* n'est pas une simple mauvaise information mais une "*fausse nouvelle lancée en connaissance de cause dans le champ médiatique*". Elle peut aussi être le fait d'un site humoristique.

La commission d'enrichissement de la langue française, en charge de franciser certains termes avec des experts et des représentants de l'Académie française, a décidé de traduire le terme de *fake news* par celui d'« information fallacieuse » ou par le néologisme « infox » forgé à partir des mots « information » et « intoxication ». L'on parle également de fausse nouvelle.

Le journal officiel (04/10/2018) a défini le terme infox comme « *une information mensongère ou délibérément biaisée* » visant par exemple « à défavoriser un parti politique, à entacher la réputation d'une personnalité ou d'une entreprise, ou à contrer une vérité scientifique établie ».

### 2- Les différentes catégories de *fake news*

On peut classer les *fake news* dans 4 catégories :

1. **Les *fake news* de propagande** : pour promouvoir une idéologie ou des idées politiques, certains modifiant les faits pour manipuler et encourager le soutien à la cause idéologique qu'ils défendent.

Exemples :

---

<sup>[6]</sup> Froissart, P. (2010). *La rumeur. Histoires et fantasmes*. Paris, France.

- Aux Etats-Unis, l'histoire du "Pizzagate", mêlant réseau pédophile supposé, pizzeria à Washington et milieu démocrate, a été relayé par le site Infowars qui véhicule théories conspirationnistes et idées d'extrême droite.
  - La vie de Simone Veil, après son décès, a été relatée sur un site anti-IVG. Les informations affichées (sous couvert d'une sorte de biographie) amenaient progressivement le lecteur à découvrir des idées contre l'avortement.
2. **La théorie du complot** : certains remettent en cause la qualité ou le professionnalisme de sources traditionnelles d'information pour induire de la confusion dans l'esprit critique du public.
  3. **La satire** est une fausse information intentionnelle. Mais ces sites, ouvertement parodiques n'ont pas la volonté de faire de la désinformation, même si le lecteur peut être trompé en raison de son manque de vigilance ou de connaissance du site.

Exemple : Le Gorafi (anagramme de « Le figaro ») est un site d'information parodique, crée en mai 2012 durant la campagne présidentielle française. Un article purement fictif sur un "projet" de la dirigeante de l'extrême droite Marine Le Pen "d'entourer la France d'un mur payé par l'Algérie" a été publié par le site. Malheureusement, cet article considéré comme véridique par certains a été relayé dans un journal algérien.

4. **Les infos du clic** : le principe est de générer le plus de clics possible car plus le nombre de clics est important, plus ceux qui sont à l'origine de l'information en ligne vont attirer les marchés de la publicité et donc gagner de l'argent. Ces sites peuvent ressembler à des sites d'actualité mais ils s'en distinguent par deux aspects :
  - ils empruntent les codes du journalisme sans être des organes de presse,
  - ils privilégient les titres racoleurs : vidéos et titres chocs ou insolites pour inciter au clic.

### 3- La loi

Dans le cadre de la loi n°2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information<sup>[14]</sup>, qui visait notamment à lutter contre la diffusion de *fake news* en période électorale, la commission des affaires culturelles a défini les *fake news* de cette manière : « toute allégation ou imputation d'un fait dépourvue d'éléments vérifiables de nature à la rendre vraisemblable ».

Le but de cette loi n'est pas tant de définir ce qu'est une fausse nouvelle mais les canaux de diffusion des *fake news*. Deux vecteurs sont ciblés : les réseaux sociaux (Facebook notamment) et les sites de partage de vidéos (Youtube par exemple) ainsi que « les médias sous influence d'un Etat étranger » (Sputnik financé par la Russie par exemple).

La loi contient trois grandes dispositions.

- **Possibilité pour la justice, pendant les périodes pré-électorales, au maximum cinq semaines avant le scrutin, de faire cesser, en prenant appui sur des textes de loi, la diffusion de fausses informations.** Le conseil supérieur de l'Audiovisuel (CSA) pourra suspendre, empêcher ou mettre fin à la diffusion de services de télévision « par un état étranger ou sous l'influence de cet état » qui portent atteintes aux intérêts

---

<sup>[14]</sup> LOI n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information | Legifrance. Récupéré 26 juin, 2019, de <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000037847559>

fondamentaux de la nation et qui participent d'une entreprise de déstabilisation de ses institutions.

- **Obligation de transparence imposée aux plateformes numériques.** Une pratique relevant de la publicité permet à un auteur de rendre son information plus visible moyennant une transaction financière avec les plateformes numériques faisant remonter le contenu dans le fil d'actualité de Facebook. Désormais les plateformes numériques sont dans l'obligation de publier par qui et pour quel montant les contenus d'information dits sponsorisés l'ont été.
- **Mise à disposition d'un outil législatif permettant d'agir rapidement.** Il est maintenant possible de saisir un juge des référés. Pour protéger la liberté de la presse, même si celle-ci est garantie par la loi de 1881, la procédure de référé est limitée aux cas dans lesquels il est établi que la diffusion de fausses informations relève de la mauvaise foi. Seuls les candidats et les formations politiques peuvent saisir le juge des référés, lequel dispose de 48 heures pour rendre sa décision.

La diffusion d'informations fausses ou trompeuses est une infraction en droit pénal français. La sanction maximale pour ce délit est de deux ans de prison (sept ans en cas de délit aggravé) et de 1500000 euros d'amende ou le décuple des profits réalisés.

En cas de non respect des dispositions de cette loi (ayant modifié le code électoral et la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication), les contrevenants s'exposent à « la suspension, pour un mois au plus, de l'édition, de la diffusion ou de la distribution du ou des services, d'une catégorie de programme, d'une partie du programme ou d'une ou plusieurs séquences publicitaires » (article 7).

#### 4- S'agit-il d'un phénomène nouveau ?

L'historien Robert Darnton rappelle dans un article publié le 20 février 2017 dans le quotidien Le Monde que « *la fabrication de faits n'est pas quelque chose d'exceptionnel. Depuis l'Antiquité, l'on retrouve tout au long de l'Histoire l'équivalent des textes et tweets venimeux que l'on observe aujourd'hui* »<sup>[12]</sup>.

On trouve des traces de *fake news* dès le VI<sup>ème</sup> siècle chez Procope de Césarée : « *Cet historien byzantin avait truffé d'informations douteuses son histoire secrète de l'empereur Justinien, sans doute pour nuire à sa réputation* ».

Dans l'Ancien Régime, on trouve :

- Les libellés qui sont des textes satiriques écrits par des hommes qui, ne trouvant pas leur place dans l'Ancien Régime de France, cherchaient à le déstabiliser.
- Une campagne de propagande à l'égard de Marie Antoinette qui, pendant la révolution française contribua à une haine pathologique à son égard et à sa condamnation à mort.

Au XVIII<sup>ème</sup> siècle, les Canards déchaînés étaient des feuilles vendues à la criée dans les rues de Paris, décrivant des faits divers imaginaires dans le but de vendre du papier.

---

<sup>[12]</sup> Darnton, R. (2017, 20 février). « On retrouve tout au long de l'histoire l'équivalent de l'épidémie actuelle de "fake news" ». Récupéré 26 juin, 2019, de [https://www.lemonde.fr/idees/article/2017/02/20/la-longue-histoire-des-fake-news\\_5082215\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2017/02/20/la-longue-histoire-des-fake-news_5082215_3232.html)

En 1835, le journal new-yorkais *The Sun* a fait sensation avec une série d'articles décrivant la découverte de formes bizarres de vie sur la Lune, découverte attribuée au célèbre astronome de l'époque John Herschel. Le journal a ainsi dopé ses ventes.

C'est à l'automne 2016, pour l'élection présidentielle américaine, que les *fake news* font leur entrée dans le débat public. Donald Trump s'est servi de l'infox pour discréditer les critiques à son égard. Les requêtes pour le mot clé "*fake news*" dans le moteur de recherche Google ont explosées. Le terme se superpose aux autres termes comme « rumeur », « intox » ou « *hoax* » (canular informatique). Selon Pascal Foissart (2010)<sup>[7]</sup>, pendant les élections américaines et françaises, l'expression *fake news* a été largement utilisée alors qu'en temps normal on aurait parlé de fausse information.

Les *fake news* ne sont donc pas un phénomène nouveau mais leur résonance est amplifiée par la vitesse de circulation de l'information avec Internet. La méfiance envers les médias prend de l'ampleur et amène beaucoup de personnes à chercher elles-mêmes l'information créant une opportunité pour les *fake news* de se développer. Les informations majoritairement relayées sur les réseaux sociaux sans être vérifiées amplifient le phénomène.

## 5- Le poids des réseaux sociaux

### Comment les *fake news* se sont-elles propagées sur Facebook ?

À l'origine Facebook était un réseau social ayant pour but de resserrer les liens et de communiquer entre proches. Mais pour gagner de l'argent, la plateforme a fait intervenir d'autres éléments dans le fil d'actualité : images, vidéos mais également fausses informations. D'après Dominique Cardon<sup>[11]</sup> « *Cela change la posture de l'internaute : il n'est plus engagé, il lit. Et avec cette métamorphose, Facebook était devenu beaucoup moins une plateforme de sociabilité qu'une interface de lecture* ».

L'utilisateur de Facebook devient ainsi le lecteur d'informations qu'il ne recherche pas. Puisqu'elles défilent sur son fil d'actualité, il peut décider de les ignorer, de les lire, de les survoler, mais aussi de les « liker » voire de les partager à son tour sans les avoir vérifiées.

