



COMMENT LUTTER CONTRE L'INFODÉMIE ?

DOSSIER #6 : LE VIRUS DU FAUX

MARS 2021

Dossier dirigé par François-Bernard Huyghe, directeur de recherche à l'IRIS.

COMMENT LUTTER CONTRE L'INFODÉMIE ?

Par François-Bernard Huyghe, directeur de recherche à l'IRIS

Dans les précédents dossiers de l'Observatoire, nous avons rencontré trois phénomènes développés à une échelle inédite avec la pandémie :

- fake news ou *infox* au sens strict : contenus, texte ou images truquées,
- désinformation (attribuée à des puissances géopolitiques ou à des groupes organisés) introduisant dans le débat des éléments perturbateurs, des contradictions, de fausses accusations, des thèses douteuses, etc.
- théories dites complotistes qui postulent a) que la « parole officielle » des autorités et des médias nous trompe délibérément, et b) qu'il existe une explication cachée aux malheurs du temps, Covid en tête, et qu'elle implique l'action secrète d'un groupe d'hommes puissants, nullement le hasard.

Bien entendu, les trois se mêlent au quotidien et rencontrent des prédispositions de l'opinion, scepticisme envers les gouvernants et la science, méfiance envers les médias classiques, etc. Cette crise de la vérité - ou de l'autorité et de la vérification - est souvent décrite comme une menace pour nos démocraties. Et appelle immédiatement un : que faire ?

Faire la chasse au faux ? Certes. Personne ne souhaite que les photos truquées ou les légendes dangereuses pour la santé ne prolifèrent, notamment en ligne. Mais comment ? Trois types de solution viennent spontanément à l'esprit.

Les premières ressortent à l'interdit au sens large : empêcher lesdits messages d'arriver au cerveau des citoyens. Le schéma valable au temps des médias classiques - ou bien censure a priori (il faut demander une autorisation) ou bien censure a posteriori (punir ceux qui ont publié des messages répréhensibles) - fonctionne mal au temps des réseaux sociaux et de la circulation instantanée. Certes, la législation peut tenter de faire disparaître les contenus ou les sources (faux comptes, sites se présentant de façon trompeuse) ; du reste, la loi de 1881 prévoyait déjà de punir la production de pièces fabriquées, falsifiées, voire mensongères et basées sur la mauvaise foi, dans le but de perturber gravement l'ordre public.

Premier risque de cette méthode : faire de l'État le garant du vrai (ou le dénonciateur du faux) c'est lui conférer un contrôle inquiétant. Les autorités ou les élites peuvent vouloir expliquer l'opposition par l'intoxication, et la critique par les fausses nouvelles que croiraient de braves gens (qui autrement, bien entendu, ne songeraient pas à mal). Réduire le débat à la lutte des lucides et des intoxiqués ou conférer à une autorité, fût-elle judiciaire, le pouvoir de dire ce qui est réel implique des risques démocratiques. Dans son article, Charles Thibout analyse la « voie sinueuse » de la régulation européenne entre liberté et censure.

Mais quand bien même ce problème serait résolu de façon transparente, reste l'obstacle de la technique. Qui peut retirer un compte ou un contenu (ou le faire disparaître des moteurs de recherches, ou l'étiqueter comme trompeur) ?

Les opérateurs techniques, les grands du Net ! Le législateur ne peut que leur demander de faire disparaître plus vite ce qu'ils auraient souvent songé spontanément à supprimer. Et ce grâce à leurs algorithmes ou via leurs modérateurs - ne serait-ce que pour ne pas être accusés de mettre la santé publique en danger ou de permettre le trucage des élections. Voulons-nous transférer aux GAFAM le pouvoir de dire ce qui est réel et ce qui est illicite ? Mais surtout qui peut les en empêcher ? Dans le texte de Cécile Guérin, on verra comment les plateformes ont réagi au risque de devenir l'écosystème des fausses nouvelles et des délires.

Gérard Grizbec, lui, nous parle du rôle des journalistes comme vérificateurs professionnels. Une autre solution consiste, en effet, à signaler le faux comme tel et donc simplement à le dénoncer publiquement. C'est le principe du *fact-checking* pratiqué par les grands médias (la plupart ne seraient-ce que pour marquer leur différence avec les contenus en ligne, se sont dotés de services de vérification). Si cette démarche se borne aux seuls faits - à l'administration de la preuve, au retour aux sources primaires, à l'enquête, à la confrontation des versions, etc. - et ne devient pas prétexte à disqualifier certaines opinions comme délires ou désinformations, rien à redire. Mais même dans ce cas, la vérification est confrontée à l'ampleur de l'effort (loi dite de Brandolini « La quantité d'énergie nécessaire pour réfuter des idioties est très supérieure à celle nécessaire pour les produire »), d'autre part, la difficulté d'atteindre les publics concernés (qui peuvent même voir dans la dénonciation par les médias « *mainstream* » une preuve supplémentaire que les puissants leur mentent).

