

Les médias sociaux l'utilisation et vérification des faits

Contenu

Interagir en ligne

La Més/Dés/Mal-information

- Outils de vérification d'information
- Repérer la mésinformation et la désinformation
- La vérification des images
- Africa Fact-Checking Fellowship #AFFCameroon

La conduite en ligne

- Le code de conduite des médias sociaux
- #ThinkB4UClick
- Comment répondre aux discours haineux
- Ressources supplémentaires



Les boursiers de l'Africa Fact-Checking Fellowship en session. Photo par Derick Kinang

Interagir en ligne

Au chapitre précédent, nous avons parlé du discours haineux et de ses effets néfastes.

La question suivante est: **comment travaillons-nous à contrer les discours haineux et à diffuser des messages de paix et de réconciliation?** C'est ce sur quoi ce chapitre portera.

Nous discuterons sur les notions de mésinformation et de désinformation et comment les repérer. Par ailleurs, nous présenterons des mesures à adopter pour s'engager en ligne de manière positive et pacifique.

Nous avons tous le pouvoir de nous opposer à la haine et d'être des gardiens responsables de notre vie en ligne. Apprenons à bien le faire.

La Més/Dés/Mal-information

Sur les internets, où il est possible pour tout le monde de partager et de republier du contenu, il existe un nombre important de fausses informations publiées.

Mais toutes les informations erronées ne sont pas créées dans le même but. Il existe différents niveaux de fausses informations appelés mésinformation, désinformation et mal-information. Quelle est la différence? La différence réside essentiellement dans l'intention qui sous-tend la diffusion de cette information là.

On parle de **mésinformation**, quand vous partagez des informations incorrectes, mais vous ne savez pas que c'est faux. Ce qui signifie que, la personne qui publie des informations erronées n'a pas l'intention de nuire. Elle est tout simplement mal informée. Mais, même si la mésinformation n'est pas faite dans une mauvaise intention, elle cause quand même du tort. Le point positif est que, comme la mésinformation est basée sur des faits erronés, elle peut facilement être contrée et corrigée.

Un exemple: Vous partagez une information selon laquelle les prix de l'électricité vont bientôt doubler parce que vous l'avez entendu d'un ami proche. Vous n'avez pas vérifié cette information et elle n'est pas vraie.

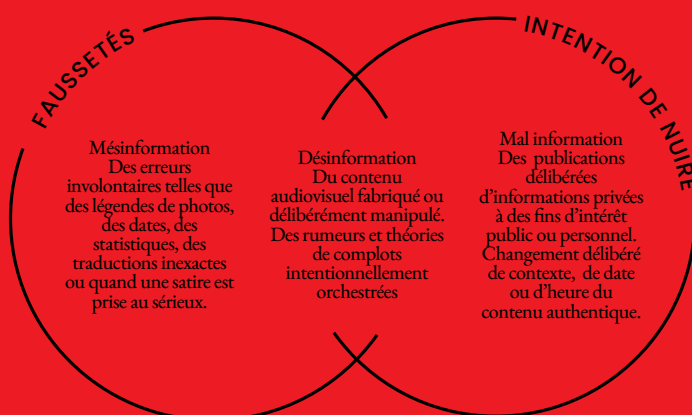
On parle de **désinformation** lorsque vous partagez délibérément des informations erronées

dans le but de tromper les autres. Ce qui signifie que la personne qui publie de la désinformation a l'intention d'induire en erreur, de tromper et de causer du tort. La désinformation ne peut pas être corrigée en présentant simplement des faits parce que la personne sait déjà que c'est faux. Une grande partie de la désinformation est souvent constituée d'un mélange de vérité et de mensonges, où les mensonges se mêlent aux vérités. Ceci est fait pour que la personne qui lit la désinformation pense que puisque certaines des informations sont familières ou vraies, le reste doit l'être aussi. Attention à ce piège.

Un exemple: vous voyez un message indiquant qu'un politicien soutient la fermeture d'une école locale. Ce qui est un mensonge. La personne qui le partage sait que ce n'est pas vrai, mais veut que vous votiez contre le politicien et répand donc de la désinformation pour influencer votre vote. .

La mal information ou les informations erronées

Mésinformation, désinformation et mal information



sont des informations qui peuvent être vraies ou non, mais qui sont partagées uniquement dans le but d'infliger un préjudice, que ce soit à un individu ou à un groupe plus large.