Les réseaux sociaux sont des amplificateurs de rumeurs et de fausses informations qui peuvent être non seulement relayées, mais aussi sponsorisées.

## 6- Qui crée les *fake news* ?

Généralement ce sont des sites marchands ou des hackers qui les créent car ils veulent générer du clic (et donc de l'argent via la publicité).

Pour ce faire, ils ont recours à deux techniques :

---

<sup>[7]</sup> Froissart, P. (2010). *La rumeur. Histoires et fantasmes*. Paris, France.

<sup>[11]</sup> Sénecat, A. (2018, 21 octobre). Dominique Cardon : « Ce ne sont pas les réseaux sociaux qui ont créé des bulles informationnelles ». Récupéré 26 juin, 2019, de [https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2018/10/21/dominique-cardon-ce-ne-sont-pas-les-reseaux-sociaux-qui-ont-cree-des-bulles-informationnelles\\_5372515\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2018/10/21/dominique-cardon-ce-ne-sont-pas-les-reseaux-sociaux-qui-ont-cree-des-bulles-informationnelles_5372515_4355770.html)

- les titres fous, énigmatiques qui vont inciter les personnes à cliquer pour en savoir davantage. Souvent, les « cliqueurs » seront déçus de constater un décalage entre un contenu qu'ils pensaient découvrir et ce que contient réellement l'article,
- ce qui semble bizarre, insolite voire grotesque et qui va attirer du « clic » puis susciter un relais plus rapide que des nouvelles aux contenus sobres.

Ensuite, ce sont des actionnaires voire des dirigeants politiques. Par exemple, une brève sur un délai de retard de livraison du nouvel iPhone peut, si elle fait le buzz, affecter la valeur de l'action Apple constituant ainsi une aubaine pour les marques concurrentes.

Enfin, ce sont des supports qui veulent orienter le débat public selon leurs croyances ou combats politiques. Ces acteurs manipulent de vraies informations en les analysant à leur manière. Ils omettent une partie de la réalité ou encore, avec le sophisme, inventent un récit "plausible" mais inexact.

## **7- Fake news : une expression pour qualifier des réalités complexes**

La notion de *fake news* est utilisée pour rendre compte de réalités complexes externes : idéologie, propagande, pièges à clic, satire. Mais le terme peut également être aussi utilisé dans une réalité plus interne, par facilité intellectuelle.

Le président des Etats-Unis Donald Trump utilise le mot FAKE (orthographié en majuscules) de manière intensive dans ses tweets c'est à dire une quarantaine de fois en 20 semaines, selon le décompte de Pascal Froissart<sup>[6]</sup>. Il précise que pour Trump, "*fake news*" signifie une information qu'il conteste vigoureusement ou qui ne correspond pas à sa vision de la vérité. Cet usage détourné de la définition même de la *fake news* est stratégique selon lui car elle permet aux messages de Trump contenant le mot *fake* d'être beaucoup plus relayés que les autres.

Il peut s'agir d'incriminer les autres, d'après le sociologue Dominique Cardon. Il souligne, dans une interview diffusée sur France Inter<sup>[10]</sup>, qu'une partie du débat (sur les fake news) consiste à se montrer critique par rapport aux *fake news* et à assurer vérifier ses sources, tout en soupçonnant les autres de ne pas le faire (les autres désignant « les classes populaires, les milieux moins intégrés dans la société). Il ajoute « *On est non seulement en train de leur dire qu'ils sont un peu naïfs et crédules, mais en plus, du coup, d'inventer un dispositif qui contribue à revaloriser le sentiment qu'ils ont d'être exclus d'un espace central de gens qui se pensent être l'espace de la raison, face à un autre espace qui serait celui des croyances crédules des individus* ».

## **B) Traquer les fake News**

### **I. Ressources externes contre les fake news**

---

<sup>[6]</sup> Froissart, P. (2010). *La rumeur. Histoires et fantasmes*. Paris, France.

<sup>[10]</sup> France Inter. (2018, 27 juillet). Dominique Cardon et Samuel Laurent : "La loi sur les Fake News est inutile et dangereuse". Récupéré 26 juin, 2019, de <https://www.franceinter.fr/emissions/l-invite-de-8h20-le-grand-entretien/l-invite-de-8h20-le-grand-entretien-08-juin-2018>

## 1- Les jeunes et les fake news

Pourquoi les jeunes sont-ils des clients potentiels des fake news ?

- a) Parce qu'ils préfèrent ce qui est décalé, amusant et le divertissant. Ils aiment lire, commenter et partager ce qui les intéresse.
- b) Parce qu'ils cherchent eux mêmes l'information. Ils sont d'ailleurs méfiants car ils savent que toutes les infos ne sont pas fiables. N'accordant pas forcément plus de confiance aux vrais journalistes qu'aux autres pourvoyeurs d'information, ils préfèrent chercher l'information par eux-mêmes sur Internet et plus particulièrement sur les réseaux sociaux. Paradoxalement, cette attitude peut les rendre vulnérables aux fake news et ce, pour plusieurs raisons :
  - des biais cognitifs interfèrent dans la recherche et la lecture de l'information,
  - sur les réseaux circulent et se relaient des informations volontairement trompeuses empruntant les codes et la présentation de la presse traditionnelle,
  - les jeunes ont tendance à se fier aux nombres de vues et de likes. Pour eux, plus le nombre de likes est grand, plus l'information est populaire et donc fiable. Ils pensent que si autant de gens ont vu et relayé l'information c'est parce qu'au moins quelqu'un en a vérifié son exactitude. Or la popularité ne garantit en aucun cas la qualité...<sup>[16]</sup>.

Dans ce contexte, il semble essentiel d'expliquer, et ce particulièrement aux jeunes qui sont le plus vulnérables aux fake news, ce qu'est une information, d'où elle vient et de rappeler le travail du journaliste afin d'aiguiser leur sens critique<sup>[3][14][16]</sup>.

## 2- Des infos sur les infos

L'information (ou fait porté à la connaissance d'un public) doit répondre à au moins trois critères :

- avoir un intérêt pour le public,
- être appuyée sur un fait (et non sur un avis),
- être vérifiée.

### 2.1) La source

La source (c'est-à-dire l'origine de l'information) permet d'apporter des éléments sur la fiabilité d'un article.

Il existe deux types de sources :

- **Les sources primaires (élément direct)** : un témoin d'événement, un participant à une réunion, un enregistrement vidéo, une photographie, un document écrit.
- **Les sources secondaires (élément indirect)** qui font appel à un ou plusieurs intermédiaire(s) : récit d'un média ou d'un livre d'histoire ou encore anecdote

---

<sup>[16]</sup> Lefebvre, P., Jehel. (2012). Parents ou médias, qui éduque les préadolescents ? Enquête sur leurs pratiques : TV, jeux vidéo, radio, Internet. Politiques sociales et familiales, n°107, p. 107-109.

<sup>[3]</sup> Cordier, A. (2015). Grandir connectés: les adolescents et la recherche d'information. Caen, France: C & F Éditions.

<sup>[14]</sup> Université Paris Descartes. (2019). Fake news. Les fake sciences. Les cahiers de l'Université Paris Descartes, (7).

<sup>[16]</sup> Hygiène mentale (16/03/2015). Info ou intox: comment déjouer les pièges sur internet ? Youtube. Retrieved from <http://youtu.be/9TKUyv1M79Q>

racontée (par quelqu'un qui n'était pas présent au moment où l'événement a eu lieu mais qui raconte ce qu'on lui en a dit).

## **2.2) Les limites des sources**

Toute source a ses limites. En cas de source directe, les journalistes peuvent vérifier eux-mêmes l'information. Mais ce n'est pas toujours le cas.

Prenons l'exemple de l'histoire du faux tigre vu sur le parking d'un supermarché en Seine-et-Marne en novembre 2014. En s'emparant de l'affaire et en relayant dans la presse quatre clichés de mauvaise qualité, des médias reconnus de tous types (presse, radio, télévision) sont à l'origine de l'emballement médiatique autour d'une *fake news*. Le Parisien a donné l'alerte, l'AFP a publié une dépêche puis l'Express et CNews Matin ont repris l'information. Or, il s'est avéré (48h plus tard) que le tigre n'en était pas un (pas plus qu'un lynx d'ailleurs). L'enquête a révélé qu'il s'agissait en fait d'un gros chat.

Dans le cas des sources anonymes, il arrive que les journalistes donnent la parole à des personnes sous couvert d'anonymat pour les protéger. Face à une source anonyme, un média sérieux vérifie en général ses affirmations et ne se base pas sur un seul avis.

Facebook, Twitter, Snapchat, Reddit ou YouTube ne sont pas des sources d'informations en soi. Les publications peuvent aussi bien venir de sources réputées sérieuses que d'internautes mal intentionnés. Beaucoup de messages circulant sur les réseaux sociaux n'indiquent pas la provenance de l'information. En l'absence de source ou de référence précise quant à l'origine d'une affirmation mieux vaut donc rester prudent.

## **3- L'information et le travail du journaliste**

### **3.1) Les agences de presse**

Lorsqu'un événement se passe dans le monde, chaque média (TV, radio, internet..) en souhaite l'exclusivité pour s'assurer du plus grand nombre de lecteurs ou d'auditeurs. Plusieurs médias de même catégorie (TV, journaux) entrent alors en concurrence pour avoir la primeur de la diffusion d'une l'information qui sera ainsi la plus lue, regardée, écoutée, partagée, commentée... On demande alors aux journalistes de travailler de plus en plus vite.

Les différents médias font appel à des agences de presse qui ont à leur disposition des journalistes travaillant à différents endroits dans le monde. Ainsi, des photos et vidéos sont revendues à différents médias, si bien que la même photo peut se retrouver dans deux articles issus de médias différents.