Un dernier type de solution a été énoncé environ quatre siècles avant notre ère : éduquer chacun à la pensée critique, apprendre à discerner le vrai du faux, le logique de l'illogique, le prouvé du douteux, et les sophismes ou les paralogismes du raisonnement correct. Former le citoyen à juger du certain et du vraisemblable est un vieil idéal. Lui donner les moyens de son autonomie et le protéger des errements de l'opinion seraient une seule et même chose. C'est certainement un noble objectif, mais qui demande un immense effort de refondation et qui touche aux fondements mêmes de nos démocraties. Nous n'avons décidément pas fini de tirer les leçons de l'infodémie.

LIBERTÉ D'EXPRESSION ET CENSURE PUBLIQUE-PRIVÉE : LA VOIE SINUEUSE DE LA RÉGULATION EUROPÉENNE

Par Charles Thibout

Chercheur associé à l'IRIS

Senior Researcher à la Joint European Disruptive Initiative

La lutte contre la désinformation est-elle affaire de normes ? C'est en tout cas la direction empruntée par la Commission européenne, avec le Digital Services Act (DSA), et la France, à travers le projet de loi « confortant le respect des principes républicains ».

Par-delà les circonlocutions d'usage – et légalement nécessaires, impartialité oblige –, ces deux textes visent précisément les grandes plateformes de médias sociaux états-uniennes : Facebook et Instagram, YouTube (Google), Twitter et Snapchat, principalement – et la plateforme chinoise TikTok dans une moindre mesure. Les autorités politiques leur reprochent d'être les vecteurs de *fake news*, les relais d'opérations de subversion à des fins géopolitiques, et de contribuer à l'efflorescence des théories complotistes, principalement parce que ce type de contenus, à la propagation fulgurante, est une source substantielle de revenus publicitaires. Le fait est que ces plateformes ne sont pas soumises (pour lors) au même contrôle que les médias traditionnels, censés montrer patte blanche à une agence de régulation – en France, le Conseil supérieur de l'audiovisuel. Ce diagnostic a directement présidé à la confection du projet de règlement européen DSA, présenté par les commissaires Breton et Vestager en décembre 2020.

Pourtant, Internet n'est pas le « *Far West* » tant décrié. Depuis 2000, la directive e-commerce pose les principes cardinaux de la régulation des contenus sur ces plateformes qui, en qualité d'hébergeur, sont tenues de retirer les contenus dès qu'ils leur sont notifiés et que leur illicéité est manifeste ; autrement, elles engagent leur responsabilité. Cette simple procédure semble toutefois peu satisfaire les juristes européens. Entre alors en lice le DSA. La principale innovation tient à son application géographique : elle ne dépend pas du lieu d'établissement principal de l'entreprise gérant la plateforme, c'est le « pays de destination » qui s'impose, que la firme soit basée aux États-Unis, en Chine ou partout ailleurs. L'intérêt d'une telle disposition est de limiter la pratique dite du « *forum shopping* », qui consiste à établir son centre d'opérations légal dans un pays dont les juridictions et la législation concordent le plus avec ses intérêts. Le DSA promet d'y mettre un terme.

Si le projet de règlement entend s'appliquer à l'ensemble de l'Union européenne, sa mise en œuvre pourra être adaptée localement par les États membres. En témoigne la définition de « contenu illicite », proposée par la Commission (DSA art. 2), qui comprend « *toute information qui, en soi ou de par sa référence à une activité [...], n'est pas conforme au droit de l'Union ou au droit d'un État membre* ». Autrement dit, les contenus soumis à la censure d'État seront à géographie variable.

Les politiques de surveillance étatique ne devraient pas non plus pâtir outre mesure du nouveau règlement. Bien que l'article 7 interdise que des « *obligations générales de surveillance* » des contenus soient imposées aux « *fournisseurs de services intermédiaires* » (au premier rang desquels les plateformes) par les autorités, le texte ouvre la voie à quantité d'interprétations par les juridictions nationales et partant, à la mise en place de dispositifs de surveillance et de contrôle des contenus d'échelles variables. C'est donc avec circonspection

qu'il conviendra d'observer l'effort de « protection contre l'ingérence de l'État dans la liberté d'expression et d'information des citoyens » qu'affiche la Commission européenne.