Un exemple: Quelqu'un partage la photo d'un enfant mort et affirme que des membres d'une autre tribu ont tué l'enfant. La photo peut être réelle, mais elle peut provenir d'un autre pays, et elle est partagée uniquement pour susciter la colère contre l'autre tribu.

Pourquoi est-il important de repérer la mésinformation et la désinformation? Parce que même les petits mensonges ont le pouvoir de blesser les gens et provoquer des conflits. Plus nous apprenons à exiger la vérité, plus notre monde devient sûr.

Le problème est que nous ne sommes pas toujours formés pour détecter facilement la mésinformation et la désinformation. C'est une compétence que nous devons apprendre à maîtriser et que nous aborderons dans la section suivante.

► QUESTIONS À CONSIDÉRER ◀

- Pouvez-vous, en vos propres mots, décrire la différence entre la mésinformation et la désinformation?
- Pouvez-vous donner un exemple de la façon dont les fausses informations peuvent-nous nuire ou nuire à votre communauté?
- À qui profitent les faux contenus?

Les outils de vérification d'informations

L'un des principes de l'initiative #defyhatenow consiste essentiellement à diffuser des vérités en ligne. Mais, dans un monde où il est si facile de partager et de republier du contenu, **comment savoir si ce que nous voyons est vrai?**

La réponse est qu'il faut faire des efforts et repenser la façon dont nous interagissons avec le monde. Nous devons remettre en question tout ce que nous voyons en ligne, même si les informations proviennent de personnes que nous connaissons et en qui nous avons confiance. Gardez à l'esprit que la mésinformation est une information erronée diffusée par accident - la personne ne sait pas qu'il s'agit d'une fausse information. Ce qui signifie donc que même lorsque nous entendons quelque chose de quelqu'un qui nous est proche, nous devons utiliser ces mêmes outils qui commencent par la devise

Tout remettre en question.

Repérer la mésinformation et la désinformation

Vous trouverez ci-dessous quelques mesures que vous pouvez prendre pour essayer de repérer la mésinformation et la désinformation lorsque vous voyez quelque chose affiché comme un fait en ligne.

Rechercher la source: qui partage cette information? Si c'est en ligne, le site Web vous semble-t-il fiable? A-t-il des affiliations politiques? S'il s'agit d'une personne qui partage, a-t-elle l'habitude d'extrapoler? A-t-elle un emploi, une formation ou une expérience qui lui donne le droit d'obtenir des informations privilégiées? Semble-t-elle digne de confiance? Que savez-vous d'elle?

Interroger la motivation: Si vous deviez deviner, pourquoi la personne partage-t-elle ce contenu? Quelle est sa motivation? L'histoire est-elle équilibrée et juste? Qui gagne à ce que vous lisiez le message et agissiez en conséquence?

Vérifier la date: il est facile de s'énerver à propos d'un article en ligne que quelqu'un partage, pour se rendre compte qu'il a été publié il y a des années et qu'il n'est plus d'actualité. Outre la date, vérifiez le lieu et d'autres faits pour voir si l'article s'applique réellement à votre situation.

Faire une contre-vérification: si quelqu'un partage des "nouvelles", vérifiez si d'autres sources d'informations fiables rapportent les mêmes informations. Sinon, il est peu probable que ce soit vrai. Gardez à l'esprit qu'il existe des sources de plus en plus fiables. En ce qui concerne les nouvelles, des sites Web tels qu'Al Jazeera, AllAfrica et la BBC sont très dignes de confiance. Si vous recherchez des faits, un bon site est Wikipédia. Wikipédia est un site Web qui recueille des informations sur de nombreux sujets et est évalué par des pairs, ce qui signifie que de nombreuses personnes travaillent sur les informations et ont toutes convenu qu'elles étaient correctes.

Lire au-delà du titre: les gens créent des titres qui semblent plus intenses et scandaleux que l'histoire ne l'est réellement. Lisez au-delà du titre et voyez ce que dit tout l'article. Lors de la lecture, vérifiez si l'article énumère ses sources. S'il le fait, vérifiez que ces sources sont exactes. S'il y a une histoire et aucune information sur la source, il y a de fortes chances que l'histoire ne soit pas vraie.