### **3.2) Le tri des informations**

Les journalistes trient et comparent les informations recueillies par eux-mêmes ou reçues (agence de presse, témoignages..), les comparent et prennent du recul sur la situation avant d'écrire leur article ou de délivrer une information.

La charte d'éthique professionnelle des journalistes<sup>[15]</sup> est utile pour comprendre ce qui distingue les journalistes des autres pourvoyeurs d'information.

## **II. Ressources individuelles contre les fake news**

Au delà des outils externes à connaître, pour débusquer les *fake news*, il semble essentiel de développer les ressources internes des individus qui leur permettront de développer esprit critique et discernement. L'éducation des jeunes à l'information passe par un développement de compétences individuelles qui pourra être soutenu par des apprentissages et un accompagnement éducatif<sup>[5][8]</sup>.

### **1- Capacité à s'exprimer et à raisonner**

Savoir s'exprimer permet aussi de structurer notre pensée ou d'analyser un raisonnement. Le rôle de l'école dans les apprentissages permet, entre autre, un décodage de l'information par la lecture ainsi que par la construction d'un raisonnement logique par les mathématiques. La maîtrise de la lecture et des mathématiques permet de ne pas se laisser leurrer par des personnes maîtrisant parfaitement les ficelles de l'écriture et du raisonnement.

Cet apprentissage passe également par les parents et par des pratiques simples telles que chanter des comptines, lire des livres, dialoguer...

### **2- Développer sa culture générale**

Avoir des connaissances en littérature, en histoire, en géographie, en sciences permet de se constituer une culture générale basée sur des références différentes. Ces connaissances peuvent être présentées, analysées, discutées et apprises à l'école. Elles sont autant de ressources utiles pour créer des signaux d'alerte contre les *fake news*.

Il est à noter qu'une mauvaise traduction peut être à l'origine d'une *fake news*. Avant de partager une information possiblement déformée au cours de la traduction (par Google translation par exemple), il est recommandé de faire traduire un article produit en langue étrangère par un spécialiste.

### **3- Pratique de la philosophie**

La pratique de la philosophie, dès la plus jeune âge (4 ans) commence à prendre de l'ampleur. Elle s'aborde sous forme d'ateliers à l'école ou sur le temps périscolaire par les enseignants/professionnels ayant suivi une formation dans ce domaine.

Le but de ces temps d'échange est de développer l'esprit critique des jeunes ainsi que leur capacité de discernement, pour les aider à se construire une intériorité.

---

<sup>[15]</sup> Syndicat National des Journalistes. (s.d.). LES CHARTES DU JOURNALISTE Charte d'éthique professionnelle des journalistes. Récupéré 26 juin, 2019, de <http://www.snj.fr/content/charte-d%E2%80%99%C3%A9thique-professionnelle-des-journalistes>

<sup>[5]</sup> Dagnaud, M. (2013). Génération Y. Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion. Paris, France: Presses de sciences Po.

<sup>[8]</sup> Jehel, S. (2011). Parents ou médias, qui éduque les préadolescents ? Enquête sur leurs pratiques TV, jeux vidéo, radio, Internet Toulouse, Éditions Érès.

Comment ?

- En leur permettant de s'exprimer sur des sujets (tels que la violence, la justice ou encore l'amour) faisant partie de leur environnement, sur des expériences vécues ou bien sur des sujets déjà évoqués ou entendus.
- En développant leur capacité d'écoute : écouter leurs camarades et respecter ceux exposant un point de vue différent du leur.
- En confrontant leurs opinions à celles des autres sans tomber dans le rejet de l'autre mais en entrant dans le dialogue, c'est-à-dire en apprenant à échanger. Ils doivent clarifier et expliciter les propos, monopolisant pour cela des acquisitions préalables dans l'apprentissage de la langue, du raisonnement logique et des connaissances en culture générale.
- En luttant contre l'immédiateté : tendance qui consiste à agir sans réflexion préalable. Les *fake news* sont majoritairement relayées sous le coup de l'émotion : plus une personne sera interpellée, stupéfaite par une nouvelle, plus elle aura tendance à la partager immédiatement. Les temps d'échange, dans le cadre d'ateliers de philosophie permettent aux jeunes de prendre le temps de réfléchir, avant de prendre la parole et de se construire ainsi un espace intérieur de pensée et de réflexion.

#### 4- Connaître le fonctionnement du cerveau

Les limites du cerveau humain sont de trois ordres : dimensionnelles, culturelles et cognitives.

Les limites dimensionnelles englobent les limites spatiales et temporelles. L'Homme accède aux informations par ses sens puisqu'il vit dans l'espace limité de son corps. Ainsi selon la position occupée, une personne n'aura pas les mêmes perceptions d'une information (limite spatiale). Il est indispensable de faire varier son angle de vue pour bien comprendre et analyser une scène.

Pour illustrer cet aspect, prenons l'exemple d'une vidéo <sup>[27]</sup>, amplement relayée, d'un homme qui a escaladé un immeuble pour sauver un enfant (juin 2018).

La scène a lieu dans le XVIIIème arrondissement de Paris vers 20 heures. On y voit un jeune homme, Mamadou Gassama, escalader à mains nues, et en 30 secondes environ, quatre balcons de la façade d'un l'immeuble jusqu'au 4ème étage pour récupérer un enfant suspendu par une main, à l'extérieur du balcon.



Cette vidéo présentant un seul angle de vue a fait l'objet de plusieurs commentaires suggérant une mise en scène. La spontanéité du geste sauveur du jeune homme est remise en cause et, il est accusé d'avoir utilisé

<sup>[27]</sup> Les observateurs de France 24. (04/06/2018) INFO-INTOX #3 - Quand l'angle de vue peut changer votre perception. Youtube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=w90YXRMoMH8>

d'une stratégie afin d'obtenir des papiers français.

Les arguments énoncés sont les suivants :

- Non intervention volontaire du voisin. Selon cette thèse, le voisin costaud et positionné de manière stable aurait pu tirer l'enfant à lui et le sauver.
- Impossibilité pour un enfant de 4 ans suspendu dans le vide de se déplacer seul sur un mètre.

Or, une seconde vidéo<sup>[27]</sup>, prise sous un angle différent, nous permet de voir la scène différemment et de démontrer rationnellement ces arguments (Cf. Vidéo de 2mn11 à 2mn23) :

- le voisin est vu dans une position peu stable (sur un appui) rendant difficile l'action de ramener seul l'enfant à lui,
- le balcon est doté d'un grillage sur lequel l'enfant pouvait poser ses pieds.

En conclusion, il faut essayer de trouver plusieurs visions différentes d'une même situation pour bien comprendre celle-ci et pour élaborer un raisonnement qui ne soit pas sujet aux limites dimensionnelles.

L'Homme est en quelque sorte enfermé dans le présent : le passé est accessible par les souvenirs ou les archives, et le futur n'est que spéculation. Son temps d'observation est réduit ce qui l'amène à tirer des conclusions rapides, faisant l'économie d'étapes dans le raisonnement<sup>[3]</sup>.

S'agissant des limites spatiales, la manière dont une information est perçue par nos sens joue sur la compréhension et l'interprétation de cette information.

Une façon d'appréhender les *fake news* se fonde sur une compréhension du fonctionnement des biais cognitifs. Face au nombre croissant d'articles qui nous inonde, s'imposant parfois à nous sur le fil d'actualité des réseaux sociaux, nous utilisons des stratégies de raisonnement pour simplifier le contenu à analyser. Mais ces stratégies mènent parfois à des erreurs systématiques appelées biais cognitifs.

Il en existe beaucoup. Nous avons sélectionné ceux qui nous semblent les plus utiles à identifier pour se préserver individuellement des *fake news*.

- **Le biais de confirmation** est une tendance à préférer des informations qui s'accordent avec nos croyances nous amenant à rejeter plus facilement celles ne s'y accordant pas. Sur Internet, nous cherchons des informations qui vont dans le sens de notre pensée initiale car cela demande moins d'énergie que d'intégrer une pensée contraire. Internet amplifie le biais de confirmation naturel par des bulles de filtrage. Concrètement cela signifie que lorsqu'une personne effectue une recherche, achète un objet ou visionne un film, l'algorithme se souvient de ses choix et lui fait ultérieurement des propositions en fonction de ses préférences. Sur les réseaux sociaux cela se traduit par le fait que chaque personne se verra proposer des contenus qu'elle apprécie, allant dans le sens de ses recherches passées.

À force de recevoir et de lire des informations qui confirment nos idées, Nous ne sommes plus confrontés à des avis contraires aux nôtres. Pour citer Gérald Bronner

---

<sup>[3]</sup> Voir les pages 19 et 20 de la bande dessinée Bronner, G., & Krassinsky, J. P. (2018). *Crédulité & rumeurs: Faire face aux théories du complot et aux fake news*. France: Le Lombard.

(2003)<sup>[1]</sup> « à force de ne discuter qu'avec des gens qui te ressemblent tes croyances hésitantes deviennent des convictions radicales ».