Alors que le DSA aborde à peine le parcours législatif européen, le gouvernement français a décidé de prendre les devants et d'anticiper son application par le biais du projet de loi « confortant le respect des principes de la République », l'ex-projet de loi « contre le séparatisme ». Ce texte comprend, en effet, un volet numérique qui s'apparente à une transcription anticipée du règlement DSA, au demeurant superflue, puisqu'un règlement est directement applicable contrairement à une directive, et inopportune, car la base juridique du DSA n'est pas encore consolidée. Manifestement, il s'agit d'une manière de résurrection forcée de la proposition de loi « contre la haine en ligne », portée par la députée Laëtitia Avia et largement retoquée par le Conseil constitutionnel en 2020, en raison de ses multiples atteintes « à l'exercice de la liberté d'expression et de communication ».

Parmi les nouvelles dispositions introduites par le projet de loi « séparatisme », l'article 18 reprend et élargit considérablement le périmètre d'action prévu par l'article 24 du projet de loi « sécurité globale », en punissant de trois ans d'emprisonnement et de 45 000 euros d'amende *« le fait de révéler, de diffuser ou de transmettre [...] des informations relatives à [...] une personne permettant de l'identifier ou de la localiser aux fins de l'exposer, elle ou les membres de sa famille, à un risque direct d'atteinte à la personne ou aux biens »* (cinq ans d'emprisonnement et 75 000 euros d'amende si la victime est *« dépositaire de l'autorité publique, chargée d'une mission de service public ou titulaire d'un mandat électif public »*). Cet article est fortement contesté, en raison des menaces qu'il fait peser sur la liberté d'expression et d'information.

Les grandes plateformes ne sont pas déchargées, pour autant, de toute responsabilité, puisque leurs diligences dans la suppression des contenus illicites notifiés, voire la suppression de comptes, seront contrôlées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). Le CSA verra ainsi ses prérogatives élargies à Internet, ce qu'il souhaite en réalité depuis les années 1990. Désormais, si les plateformes ne se conforment pas aux mises en demeure de l'agence de régulation, le CSA pourra leur infliger une amende de *« 20 millions d'euros ou 6 % du chiffre d'affaires annuel mondial total de l'exercice précédent, le montant le plus élevé étant retenu »* (art. 19 bis, art. 42 du DSA).

Cela résout-il, pour autant, le problème de la « haine en ligne », ce monstre normatif d'importation américaine dont la traduction dans l'ordre juridique étatique français pose tant de difficultés ? L'une des avancées majeures introduites par le DSA et le projet de loi séparatisme, par rapport à la PPL Avia, tient à la suppression de toute précision quant aux délais impartis aux plateformes pour supprimer les contenus *« manifestement illicites »* et les comptes des utilisateurs qui les véhiculent (DSA, art. 14). En effet, le nombre de signalements effectués auprès des plateformes est trop élevé pour être traité en 24 heures, *a fortiori* en

une heure, comme le préconisait la PPL Avia. Le manque de temps et la crainte des sanctions aboutiraient inéluctablement à ce que les plateformes censurent *a priori* les contenus signalés comme illicites.

En dépit de l'assouplissement de la procédure de retrait, les « garanties » apportées au respect de la liberté d'expression par la Commission européenne et la France sont-elles suffisantes ? Les projets législatifs reviennent, malgré tout, à octroyer un pouvoir censorial à des entreprises privées, de surcroît extraeuropéennes, quand il s'agit d'une prérogative traditionnellement dévolue à l'autorité judiciaire, « *gardienne de la liberté individuelle* », selon les termes de l'article 66 de la Constitution de la V^e République. D'autant qu'il est demandé à ces acteurs d'interpréter des règles de droit édictées par le législateur pour établir le caractère « *manifestement* » illicite des contenus signalés, ce qui est la fonction d'un juge.