Remettre en question le contenu à forte charge

émotionnelle: Le message contient-il un langage manipulateur d'émotions destiné à vous bouleverser ou à vous inciter? C'est un signal d'alarme. Des sources fiables laissent les faits alimenter votre réponse, pas le langage émotionnel.

Se méfier des récits absolus: si vous tombez sur un article ou une histoire affirmant que quelque chose n'est que bon ou mauvais, soyez prudents. Si le contenu semble trop beau pour être vrai, c'est probablement le cas. Si le contenu sonne seulement mal, il n'est probablement pas précis non plus. Recherchez une représentation équilibrée de la réalité.

► QUESTIONS À CONSIDÉRER ◀

- Lorsque vous voyez une publication en ligne, votre première réaction est-elle de vous demander si elle est vraie?
- Lequel des outils ci-dessus semble le plus facile à appliquer? Lequel demande le plus de travail?
- Quels sont les signaux d'alarme qui vous disent qu'une histoire pourrait être fausse?
- Comment pourriez-vous encourager les autres à vérifier le contenu de plus près? Pourriez-vous enseigner aux membres de votre famille ce que vous avez appris? À vos amis?

La vérification des images

Maintenant que nous avons étudié quelques conseils sur la façon de détecter les faussetés dans le contenu des messages, parlons également de la façon de vérifier les images. Les images sont difficiles à traiter,

car les visuels peuvent être manipulés et modifiés à l'aide de programmes informatiques, de sorte que ce que vous voyez sur une photo peut être réel ou non. De plus, la mésinformation et la désinformation se propagent en partageant des photos hors contexte, par exemple en publiant une photo d'une scène de guerre, mais celle-ci montre une guerre dans un pays ou un contexte différent.

Ci-dessous, nous proposons quelques idées sur la façon de vérifier si ce que vous voyez est susceptible d'être fidèle au contexte dans lequel il est publié ou non.

Que vous regardiez une photo d'un ami proche ou d'un étranger, les questions à poser sont les mêmes. Notez que celles-ci sont similaires aux questions que nous avons abordées plus haut concernant le contenu et ont la même devise de: **Tout remettre en question.**

Provenance: S'agit-il de la photo originale, prise par la personne qui publie? Ou a-t-elle été republiée plusieurs fois et le photographe d'origine n'est plus connu?

Source: Qui publie la photo maintenant? Comment ont-ils obtenu la photo?

Date: Quand la photo a-t-elle été prise?

Lieu: Où la photo a-t-elle été prise? Regardez-la attentivement et voyez si elle ressemble au lieu qu'elle prétend être. Par exemple, les rues et les maisons ressemblent-elles à ce qu'elles devraient? De quel côté de la rue circulent les voitures? Cherchez des indices pour voir si la photo correspond à ce qu'elle prétend montrer.

Motivation: Pourquoi la personne publie cette photo? Quelle est sa motivation?

Vérification : les cinq piliers de la vérification visuelle

THÉORIES ET PRINCIPES CLÉS :
RÉCAPITULATIF DE L'ATELIER

Provenance

D'où provient le contenu ? Quel parcours a-t-il fait depuis lors ?

Source

Qui vous l'a envoyé ?
Qui le leur a envoyé ?
Où l'ont-ils trouvé ?
Son parcours vous en dira long sur ce contenu

Date

Quand ce contenu a-t-il été créé ?

Localisation

Où le contenu ou le compte a-t-il été créé ?

Mobile

Pourquoi ce compte aurait-il été créé ?
Quelles sont les motivations des créateurs pour produire ce contenu ?