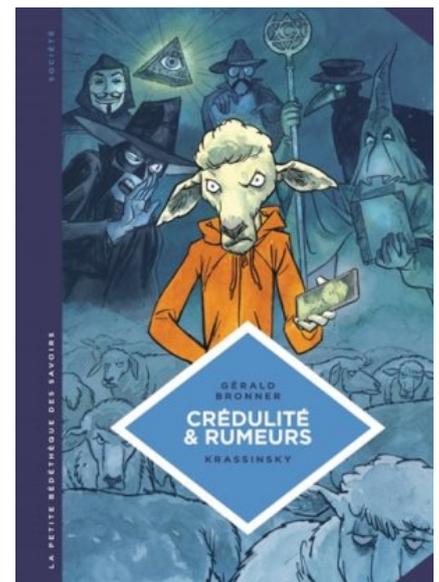
- **L'effet Dunning-Kruger ou effet de surconfiance** signifie que les personnes qui sont les moins compétentes dans un champ déterminé surestiment leurs habiletés, tandis que les personnes les plus compétentes, quant à elles, les sous-estiment. Dans le cas des *fake news* cet effet se traduit par le fait que les individus surestiment généralement leur capacité à reconnaître une fausse nouvelle.
- **Le biais de négativité** repose sur la tendance à donner plus de poids aux expériences négatives qu'aux expériences positives et à s'en souvenir davantage. Ainsi, notre cerveau a plus de considération pour les coûts que pour les bénéfices.
- **Le biais d'omission** nous amène à considérer que causer éventuellement un tort à la suite d'une action est pire que de causer un tort par l'inaction.
- **La « confusion entre corrélation et causalité »** est également un biais cognitif à l'œuvre lorsque l'on perçoit une relation entre deux événements présentés ensemble. Notre cerveau nous suggère alors automatiquement que l'un pourrait être la cause de l'autre. Par exemple, il existe une forte corrélation entre la consommation de glaces et la criminalité. Cependant, manger des glaces ne rend pas criminel. C'est la chaleur, en été, qui est la cause commune de ces deux changements en été. Méfions-nous donc des raccourcis que notre cerveau nous inciterait à prendre, dans une certaine paresse intellectuelle !
- **Le biais de sélection** : les *fake news* utilisent des informations qui vont dans le sens de ce que les auteurs présentent tout en ignorant les discordances entre les études.
- Le biais de représentativité consiste à porter un jugement à partir de quelques éléments qui ne sont pas nécessairement représentatifs.
- Les différents biais précités sont souvent associés au **biais d'ancrage** qui est la tendance à utiliser une première information sur un sujet comme référence, s'opposant ainsi à la démarche scientifique qui nécessite des répliques et une remise en cause constante des connaissances acquises.

### Que faire contre les biais cognitifs ?

Il s'agit d'abord de les connaître et de reconnaître leur impact sur notre traitement de l'information. Il faut ensuite travailler, individuellement et collectivement, au développement de notre compétence à traiter l'information.

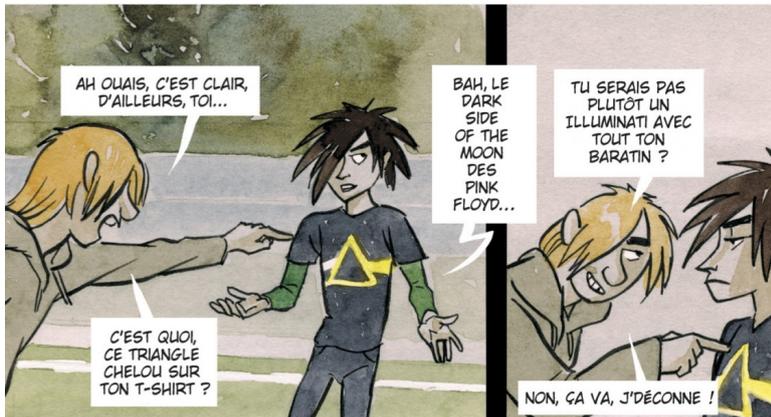
Pour rendre l'explication de ces biais plus claire et l'illustrer, le sociologue Gérald Bronner, auteur de « La démocratie des crédules » (PUF, 2013), a décidé de vulgariser sa thèse dans une BD<sup>[3]</sup> dont est issue l'illustration ci-dessus (et dont la couverture figure ci-après).

Les auteurs évoquent, à travers la discussion entre deux lycéens, les différents mécanismes de la perception qui peuvent nous tromper et nous rendre vulnérables face aux *fake news*. Il est question d'illusion d'optique, de paresse



<sup>[1]</sup> Bronner, G. (2003). *L'empire des croyances*. Paris : PUF.

<sup>[3]</sup> Bronner, G., & Krassinsky, J. P. (2018). *Crédulité & rumeurs: Faire face aux théories du complot et aux fake news*. France: Le Lombard.



intellectuelle, de certains biais cognitifs et de perception ou encore de manipulations diverses. Pour rendre ces théories plus concrètes et accessibles, différents thèmes sont abordés comme la dangerosité supposée des vaccins, l'astrologie, la religion, la théorie du complot, etc.

En plus des biais cognitifs, Bronner, G. (2018) décrit les trois limites du cerveau humain : dimensionnelles (spatiale et temporelle), culturelle et cognitive.

- **Les limites dimensionnelles et temporelles** : comme nous l'avons évoqué plus haut, l'Homme accède aux informations par ses sens puisqu'il vit dans l'espace limité de son corps. Aussi, selon sa position, sa perception d'une information varie. De plus, son temps d'observation est réduit et cela l'amène à opérer des conclusions rapides qui font l'économie d'étapes dans le raisonnement.
- **La limite culturelle** : les personnes croient plus facilement à une histoire qui correspond à leur cadre habituel de pensée et d'interprétation. Ceci qui peut les empêcher de voir le monde tel qu'il est, par habitude, par conformisme social ou bien simplement par paresse intellectuelle.
- **La limite cognitive et les biais associés** concernent la capacité de raisonnement et d'abstraction.

## 5- Se poser des questions

Tout d'abord, il s'agit d'identifier l'auteur du message. Qui s'exprime ? S'agit-il d'un média connu, d'une personnalité publique, d'un site et d'un internaute inconnu ?

Une information donnée sur le web par un inconnu sans aucune possibilité de vérification est présumée non fiable. Se fier aux médias reconnus, aux journalistes et aux experts identifiés est préférable. Plus le nombre de médias reconnus donnant la même information en citant des sources différentes, plus l'information a des chances d'être vraie.

Quoi qu'il en soit, il est important de conserver une pensée critique. En effet, la recherche rapide de l'exclusivité peut provoquer des erreurs par manque de temps, même pour les médias reconnus. Par exemple, si un article se veut scientifique, vérifier que son auteur est un expert reconnu et que son compte Twitter est vérifié. Les comptes certifiés sur les réseaux sociaux s'identifient par un signe bleu/un oiseau bleu à côté du nom.

Ensuite, il faut vérifier l'URL. Bien souvent les URL finissant par « co » se réfèrent à des sites de fausses nouvelles.

Puis, il s'agit de rester attentif à la barre de recherche : on doit y trouver des informations sur le nom du journal, des onglets divers mais aussi une page contenant des mentions légales.

Pour analyser une photo, se demander où est placé le photographe ? Que laisse-t-il en dehors du champ ? À quelle hauteur est-il ? Autrement dit, que nous montre-t-il et que nous cache-t-il ?

Il ne faut pas oublier de vérifier la date de l'article, de l'image ou de la vidéo. Sur les réseaux sociaux, il arrive qu'une publication ancienne « remonte » lorsqu'elle est très partagée. On risque alors de prendre pour une nouveauté un fait qui date de plusieurs mois. Les articles non signés et non datés permettent de penser qu'il s'agit de fausses nouvelles.

La plus grande méfiance doit être accordée aux messages chocs car l'information qui circule sur Internet et les réseaux sociaux joue souvent sur l'émotion. Cette dernière fait réagir et pousse au partage. Or, un message très partagé n'est pas forcément vrai : ce n'est pas parce que des dizaines de milliers de personnes ou quelques amis de confiance ont partagé un message qu'il est authentique. Une publication qui s'affiche en premier comme résultat d'une recherche sur Internet ne signifie pas que l'information est fiable, mais simplement que celle-ci est bien référencée dans le moteur de recherche.

Enfin, le mieux est de réfléchir avant de partager en effectuant quelques recherches pour recouper et vérifier une information. Une fois repérées, il faut se refuser à partager les *fake news* ou les commenter davantage. Sur Facebook, il est possible de signaler une fausse information en cliquant sur l'onglet en haut à droite de la publication en choisissant l'option « signaler la publication » et en cochant « il s'agit d'une fausse information ».

## **6- Utiliser les sites mis au service du *fact checking* (vérification des faits)**

De nombreux sites d'information reconnus ont développé ces dernières années un pôle consacré à la vérification des faits (*fact checking* en anglais). Ce sont de précieux outils pédagogiques pour construire son sens critique face à l'information.

Leur rôle est deux ordres :

- Vérifier instantanément la véracité des faits et l'exactitude des chiffres présentés dans les médias par des personnalités politiques et des experts.
- Évaluer le niveau d'objectivité des médias eux-mêmes dans leur traitement de l'information.

### **6.1) Decodex (les décodeurs)**

Les Décodeurs du journal Le Monde<sup>Cf. 1</sup> vérifient les déclarations, assertions et rumeurs en tout genre. Decodex, un outil développé par les Décodeurs<sup>[10]</sup> permet de faire une recherche avec une adresse URL pour vérifier la fiabilité d'une source.

Associé à cette plateforme, Le Monde met à disposition des lecteurs un guide visant « à y voir plus clair dans les informations sur Internet ». S'adressant particulièrement aux adolescents, vulnérables aux fausses nouvelles, ils donnent des clés pour comprendre ce qu'est une information, d'où elle vient et ce qu'il faut savoir pour débusquer les *fake news*.