L'approche régulatoire empruntée par l'Union européenne pourrait nourrir *in fine* le processus de privatisation et de dénationalisation de la justice et son corollaire, le pouvoir de censure, tandis que les garde-fous destinés à protéger la liberté d'expression paraissent s'évanouir devant la raison d'État. Tout en fustigeant leur hégémonie, le législateur européen risque donc de concourir au transfert de prérogatives régaliennes à des entreprises privées et étrangères. Ce choix pourrait étonner s'il ne reposait, précisément, sur l'instrument de prédilection des autorités politiques européennes en matière d'action publique : la régulation. Soit l'encadrement par des instruments normatifs plus ou moins contraignants d'un marché considéré comme défaillant. Réguler l'espace informationnel équivaut à le considérer comme un marché et à légitimer ses lois particulières. Par conséquent, rien de plus naturel que d'en confier les outils de réparation et de gestion à ceux qui en fixent les règles, au risque du paradoxe. ■

QUAND LES GRANDS DU NET SE MOBILISENT CONTRE L'INFODÉMIE

Par Cécile Guerin

Chercheuse à l'Institute for Strategic Dialogue (ISD) à Londres

La pandémie de COVID-19 offre une opportunité aux plateformes de réseaux sociaux de revoir leur stratégie de gestion de crise et d'aller au-delà d'une réponse réactive à la désinformation, basée sur la suppression de contenus isolés.

Pendant les cent premiers jours de la pandémie, nous avons assisté à une mobilisation accrue des grandes entreprises de réseaux sociaux pour répondre à « l'infodémie » identifiée par l'Organisation mondiale de la Santé (OMS). Cette activité a marqué un revirement notable par rapport aux politiques passées des plateformes. Pendant les années pré-COVID, celles-ci ont largement refusé de se poser en « censeurs » et arbitres de la vérité, laissant ainsi des réseaux conspirationnistes et de désinformation, notamment anti-vaccins, se développer.¹ La pandémie semble avoir changé la donne : les plateformes, auparavant anti-interventionnistes, ont mis en avant leurs efforts affichés pour lutter contre les « fake news ».

Parmi les mesures prises par Facebook, Twitter ou encore YouTube au début de la pandémie : la mise en place de partenariats avec des initiatives de *fact-checking* (dont Poynter IFCN), la labellisation et suppression à grande échelle de contenus signalés par des experts, la diffusion de messages officiels provenant de l'OMS ou encore l'interdiction de publicités visant à mettre à profit la pandémie. Facebook a créé son 'Centre d'Information COVID-19' doté d'informations médicales officielles² - une initiative répliquée sous divers formats par d'autres plateformes. Fin 2020, la lutte contre la désinformation s'est concentrée sur les contenus anti-vaccins : en octobre, Facebook a interdit les publicités anti-vaccins³ tandis que Twitter a modifié ses règles de communautés pour élargir la notion de contenus 'néfastes' à un panel plus large de propos anti-vaccins.

Toutes ces mesures n'ont pas réussi à enrayer la prolifération de désinformation et théories du complot en ligne. Selon une étude de l'Oxford Internet Institute (OII), plus de 85% de la désinformation sur le COVID-19 trouve son origine sur les réseaux sociaux.⁴ Une enquête de l'Institute for Strategic Dialogue (ISD) pour la BBC a montré qu'en l'espace de quelques mois, des pages connues pour leur partage régulier de théories du complot ont suscité plus de 80 millions d'interactions en ligne (à titre comparatif les sites de l'OMS et du *Center for Disease Control* aux États-Unis ont reçu environ 12 millions d'interactions prises ensemble⁵), reflet de la capacité des « fake news » à atteindre des audiences plus larges que les institutions officielles.

Des contenus conspirationnistes demeurent sur les plateformes plusieurs semaines après leur signalement,⁶ tandis que les acteurs propageant de la désinformation contournent les efforts de modération des

¹ [Les activistes antivaccin utilisent les réseaux sociaux pour propager leurs idées \(lemonde.fr\)](#)

² [\(20+\) COVID-19 Info Center | Facebook | Facebook](#)

³ [Facebook interdit la publicité anti-vaccin | Les Echos](#)

⁴ [Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation | Reuters Institute for the Study of Journalism \(ox.ac.uk\)](#)

⁵ [BBC iPlayer - Click - A Changing World](#)

⁶ [20200515-ISDG-100-days-Briefing-V5.pdf \(isdglobal.org\)](#)

plateformes. Ainsi, la politique récente de suppression des « fake news » anti-vaccins par Facebook qui s’est attaquée aux « influenceurs » est-elle passée à côté à côté d’influenceurs à l’audience plus restreinte et qui continuent d’être actifs⁷ Les propagateurs de désinformation adaptent également leur langage pour éviter les mécanismes de détection des plateformes. Enfin, comme l’a démontré une récente enquête du *Bureau of Investigative Journalism*, Facebook continue d’abriter des publicités interdites par les règles de la plateforme et permet à des auteurs de désinformation d’utiliser des fonctionnalités de levée de fonds.⁸