GUIDE DE VÉRIFICATION VISUELLE : PHOTOS

	NON				OUI
REGARDEZ-VOUS LA VERSION ORIGINALE?	Une recherche d'images inversée permet de retrouver des photos identiques indexées en ligne avant que l'évènement en question n'ait eu lieu.	Une recherche d'image inversée renvoie des résultats similaires avec des caractéristiques identiques, suggérant qu'il pourrait s'agir d'une composite	Une recherche de date sur chaque réseau social révèle qu'il s'agit de la première de nombreuses versions partagées en ligne mais nous n'avons pas encore reçu de confirmation de la part l'expéditeur	Nous n'avons pas pu trouver d'autres versions en ligne et les contrôles élémentaires des ombres et des reflets suggèrent qu'elle n'a pas été manipulée.	Elle nous a été envoyée directement et nous avons parlé à la source.
SAVEZ-VOUS QUI A PRIS LA PHOTO?	Elle est arrivée par un e-mail anonyme ou un numéro d'application de chat	Elle a été téléchargée sur un réseau social mais le nom d'utilisateur n'apparaît pas ailleurs en ligne. L'expéditeur veut rester anonyme.	En effectuant des recherches sur le nom complet, une recherche inversée de la photo de profil de l'utilisateur, et/ou en recherchant le domaine de son blog ou de son site web, nous avons été en mesure d'identifier le téléchargeur	Nous avons communiqué avec le téléchargeur via les médias sociaux pour confirmer qu'il avait pris la photo	Nous avons interrogé la source et leurs réponses ont été corrélées avec les données EXIF, les rapports météo et leur propre empreinte en ligne
SAVEZ-VOUS OÙ LA PHOTO A ÉTÉ PRISE?	Elle n'y avait pas de données de localisation disponibles et il ne contient aucun indice visuel pour enquêter	Nous avons croisé les références avec d'autres photos provenant de la scène mais il n'y a pas de satellite ou d'images de la rue d'imagerie disponible pour confirmer l'emplacement	Nous avons utilisé des indices visuels tels que la signalisation, l'architecture et les vêtements pour établir une large région géographique	Nous avons recoupé le paysage et les points de repère à l'aide d'outils de cartographie et avons confirmé les coordonnées lat/long.	La source a pu confirmer d'autres points de repère dans son champ de vision, qui correspondaient à ceux figurant sur les cartes en ligne.
SAVEZ-VOUS QUAND LA PHOTO A ÉTÉ CAPTURÉE	Elle nous a été envoyée anonymement et il n'y a pas de données EXIF disponibles	Nous avons vérifié l'horodatage sur le réseau social pour voir quand elle a été partagée en ligne pour la première fois, mais nous n'avons pas de données EXIF confirmant le moment où elle a été prise	L'horodatage social montre qu'elle a été téléchargée peu de temps après l'évènement s'est produit et elle présente des preuves visuelles qui correspondent à d'autres rapports de témoins oculaires	Nous avons confirmé que les conditions et les ombres visibles dans l'image correspondent avec l'heure, la date et le lieu donnés par la source	Elle contient des données EXIF qui, combinées à d'autres vérifications, confirme la date de la prise de vue
SAVEZ-VOUS POURQUOI LA PHOTO A ÉTÉ PRISE?	Nous ne savons pas qui a pris la photo, donc nous ne pouvons pas établir ce que leurs motivations ont pu être	Le compte dans les médias sociaux a été créé très récemment et/ou les recherches en ligne révèlent que le dit compte publie rarement. Il y a donc peu de preuves confirmant les mouvements ou motivations du détenteur du compte.	Des recherches en ligne plus larges sur le nom réel du compte suspecté révèlent qu'il est lié à une organisation militante ou de défense des droits, mais il n'y a pas d'informations supplémentaires pour connaître ses motivations dans ce cas.	Les recherches sur l'activité du dit compte dans les médias sociaux avant l'évènement confirment les raisons pouvant justifier la prise de photo. c'est-à-dire qu'il peut être un vacancier ou un travaillant dans la région.	Le photographe a confirmé les circonstances entourant la photo

Voici un guide de questions plus détaillé qui peut vous aider à évaluer le risque d'être induit en erreur par une image. Il passe du rouge (danger) au bleu (digne de confiance).

Un autre bon moyen pour vérifier les images est d'utiliser [la recherche d'images](#) de Google Chrome. Tout comme vous pouvez utiliser Google pour vérifier des faits et des noms, vous pouvez également l'utiliser pour voir si une image a déjà été publiée en ligne. Comment procéder? Cliquez avec le bouton droit de la souris sur n'importe quelle image, cliquez sur "Rechercher l'image dans Google" et vérifiez si l'image a déjà été publiée en ligne.

▶ QUESTIONS À CONSIDÉRER ◀

- Lorsque vous apercevez une photo publiée en ligne, votre première réaction est-elle de vous demander si elle est réelle ou manipulée?
- Quel pilier de vérification ci-dessus vous semble le plus logique? Lequel semble le plus compliqué?