---

Cf.1 <https://www.lemonde.fr/les-decodeurs>

[10] Les Décodeurs. (2017, 16 mars). L'annuaire des sources du Décodeur : mode d'emploi. Récupéré 27 juin, 2019, de [https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/23/l-annuaire-des-sources-du-decodeur-mode-d-emploi\\_5067719\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/23/l-annuaire-des-sources-du-decodeur-mode-d-emploi_5067719_4355770.html)

## 6.2) Checknews

En 2017, le journal Libération a lancé [checknews.fr](https://liberation.checknews.fr)<sup>Cf. II</sup>, « le moteur de recherche humain ». Des journalistes du journal Libération vérifient et répondent aux questions des internautes sur la véracité d'une information.

## 6.3) La recherche inversée d'image de Google ou TinEye

Les sites <https://images.google.com> et <https://www.tineye.com> permettent de retrouver la source d'une photo et de vérifier si elle a été modifiée ou non.

## 6.4) Hoaxbuster.com

Le site Internet [hoaxbuster.com](https://hoaxbuster.com) chasse les « *hoax* » (canulars informatiques) sur le web.

Grâce à l'onglet "recherche" en haut de la page d'accueil, il est possible de savoir si un mail reçu a déjà fait l'objet d'un signalement et, si tel est le cas, depuis quand la rumeur circule.

## 6.5) AFP factuel

Acteur récent anti-intox, l'Agence France-Presse<sup>Cf. I</sup> contribue au fact-checking en publiant des articles en français sur les sujets qui font l'actualité. Dans la rubrique « B-A BA du fact-check »<sup>Cf. II</sup>, une liste est dressée des techniques utilisées par l'équipe d'AFP Factuel au quotidien pour débusquer les infox.

## 6.6) « Vrai ou fake » de Franceinfo

"Vrai ou fake" est la plateforme de *factchecking* et de *debunking* de Franceinfo<sup>Cf. III</sup>.

Le *factchecking* est une pratique consistant à débusquer les erreurs factuelles ou les mensonges des responsables publics et des politiques) et

Le *debunking* (ou démystification) consiste à décrypter et à déconstruire des rumeurs qui circulent notamment sur les réseaux sociaux et des "*fake news*" (c'est-à-dire de fausses informations fabriquées dans le but de manipuler le public).

Cette plateforme passe au crible et valide, après les avoir dûment recoupées, toutes les informations qu'elle diffuse sur ses antennes radio, TV et numérique. Elle rassemble des contenus produits par Arte, l'Institut national de l'audiovisuel, France Médias Monde, France Télévisions, Radio France et TV5 MONDE.

L'équipe de Franceinfo.fr sollicite ses téléspectateurs, auditeurs et lecteurs dans son Live permanent et prend le temps de le vérifier quotidiennement dans "vrai ou fake" si les informations qui circulent sont vraies ou fausses.

## 7- Identifier les sites parodiques

---

Cf. II <https://liberation.checknews.fr>

Cf. I <https://factuel.afp.com>

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

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





En France, [legorafi.fr](http://legorafi.fr), parodie le journal français "Le Figaro". On y découvre par exemple ce type de titre "Le créateur de la blague sur la couleur du cheval blanc d'Henri IV obtient gain de cause".

En Belgique, le spécialiste du genre s'appelle

[nordpresse.be](http://nordpresse.be)

## 8- Vérifier l'authenticité d'une vidéo

Photos et vidéos constituent des moyens de désinformation très prisés sur Internet. Les secondes sont techniquement plus difficiles à modifier que les premières mais, une vieille vidéo peut avoir fait l'objet de deux techniques de transformation : la falsification de la légende ou la manipulation technique de l'image.

Pour repérer de vieilles vidéos sorties de leur contexte, Les Observateurs de France 24 proposent un guide de vérification<sup>Cf.</sup> dans lequel ils précisent que « comme pour vérifier une photo et retrouver son origine sur Internet, le principe de base est la recherche par image, ou recherche inversée. Une vidéo étant composée d'un très grand nombre de photos placées les unes à la suite des autres, il est possible d'en extraire quelques-unes et d'utiliser ensuite un moteur de recherche par image ».

Les Observateurs de France 24 recommandent trois outils possédant des fonctionnalités de recherche inversée pour vérifier l'authenticité d'une vidéo :

- InVid (In Video Veritas) : <http://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin>
- Amnesty YouTube Dataviewer : <https://citizenevidence.amnestyusa.org>
- DownloadHelper dans Facebook avec le navigateur Firefox ou sur Google Chrome : <https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/video-downloadhelper>

## 9- Outils pratiques anti fake news destinés aux jeunes (et aux moins jeunes)

### 9.1) Lectures ou programmes pédagogiques

Le CLEMI, organisateur de la semaine de la presse et des médias dans l'École, propose des outils pour aider les jeunes à réaliser, en cas de doute, un « fact-checking ».

Parmi ces outils, l'on trouve :

- un guide pratique d'éducation aux médias donne des clés pour toutes les situations délicates face aux écrans<sup>[9]</sup>.
- INFO HUNTER est un programme proposé par Spicee et Tralalère avec l'Association e-Enfance. Il s'agit d'un parcours pédagogique destiné au décryptage de l'information

<sup>Cf.</sup> <https://observers.france24.com/fr/20180401-guide-verification-factchecking-comment-verifier-video>

<sup>[9]</sup> CLEMI. (s.d.). Guide pratique « La famille Tout-Écran ». Récupéré 27 juin, 2019, de <https://www.clemi.fr/fr/guide-famille/guide-pratique-la-famille-tout-ecran.html>

et à accompagner des collégiens et lycéens dans le décodage des *fake news*. Une centaine d'ateliers sur ce thème sont prévus par e-Enfance : <https://www.e-enfance.org>

- Le détecteur de rumeurs de l'Agence Science Presse : <https://www.sciencepresse.qc.ca/detecteur-rumeurs>
- Un site web d'information sur les fausses nouvelles : <https://30secondes.org>

## 9.2) Vidéos de sensibilisation

- Sur la chaîne Youtube Info-Intox de France 24 deux journalistes, Ségolène Malterre et Wassim Nasr, donnent des clés pour déceler les vidéos de propagande, les théories du complot et autres manipulations de l'information sur Internet<sup>[19][20]</sup>.
- CANOPÉ - Le réseau de création et d'accompagnement pédagogiques est un site qui met en lien des vidéos pédagogiques démontrant les théories du complot<sup>Cf. I</sup>.
- La Cité des Sciences et le Palais de la découverte ont lancé sur leur WebTV Universcience.tv une série de vidéos (2 à 3 minutes chacune) coproduites par France Télévisions, Arte, l'INSERM et l'Institut de Recherche pour le Développement, avec le soutien du Ministère de la Recherche. Avec la chaîne Youtube Canal Detox, l'Inserm « coupe court aux fausses infos et rappelle les faits scientifiques ». L'objectif est de dénoncer les idées reçues ou de prouver que certaines informations pourtant largement répandues sont complètement fausses. Par exemple : « *La fonte de la banquise fait monter le niveau des océans* ». La vidéo commence par « *On entend parfois dire que* », puis démonte les fausses informations en une argumentation courte mais pertinente<sup>[25]</sup>.
- Rose-Marie Farinella, professeure des écoles, propose à ses élèves de devenir des détectives du web. Elle mène une séquence pédagogique avec des élèves de CM2 pour leur apprendre à distinguer l'info de l'intox. Son action est expliquée en plusieurs vidéos<sup>[22][23][24][25]</sup>. La première<sup>[22]</sup> aborde l'éducation aux médias et à l'information à l'école. La deuxième<sup>[23]</sup> s'intéresse à l'analyse des images. La troisième<sup>[24]</sup> s'intéresse quant à elle aux sources de l'information.
- Jean-Marc Manach, journaliste d'investigation, contribue par son action à déjouer les intox et à retrouver la source des histoires inventées de toutes pièces sur les réseaux sociaux<sup>[29]</sup>.
- Les ressources de France tv Éducation<sup>Cf. II</sup> sur le sujet des *fake news* sont nombreuses et de formats variés : vidéos, documents, dossiers, séries...

---

<sup>[19]</sup> FRANCE 24. (2015, 16 mars). Info ou intox : comment déjouer les pièges sur Internet ? [Fichier vidéo]. Récupéré 27 juin, 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=9TKUyv1M79Q>

<sup>[20]</sup> FRANCE 24. (2016, 11 mars). Info-Intox : quand Internet vous tend des pièges [Fichier vidéo]. Récupéré 27 juin, 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=-GQAsPIY5JE>

Cf. I [https://www.reseau-canope.fr/les-valeurs-de-la-republique/les-ressources\\_reagir-face-au-complotisme.html](https://www.reseau-canope.fr/les-valeurs-de-la-republique/les-ressources_reagir-face-au-complotisme.html)

<sup>[25]</sup> Le blob, l'extra-média. (2018, 3 octobre). *Data science vs Fake - La fonte de la banquise fait monter le niveau des océans* [Fichier vidéo]. Récupéré 1 juillet, 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=mbwYtpHPOUA>

<sup>[21]</sup> Hygiène mentale (16/03/2015). Info ou intox : comment déjouer les pièges sur internet ? Youtube. Retrieved from <http://youtu.be/9TKUyv1M79Q>

<sup>[22]</sup> Hygiène mentale (29/09/2016). Education aux médias et à l'information à l'école. Youtube. Retrieved from [https://youtu.be/\\_DVwG9oiuU](https://youtu.be/_DVwG9oiuU)

<sup>[23]</sup> Hygiène mentale (07/02/2017). Remonter à la source de l'information. Youtube. Retrieved from <https://youtu.be/Oig87rUmwc8>

<sup>[24]</sup> Hygiène mentale (15/02/2017). La propagation des rumeurs. Youtube. Retrieved from [https://youtu.be/8xOn\\_ChBHCw](https://youtu.be/8xOn_ChBHCw)

<sup>[29]</sup> Stop à l'Intox ! (s.d.). Macron et les *fake news*. Récupéré 27 juin, 2019, de <http://www.stopintox.fr/enquetes/macron-et-les-fake-news>

Cf. II FTV Education. (s.d.). France tv Éducation. Récupéré 27 juin, 2019, de <https://education.francetv.fr/recherche?q=fake+news>

- Aude Favre, journaliste, a créé sa chaîne Youtube « *What a fake* »<sup>Cf. III</sup> en 2017. Elle y traque les fausses informations et enseigne les bons réflexes pour éviter de se faire berner<sup>[30]</sup>. Elle apprend à mesurer la fiabilité d'une source et fournit les clés nécessaires à la formation de l'esprit critique<sup>[31]</sup>.

Quelques exemples de ses vidéos :

- « Santé + Mag votre frigo peut vous sauver la vie » : Aude Favre y dénonce les conseils de santé scientifiquement infondés voire dangereux que publie le site Santé+ Mag<sup>[30]</sup>.
- « Comment repérer une info douteuse ? » : Aude Favre revient sur les étapes permettant de vérifier la fiabilité d'une information<sup>[31]</sup>.
- Les Observateurs de France 24 vous invitent à lutter contre les manipulations graphiques<sup>[26]</sup> en utilisant notamment le site Forensically<sup>[28]</sup>. Ce site permet d'analyser plusieurs aspects d'une image fixe : les contrastes, les incohérences de lumière et la présence d'endroits clonés.
- Présenté par Thomas Sotto, sur France 4 tous les samedis à 18h15, *Escape news* est celui d'un *escape game* pédagogique. Quatre adolescents âgés de 11 à 15 ans doivent résoudre trois énigmes pour débusquer des fausses nouvelles en faisant marcher leur sens critique. Les énigmes sont liées à des bidouillages de photos, des faux tweets, des informations erronées. « *Nous avons deux ambitions : être utiles et apprendre aux enfants à douter* » (Thomas Sotto). L'objectif est d'apprendre aux jeunes à décrypter les mécanismes de l'information : ses outils, ses ressorts, ses codes, ses pièges et cela va de sa création à la viralité sur les réseaux. Chaque semaine, le thème abordé est différent. Une première émission a été consacrée à Donald Trump et notamment à son utilisation de Twitter. Une seconde a porté sur le terrorisme et la propagande djihadiste, et une troisième a été consacrée aux stars ainsi qu'aux réseaux sociaux.

## C) Analyse de Fake news (études de cas) :

### Étude de cas 1 : L'homme n'a jamais marché sur la lune

Cette *Fake news* a été élaborée à partir de photos contenant des éléments qui servent de points d'appui pour créer une « infox ». Comment identifier ces éléments et les comprendre pour les resituer dans un cadre rationnel ?

Le 21 Juillet 1969 l'américain Neil Amstrong a marché sur la lune. L'année suivante on parle de canular lunaire (« *moon hoax* »), pour discréditer cette expérience. En 2019, nous fêtons le 50ème



Cf. III <https://www.france.tv/slash/wtfake>

<sup>[30]</sup> WTFake, A. (2018, 3 mai). WTFake #10 - SCOOP : AVEC SANTE+ MAG, VOTRE FRIGO PEUT VOUS SAUVER LA VIE ! [Fichier vidéo]. Récupéré 27 juin, 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=wzvNz6H0pxc>

<sup>[31]</sup> WTFake, A. (2018b, 5 avril). WTFQA #6 - Comment repérer une info douteuse ? [Fichier vidéo]. Récupéré 27 juin, 2019, de [https://www.youtube.com/watch?v=5\\_zvTTnj-fQ](https://www.youtube.com/watch?v=5_zvTTnj-fQ)

<sup>[26]</sup> Les observateurs de France 24.(18/06/2018) INFO/INTOX #5 : Comment repérer les manipulations graphiques. Youtube. Retrieved from <https://youtu.be/PgAYK4TtaNc>

<sup>[28]</sup> Forensically. <https://29a.ch/photo-forensics/#forensic-magnifier> (05/02/2019)

anniversaire des premiers pas de l'homme sur la lune, occasion de revenir sur les arguments des plus sceptiques...

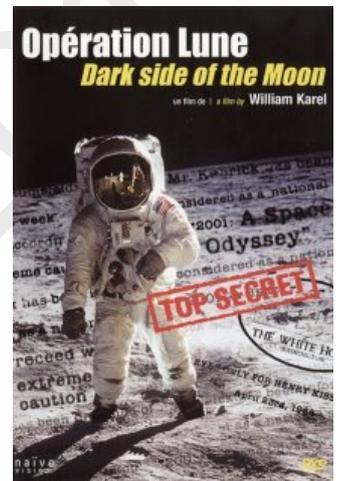
Le programme spatial Apollo 11, qui a envoyé des astronautes sur la lune, serait une mise en scène... Mais d'où peut bien venir cette idée ?

En 1976, le livre « Pourquoi nous ne sommes jamais allés sur la lune » est publié. L'auteur est un ancien employé d'une entreprise qui travaillait pour la Nasa. Selon lui, l'agence spatiale était incapable techniquement d'assumer cette mission et il émet des doutes sur le programme Apollo.

1978 est l'année de la sortie du film « Capricorn One ». C'est l'histoire de trois astronautes de la Nasa qui sont transportés dans un lieu secret pour simuler l'exploration de Mars.

Les sceptiques obtenaient alors la conviction que la manipulation était possible. En effet, Théodore Alexopoulos (2019), Chercheur à l'institut de psychologie de l'Université Paris Descartes rappelle « l'effet de simple exposition décrit par Robert Zajonc dès 1968 ». Il précise que « le simple fait d'être exposée de manière répétée à une même information augmente la probabilité de lui accordée du crédit, y compris lorsqu'on n'y croit pas du tout à première vue. Un élément à la crédibilité très faible sera considéré comme plus crédible à la deuxième rencontre et ainsi de suite ».

En 2004, un faux documentaire intitulé « Opération Lune, Dark side on the Moon » est réalisé par William Karel. Le réalisateur démontre qu'il est très facile de détourner des images et d'utiliser de faux témoins pour tromper le téléspectateur.



Premier argument avancé par les sceptiques « Le drapeau qui flottait au vent » :

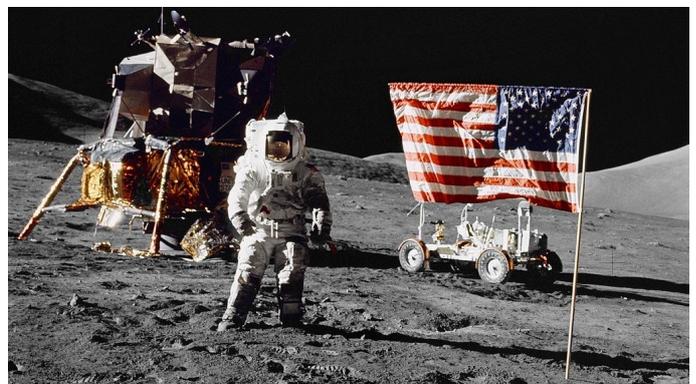
Le drapeau planté par les astronautes flotte au vent tandis qu'il n'y a ni vent ni air sur la lune. Le drapeau ne devrait donc pas flotter...

Explication à l'encontre de la *fake news* : Le drapeau devait tenir droit grâce à une tige de fer horizontale. Mais, le drapeau a été froissé pendant le voyage vers la lune, c'est pour cela qu'il comporte des plis et semble flotter (effet d'optique).

Second argument avancé par les sceptiques « On ne voit aucune étoile » :

Sur les photos n'apparaît aucune étoile tandis que des étoiles devraient être plus visibles depuis la terre.

Explication à l'encontre de la *fake news* : La lumière du soleil qui se reflète sur la lune nous empêche de voir les étoiles car la lumière du soleil est plus forte que



[17] Université Paris Descartes. (2019). *Fake news. Les fake sciences. Les cahiers de l'Université Paris Descartes*, (19). Consulté sur <https://cahiers.parisdescartes.fr/fake-news-fake-science-info-intox-infox>

celle des étoiles.

Troisième argument avancé par les sceptiques « Le vaisseau n'a laissé aucune trace sur le sol ».

Explication à l'encontre de la *fake news* : C'est avec un appareil plus petit que leur fusée que les astronautes se sont posés sur la lune. L'endroit était très rocheux et sans poussière. Les petits réacteurs ont donc laissé peu de traces. La fusée qui aurait pu faire des traces plus importantes est restée en orbite autour de la lune avec Michael Collins, le troisième homme de la mission Apollo 11. C'est le petit vaisseau qui est descendu et ceci explique l'absence de traces.

Cinquante ans plus tard et malgré la démonstration de ces faits avérés, il circule encore sur les réseaux sociaux beaucoup d'interrogations formulées par les sceptiques, telle que la question suivante « Pourquoi n'est-on jamais retourné sur la lune ? ».

Il existe deux raisons à cela.

1. Un aspect économique : la mission Apollo a coûté 120 milliards de dollars. Le budget de la Nasa a fortement augmenté entre 1961 et 1975, puis a diminué et stagné. Douze américains ont marché sur la lune entre 1961 et 1975.
2. Un aspect politique : les premiers pas sur la Lune ont été effectués au cours d'une période de guerre froide entre soviétiques et américains. Les deux camps étaient en compétition pour déterminer lequel serait le premier à se rendre sur la lune. Lorsque les américains ont atteint cet objectif les premiers, les soviétiques n'ont plus souhaité investir davantage d'argent dans le projet puisqu'il ne s'agirait plus d'une exclusivité.