- **Quels sont les signaux d'alarme qui vous indiquent qu'une photo peut être fautive ou sortie de son contexte?**

Africa fact-checking fellowship #AFFCameroun

Le Africa fact-checking fellowship (**#AFFCameroun**) est une initiative de **#defyhatenow**, en partenariat avec Data Cameroon, visant à promouvoir le fact-checking, le journalisme de données et les droits numériques auprès des journalistes, blogueurs et créateurs de contenu en ligne. Le programme trimestriel vise à fournir aux boursiers les ensembles de compétences et les outils nécessaires pour s'attaquer aux défis actuels de la désinformation, de la mésinformation et de la mal-information dans les pays où ils vivent et travaillent.

Le **#AFFCameroun** utilise un modèle d'apprentissage mixte qui fait appel à des webinaires, des leçons pratiques, l'apprentissage par les pairs et des missions pratiques sur le terrain. Les boursiers qui ont participé au programme de formation sont souvent des créateurs de contenu en ligne, des journalistes

des médias et des experts en communication. Le **#AFFCameroun** propose également des ateliers de vérification des faits, au cours desquels vous pouvez aiguiser vos compétences en la matière. Vous trouverez de plus amples informations en ligne.

La conduite en ligne

La prochaine étape consiste uniquement à créer du contenu qui favorise la paix et qui soit précis et équitable. Sachez que, dans la plupart des cas, ce que vous écrivez, faites suivre et consultez en ligne est de l'information publique et partagée avec tout le monde. On ne fait généralement pas de distinction entre les opinions "privées" et "professionnelles". Les énoncés, les étiquettes ou d'autres mesures, y compris les commentaires et "J'aime" sur Facebook, peuvent être interprétés comme un reflet direct de votre opinion, peu importe le contexte. D'où l'importance de **#ThinkB4UClick #RéfléchissezAvantDeCliquer**.

Vous trouverez ci-dessous un code de conduite qui propose des directives sur la façon de s'engager de manière responsable dans les médias sociaux, tant sur le plan personnel que professionnel.

Le code de conduite des médias sociaux

FAIRE PREUVE DE TRANSPARENCE

Lorsque vous publiez un message, vous devez indiquer si vous le faites à titre individuel ou au nom d'une organisation. La personne qui voit votre message doit savoir pourquoi vous publiez le contenu que vous partagez.

FAIRE PREUVE DE CLARTÉ

Publiez des messages exacts et prenez la responsabilité du contenu que vous publiez, que les gens réagissent positivement ou moins positivement.

VÉRIFIER VOS FAITS

Avant de publier, rassurez-vous toujours que vos faits sont corrects. Si vous republiez des informations provenant d'autres personnes, vérifiez vos sources. Si vous ne pouvez pas être sûr à 100% que ce que vous partagez est exact, ne le publiez pas.

FAIRE PREUVE D'EQUITE ET DE RESPECT

Ne publiez jamais de contenu malveillant, trompeur ou injuste. Ne publiez pas de contenu obscène, diffamatoire, menaçant ou discriminatoire. Ne

Apprendre à repérer la désinformation et la désinformation en ligne vous aide à être un utilisateur responsable des médias sociaux, car cela vous empêche de vous engager ou de partager des informations erronées.

publiez pas de commentaires que vous ne diriez pas ouvertement à une autre personne. Pensez toujours à la façon dont les autres personnes pourraient réagir avant de publier.

ÊTRE POLIS

Restez polis dans le ton et respectueux des opinions des personnes, surtout lorsque les discussions deviennent houleuses. Faites preuve de considération pour la vie privée d'autrui.

AMPLIFIER LE POSITIF

Encouragez les bonnes actions et contribuez à créer des liens, un engagement et une communauté. Encouragez le bien, œuvrez à établir l'appartenance, l'engagement et la communauté

DONNER DU CRÉDIT

Si vous publiez quelque chose qui provient de quelqu'un d'autre (comme une citation, une image ou une idée), mentionnez-le dans votre message.

► QUESTIONS À CONSIDÉRER ◀

- Pouvez-vous accepter de suivre ces directives? Le faites-vous déjà?
- Quelles sont les directives plus difficiles à suivre pour vous et pourquoi?
- Pensez-vous que la plupart des gens dans votre entourage publient plus de contenu positif ou négatif?
- Comment pourriez-vous encourager les autres à suivre ces directives?