### Étude de cas 2 : Le pilote de chasse avec une pancarte démission (vidéo)



Un pilote d'avion français semble demander la démission du président Français Hollande : il porte une pancarte sur laquelle figure la mention « Hollande démission ». L'information est relatée par un article publié le 24 septembre 2014 sur le site RadioCockpit.fr. Cette information a été partagée plus de 4000 fois le lendemain.

Il s'agit en fait d'un photomontage réalisé à partir d'une capture d'écran d'une vidéo réalisée en 2013 par un pilote de chasse américain pour le mariage de son frère. Pour découvrir qu'il s'agit d'une *fake news*, il suffit d'utiliser la recherche inversée de l'outil Google Images qui mène vers le lien d'une vidéo.

### Étude de cas 3 : La *fake news* satirique



« Selon les scientifiques, il y a dorénavant plus d'huile de palme dans le Nutella que dans l'huile de palme » peut-on lire sur le site Gorafi<sup>Cf.</sup> habitué à générer de l'information parodique. Il s'agit en fait davantage d'un hoax créé dans le but, tant de faire rire, que de faire réfléchir par la dénonciation des effets sur la planète de l'un des composants du Nutella (l'huile de palme).

#### Étude de cas 4 : Fake news sur la santé, l'affaire Wakefield

En 1998, Andrew Wakefield, médecin et chercheur anglais publia dans *The Lancet* (revue scientifique du domaine biomédical) une étude établissant un lien de causalité entre le vaccin rougeole-oreillons-rubéole (ROR) et ce qu'il a appelé « l'entérocolite autistique » qui est une



forme de trouble du spectre autistique. Cet article a entraîné, dans de nombreux pays, des campagnes anti-vaccination ayant elles-mêmes généré une baisse significative de la couverture vaccinale chez les enfants en âge de le recevoir. Ainsi, La France a connu « une épidémie de rougeole qui a

atteint plus de 25000 personnes entre 2008 et 2015, provoquant plus de 5000 hospitalisations et une vingtaine de décès.

Cette source<sup>[17]</sup> nous apprend que l'existence de liens cachés entre Wakefield et un lobby anti-vaccins a été mise en évidence : « Dès 2004, une enquête du *Sunday Times* apporte la preuve que ces travaux ont été falsifiés, révélant au passage l'existence de liens d'intérêts non déclarés entre Wakefield et une organisation d'avocats anti-vaccination, sponsors de l'étude ».

En 2010, l'ordre des médecins britanniques a rendu ses conclusions confirmant les fraudes intentionnelles de l'auteur ce qui conduira celui-ci à une radiation. Wakefield n'est plus autorisé à exercer au Royaume-Uni. Depuis, il s'est exilé aux États-Unis. Plusieurs études ont confirmé par la suite l'absence de lien entre autisme et vaccination, quel que soit l'âge, les antécédents ou la dose de vaccin. Mais, « le problème est que ce genre d'affaire reste longtemps gravé dans l'inconscient collectif » affirme Odile Launay, professeur d'infectiologie à l'université Paris Descartes et coordinatrice du centre d'investigation clinique Cochin Pasteur spécialisé en vaccinologie à l'hôpital Cochin. Quand une information est lancée dans l'opinion publique, elle marque les esprits et il est ensuite très difficile de redonner confiance à la population...

<sup>Cf.</sup> <http://www.legorafi.fr/2015/05/18/selon-des-scientifiques-il-y-a-dorenavant-plus-dhuile-de-palme-dans-le-nutella-que-dans-lhuile-de-palme>

<sup>[17]</sup> Université Paris Descartes. (2019). *Fake news. Les fake sciences*. Les cahiers de l'Université Paris Descartes, (12). Consulté sur <https://cahiers.parisdescartes.fr/fake-news-fake-science-info-intox-infox>

## Conclusion

Phénomène mondial à l'impact planétaire, les informations fallacieuses se diffusent, se découvrent et se partagent très facilement grâce à l'Internet et aux médias sociaux. Ceux-ci sont des chambres d'écho idéales pour des communautés de personnes rassemblées en raison de centres d'intérêt partagés ou de leurs valeurs communes. Les appareils mobiles, de leur côté, simplifient l'accès et facilitent le partage en temps réel de toute nouvelle information « qui tombe ». Tandis que nos aïeux lisaient le journal avant de commenter ou débattre de l'actualité de la veille, chacun de nous peut à présent « faire l'actualité » et/ou se faire le relai d'une actualité possiblement créée de toute pièce par un parfait inconnu.

Le débat démocratique - si cher à nos politiques - est mis à mal (car truqué) par l'action des pourvoyeurs d'informations mensongères. C'est dans ce contexte que la loi contre la "manipulation de l'information" a été adoptée le 20 novembre 2019 après un parcours du combattant législatif pour l'adoption de ses deux textes qui ont été très controversés.

Toute la difficulté avec les *fake news* réside dans le fait qu'il est très difficile - voire impossible - de démonter les arguments des fossoyeurs de l'infox ou des adeptes d'une théorie du complot. Comment prouver, pour rétablir la vérité, qu'un fait - nul et non avénu - n'existe pas, alors même que celui-ci est diffusé, liké et partagé par nos relations, voire par des médias très crédibles ? Comment prouver que quelque chose n'a pas lieu d'être (car elle n'existe pas) sans alimenter le débat - en contribuant par là même à faire la publicité de la fausse information - ou bien qu'une théorie est fautive ?

La vérité s'oppose parfois à la croyance lorsque Internet et les médias sociaux servent de faire-valoir d'une appartenance groupale ou de caisse de résonance à un phénomène de foule... La désinformation est finalement devenue une nouvelle arme de guerre si facile à pratiquer avec les technologies de l'information et de la communication...

Avec l'expansion des *fake news*, accessibles via le canal de communication Internet, la vérification des faits (prérequis à l'exercice du métier de journaliste), devient une compétence attendue de chaque citoyen. Cependant, et puisqu'il s'agit là d'une compétence, la capacité de faire preuve de discernement s'acquiert mais aussi s'entraîne (car à défaut, elle pourrait disparaître).

Selon Gérald Bronner « Il est toujours plus facile de croire que d'acquérir un savoir basé sur des preuves ». C'est effectivement plus économique du point de vue cognitif et en cela, la paresse intellectuelle est l'une des faiblesses de la nature humaine. Mais ce n'est pas la seule !

Comme nous l'avons vu dans ce dossier, il existe plusieurs facteurs psychologiques qui sont susceptibles d'amener les personnes à croire en des fausses informations ou à adhérer à une non vérité (habillement déformée au point de n'en être plus une).

Pourtant, les plus crédules ne sont pas pour autant des imbéciles... Bien malin est celle ou celui qui ne se fait pas prendre par une *fake news*, mais cela ne signifie pas qu'il faut forcément être un imbécile pour croire à une *fake news* ! Le cerveau fonctionne de telle

---

<sup>171</sup> Université Paris Descartes. (2019). *Fake news*. Les *fake sciences*. Les cahiers de l'Université Paris Descartes, (31). Consulté sur <https://cahiers.parisdescartes.fr/fake-news-fake-science-info-intox-infox>

manière qu'il est victime de biais cognitifs agissant naturellement comme autant de distorsions de la perception et de la pensée et ce, sans qu'il soit question d'une quelconque débilité. Par ailleurs, des motivations ainsi que des besoins entrent également en jeu. Selon la nature de l'exposition à l'information (voir l'effet de simple exposition décrit par Robert Zajonc), notre maturité dans l'utilisation de l'Internet et des médias sociaux et aussi conformément au besoin d'appartenance (voire de conformisme) à un groupe social, l'individu le plus normal peut-être enclin à créditer une *fake news*.

La célèbre expérience de Solomon Asch a démontré, en 1956, l'influence du besoin de conformisme sur les décisions prises par un individu au sein d'un groupe. Par conformisme, les individus ont soutenu des réponses allant non seulement contre l'évidence, mais aussi contre leur conviction personnelle acquise au moyen de leur acuité visuelle.

Nous espérons que la lecture de ce dossier vous aura permis de découvrir des pistes pour déjouer les pièges cognitifs, pour sensibiliser nos enfants aux dangers que représente la désinformation et finalement, contribuer à faire en sorte d'être de meilleurs modèles pour eux concernant l'usage du numérique en matière d'information.

Apprendre à repérer les infox est une compétence qui s'acquiert mais aussi s'entretient - quel que soit l'âge - et il s'agit là d'une responsabilité citoyenne. L'Internet et les médias sociaux ne sont pas un espace de non droit et, partager une fausse information revêt une dimension engageante (y compris pénalement) car elle participe d'une certaine défiance à l'égard des institutions politiques et médiatiques.

Le partage d'une *fake news* peut notamment être le signe d'une appartenance à une communauté idéologique ou d'une certaine paresse de l'esprit...

## Bibliographie

### Ouvrages

- [1] Bronner, G. (2003). *L'empire des croyances*. Paris : PUF.
- [2] Bronner, G. (2013). *La démocratie des crédules*. Paris : PUF.
- [3] Bronner, G., & Krassinsky, J. P. (2018). *Crédulité & rumeurs: Faire face aux théories du complot et aux fake news*. France: Le Lombard.
- [4] Cordier, A. (2015). *Grandir connectés: les adolescents et la recherche d'information*. Caen, France: C & F Éditions.
- [5] Dagnaud, M. (2013). *Génération Y. Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*. Paris, France: Presses de sciences Po.
- [6] Froissart, P. (2010). *La rumeur. Histoires et fantasmes*. Paris, France.
- [7] Huyghe, FB (2018). *Fake News - La grande peur*. Paris : VA.
- [8] Jehel, S. (2011). *Parents ou médias, qui éduque les préadolescents ? Enquête sur leurs pratiques TV, jeux vidéo, radio, Internet* Toulouse, Éditions Érès.