#ThinkB4UClick

#defyhatenow a lancé la campagne **#ThinkB4UClick #RéfléchissezAvantDeCliquer** pour encourager les gens à être des utilisateurs responsables des médias sociaux, à apprendre à vérifier les informations afin d'éviter de partager une désinformation et à soutenir la paix. Vous aussi, rejoignez ce mouvement et devenez ambassadeur de la paix! Tout ce que vous avez à faire est d'accepter de suivre les directives ci-dessous.

En tant qu'ambassadeur de la paix sur les médias sociaux, je vais:

- réfléchir avant de cliquer
- vérifier toujours les informations avant de partager ou de republier quoi que ce soit
- analyser les messages que j'écris pour m'assurer que ce que je dis est exact et positif
- être responsable de mes actes.

Comment répondre aux discours haineux

La question de savoir s'il est judicieux de répondre aux messages haineux en ligne ne fait pas l'unanimité.

Le plus souvent, la meilleure option consiste simplement à amplifier le positif et utiliser votre voix pour favoriser la paix. Mais si vous ressentez le besoin de répondre, voici quelques lignes directrices proposées par le Media Diversity Training Institute sur la façon de répondre aux discours haineux.

NE SOYEZ PAS ABUSIF

Assurez-vous que vos propos et tout contenu que vous partagez ne propagent aucunement le fanatisme, les préjugés ou la haine, ou ne contiennent pas de contenus illégaux.

NE RÉPANDEZ PAS LEUR HAINE

Accorder de l'attention à des individus marginaux ayant peu d'adeptes et leur haine peut être contre-productif. Vous pourriez leur donner l'attention et la publicité dont ils ont besoin.

NE RÉPONDEZ PAS AUX ANCIENS POSTS

Répondre à d'anciens messages risque de relancer une conversation et d'avoir pour effet néfaste de propager un discours haineux à d'autres personnes qui ne l'auraient peut-être pas vu auparavant.

PENSEZ À VOS OBJECTIFS

Cherchez-vous à dialoguer avec la personne qui exprime un discours haineux? Pourquoi? Cherchez-vous à atténuer les conséquences d'un message de haine sur un public plus large? Cherchez-vous à exprimer votre soutien à un groupe ou à une identité attaquée? En pensant à vos objectifs, vous pourriez orienter votre réponse et le langage que vous utilisez.

ESSAYEZ D'OBTENIR DES SOUTIENS INFLUENTS

Ajoutez leurs noms d'utilisateur aux publications. Les célébrités, les politiciens, les responsables de la société civile et les experts en la matière peuvent contribuer à attirer l'attention ou à donner du poids à votre contre-récit.

NE NOURRISEZ PAS LES TROLLS

Certaines personnes sont ouvertes à la discussion. Mais la plupart des personnes qui publient des messages de haine ne cherchent pas à s'engager; elles veulent juste inciter à la colère. On appelle ce genre de personnes des trolls. N'interagissez pas avec elles car elles sont motivées par l'engagement.

CREEZ UNE BANQUE DE DONNÉES

Développez une banque de ressources de contre-arguments, de statistiques, d'informations, de sources et de liens pour soutenir votre contre-récit. La connaissance du sujet est importante et ceux qui se livrent à des discours haineux peuvent être armés de nombreuses sources d'informations trompeuses qu'ils utiliseront. Contrez-les avec des preuves crédibles provenant d'une source indépendante et réputée qui ne peut être accusée d'être partielle.

Ressources supplémentaires

First Draft est une source fiable et propose de nombreuses ressources et vidéos intéressantes qui expliquent plus en détail comment vérifier les informations en ligne.

<https://firstdraftnews.org/long-form-article/verifying-online-information/>

Ils ont également de nombreuses autres ressources et vidéos pédagogiques intéressantes, ainsi que des vidéos de formation ici. <https://firstdraftnews.org/long-form-article/first-drafts-essential-guide-to/>

Pour vérifier les informations trouvées en ligne, effectuer une recherche sur Google est une bonne idée. www.google.com

AfricaCheck est aussi un site qui vous aidera à faire le tri entre les faits et la fiction. www.AfricaChec.org

La Ligue des femmes électrices des États-Unis propose un guide sur la désinformation. <https://www.lwv.org/blog/your-guide-mis-and-disinformation>

Safe Sisters est un site Web qui donne des conseils et des outils pour interagir en toute sécurité avec le monde numérique, notamment en vous apprenant à créer des mots de passe forts. <https://safesisters.net/>