### Articles et sites

- [9] CLEMI. (s.d.). Guide pratique « La famille Tout-Écran ». Récupéré 27 juin, 2019, de <https://www.cleml.fr/fr/guide-famille/guide-pratique-la-famille-tout-ecran.html>
- [10] Les Décodeurs. (2017, 16 mars). *L'annuaire des sources du Décodex: mode d'emploi*. Récupéré 27 juin, 2019, de [https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/23/l-annuaire-des-sources-du-decodeur-mode-d-emploi\\_5067719\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/23/l-annuaire-des-sources-du-decodeur-mode-d-emploi_5067719_4355770.html)
- [11] Sénecat, A. (2018, 21 octobre). *Dominique Cardon : « Ce ne sont pas les réseaux sociaux qui ont créé des bulles informationnelles »*. Récupéré 26 juin, 2019, de [https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2018/10/21/dominique-cardon-ce-ne-sont-pas-les-reseaux-sociaux-qui-ont-cree-des-bulles-informationnelles\\_5372515\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2018/10/21/dominique-cardon-ce-ne-sont-pas-les-reseaux-sociaux-qui-ont-cree-des-bulles-informationnelles_5372515_4355770.html)
- [12] Darnton, R. (2017, 20 février). « *On retrouve tout au long de l'histoire l'équivalent de l'épidémie actuelle de "fake news"* ». Récupéré 26 juin, 2019, de [https://www.lemonde.fr/idees/article/2017/02/20/la-longue-histoire-des-fake-news\\_5082215\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2017/02/20/la-longue-histoire-des-fake-news_5082215_3232.html)
- [13] France Inter. (2018, 27 juillet). *Dominique Cardon et Samuel Laurent : "La loi sur les Fake News est inutile et dangereuse"*. Récupéré 26 juin, 2019, de <https://www.franceinter.fr/emissions/l-invite-de-8h20-le-grand-entretien/l-invite-de-8h20-le-grand-entretien-08-juin-2018>
- [14] LOI n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information | Legifrance. Récupéré 26 juin, 2019, de <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000037847559>
- [15] Syndicat National des Journalistes. (s.d.). *LES CHARTES DU JOURNALISTE Charte d'éthique professionnelle des journalistes*. Récupéré 26 juin, 2019, de <http://www.snj.fr/content/charte-d%E2%80%99%C3%A9thique-professionnelle-des-journalistes>

### Revues

- [16] Lefebvre, P., Jehel. (2012). *Parents ou médias, qui éduque les préadolescents ? Enquête sur leurs pratiques : TV, jeux vidéo, radio, Internet. Politiques sociales et familiales, n°107, p. 107-109.*
- [17] Université Paris Descartes. (2019). *Fake news. Les fake sciences. Les cahiers de l'Université Paris Descartes*. Consulté sur <https://cahiers.parisdescartes.fr/fake-news-fake-science-info-intox-infox>
- [18] « *Bienvenue en adosphère* » Atelier des médias, RFI, 9, 16 et 23 janvier 2016 <http://atelier.rfi.fr/profiles/blogs/adosphere-premiere-partie>

### Vidéos

- [19] FRANCE 24. (2015, 16 mars). *Info ou intox : comment déjouer les pièges sur Internet ?* [Fichier vidéo]. Récupéré 27 juin, 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=9TKUyv1M79Q>
- [20] FRANCE 24. (2016, 11 mars). *Info-Intox : quand Internet vous tend des pièges* [Fichier vidéo]. Récupéré 27 juin, 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=-GQAsPIY5JE>
- [21] Hygiène mentale (16/03/2015). *Info ou intox : comment déjouer les pièges sur internet ?* Youtube. Retrieved from <http://youtu.be/9TKUyv1M79Q>
- [22] Hygiène mentale (29/09/2016). *Education aux médias et à l'information à l'école*. Youtube. Retrieved from [https://youtu.be/\\_DVwG9oiuU](https://youtu.be/_DVwG9oiuU)
- [23] Hygiène mentale (07/02/2017). *Remonter à la source de l'information*. Youtube. Retrieved from <https://youtu.be/0ig87rUmwc8>
- [24] Hygiène mentale (15/02/2017). *La propagation des rumeurs*. Youtube. Retrieved from [https://youtu.be/8xOn\\_ChBHCw](https://youtu.be/8xOn_ChBHCw)
- [25] *Le blob, l'extra-média*. (2018, 3 octobre). *Data science vs Fake - La fonte de la banquise fait monter le niveau des océans* [Fichier vidéo]. Récupéré 1 juillet, 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=mbwYtpHPQUA>
- [26] *Les observateurs de France 24*. (18/06/2018) *INFO/INTOX #5 : Comment repérer les manipulations graphiques*. Youtube. Retrieved from <https://youtu.be/PgAYK4TtaNc>
- [27] *Les observateurs de France 24*. (04/06/2018) *INFO-INTOX #3 - Quand l'angle de vue peut changer votre perception*. Youtube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=w9OYXRMoMH8>
- [28] *Forensically*. <https://29a.ch/photo-forensics/#forensic-magnifier> (05/02/2019)
- [29] *Stop à l'Intox !* (s.d.). *Macron et les fake news*. Récupéré 27 juin, 2019, de <http://www.stopintox.fr/enquetes/macron-et-les-fake-news>
- [30] *WTFake*, A. (2018, 3 mai). *WTFake #10 - SCOOP : AVEC SANTE+ MAG, VOTRE FRIGO PEUT VOUS SAUVER LA VIE !* [Fichier vidéo]. Récupéré 27 juin, 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=wzvNz6H0pxc>
- [31] *WTFake*, A. (2018b, 5 avril). *WTFake #6 - Comment repérer une info douteuse ?* [Fichier vidéo]. Récupéré 27 juin, 2019, de [https://www.youtube.com/watch?v=5\\_zvTTnj-fQ](https://www.youtube.com/watch?v=5_zvTTnj-fQ)

# Comment obtenir son attestation de VAEN® sur le module des fake news ainsi que la correction des réponses ?

Avez-vous passé le Quiz « VAEN® (Validation des Acquis de l'Expérience numérique) module : les fake news » accessible sur le site de SpotPink ?

Si oui, et seulement **si vous avez obtenu le score 1** (81% de bonnes réponses minimum) alors, vous pouvez obtenir votre attestation de VAEN® personnelle du module portant sur les fake news !

Pour ce faire, adressez nous un courriel à [contact@spotpink.com](mailto:contact@spotpink.com) en joignant la capture d'écran du score obtenu à la fin du quiz ainsi que vos prénoms, noms et adresse e-mail. Nous vous adresserons en retour votre attestation de VAEN® pour ce module.

**Votre niveau**

Il est à noter qu'une correction de toutes les réponses peut également être envoyée à quiconque aura obtenu un score 1 et **en formulant la demande**.

## Mentions légales

SpotPink SAS au Capital de 15000 euros - 533 912 770 R.C.S. PARIS - Code NAF n° TVA Intracommunautaire FR20533912770

81 Boulevard St Michel 75005 PARIS, 09 82 45 13 78, [contact@spotpink.com](mailto:contact@spotpink.com), <https://www.spotpink.com>

NDA organisme de formation : 11 75 47764 75 - Datadock a référencé SpotPink.

Numéro de déclaration CNIL de SpotPink : 1527925 v 0 - Désignation CNIL : N° DPO- 37620.

SpotPink est signataire de la [charte de déontologie de l'AFCDP](#).

## Politique de protection des données personnelles

Aucune information personnelle n'est collectée à votre insu, n'est cédée à des tiers ou n'est utilisée à des fins non prévues. Les données transmises sont absolument confidentielles.

Les informations recueillies spontanément ou au moyen de tout formulaire présent sur le site [www.spotpink.com](http://www.spotpink.com) sont enregistrées dans un fichier informatisé par SpotPink pour la réponse aux demandes adressées. Ces informations ont pour seul objet le traitement individuel et personnalisé des demandes adressées spontanément par courriel ou bien par le biais du site. Les réponses sont formulées par appel téléphonique ou bien par message électronique sous la forme d'un message individualisé. Les données de contact sont conservées pendant 3 ans maximum à compter de la demande formulée ou du dernier contact, et sont exclusivement destinées au service communication.

Depuis le mois de mai 2018, la société SpotPink n'adresse plus aucune communication électronique aux lecteurs de ses blogs. La consommation de l'information s'effectue donc depuis cette date uniquement à la demande de l'internaute (l'ensemble du contenu du site étant désormais uniquement accessible au moyen de l'URL associée au nom de domaine de ce site).

Conformément à la loi « informatique et libertés » (Loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés) modifiée par la loi n° 2018-493 du 20 juin 2018) et conformément au RGPD, vous pouvez à tout moment faire l'exercice de vos droits (accès, rectification, opposition, effacement) relatifs aux informations en notre possession vous concernant. Pour ce faire, vous pouvez formuler votre demande auprès de notre Data Protection Officer DPO (désignation CNIL : N° DPO- 37620) par e-mail [HelloDPO@spotpink.com](mailto:HelloDPO@spotpink.com) ou bien par courrier postal à l'adresse suivante SpotPink, 81 boulevard Saint Michel, 75005 Paris.