Si les réponses des plateformes se sont avérées largement insuffisantes, c’est qu’elles sont appliquées de manière isolée, chaque plateforme agissant en solo face à l’écosystème de la désinformation. La gestion de l’infodémie s’appuie également sur une approche court-termiste de suppression de contenus, et ignore les acteurs propageant la désinformation et les modes de diffusion de celle-ci. Enfin, les entreprises de réseaux sociaux ont vu leurs équipes de modération impactées par la crise sanitaire et font un usage accru de l’intelligence artificielle (IA) pour leur modération.

Une fois la pandémie sous contrôle, la crise de l’information continuera en l’absence d’une réponse multisectorielle ambitieuse, coordonnée et internationale. En attendant cette législation, des mesures peuvent être prises pour enrayer la désinformation. La COVID-19 peut informer la stratégie de gestion de crise à long terme des entreprises du web. À cet égard, d’autres crises offrent des enseignements précieux sur la meilleure façon de répondre à la crise présente et aux défis futurs. En témoigne notamment l’exemple de la gestion du risque terroriste par les plateformes.

En 2012, les Nations Unies ont alerté les entreprises du web de l’usage croissant de leurs plateformes par les acteurs terroristes.⁹ À la suite de la vague d’attentats commandités par Daesh en 2015, et celle inspirée par des idéologies d’extrême droite en 2019-2020, les appels se sont multipliés à une coopération accrue entre plateformes et services de sécurité, ainsi qu’à une réponse multisectorielle. La naissance du *Global Internet Forum to Counter Terrorism* (GIFCT),¹⁰ une coalition composée d’entreprises du web, de gouvernements et d’organismes de recherche après les attentats de Christchurch, a permis de créer une plateforme de détection et de réponse coordonnée aux attentats terroristes et à leur exploitation en ligne. Un modèle de coalition alliant grandes plateformes, plateformes plus récentes ou émergentes (Snapchat, TikTok, etc.), gouvernements et chercheurs, peut servir d’inspiration à un effort international concerté pour lutter contre l’infodémie.

Au-delà de la question de la suppression des contenus et de la nécessité pour les plateformes de mieux mettre en œuvre leurs propres règles de la communauté, une stratégie efficace doit prendre en compte les acteurs et stratégies de diffusion de la désinformation et mettre en place des mécanismes qui freinent la

⁷ [Antivax microinfluencers are Facebook’s next big problem | WIRED UK](#)

⁸ [Facebook ‘still making money from anti-vax sites’ | Facebook | The Guardian](#)

⁹ [The use of the Internet for terrorist purposes \(unodc.org\)](#)

¹⁰ [GIFCT | Global Internet Forum to Counter Terrorism](#)

propagation de contenus viraux. Ce type d'approche est particulièrement utile face à la diffusion rapide de contenus – comme l'a illustré le cas du documentaire *Hold-Up* en France, qui a reçu plusieurs millions de vues en ligne en l'espace de quelques jours.¹¹

Enfin, en sus d'une réponse purement réactive, les entreprises technologiques peuvent jouer un rôle proactif dans la lutte contre la désinformation en travaillant avec les influenceurs actifs sur leurs plateformes pour diffuser des informations crédibles auprès des internautes. Si des recherches ont montré que les messages gouvernementaux ont parfois du mal à trouver un écho auprès de la population¹² notamment sur fond de défiance envers les élites politiques, des figures influentes auprès de différentes communautés en ligne peuvent jouer le rôle de messenger crédible pour le *fact-checking*. ■

¹¹ [Le documentaire "Hold-Up" a été vu \(au moins\) plus de deux millions et demi de fois sur Internet \(franceinter.fr\)](http://franceinter.fr)

¹² [A Failure to Communicate - Public Health Messaging and the Pandemic \(gsu.edu\)](http://gsu.edu)

LE FACT-CHECKING DES JOURNALISTES

Par Gérard Grizbec

Chercheur associé à l'IRIS

La pandémie a fait exploser le nombre de fake news. Jamais un tel nombre de fausses nouvelles n'étaient apparues sur les réseaux sociaux. Depuis un an, les rédactions ont renforcé les équipes de journalistes dédiés au fact-checking.

DE QUOI S'AGIT-IL ?

Le mot anglais *fact-checking* peut se traduire par la vérification des faits. Ce terme est apparu aux États-Unis dans les années 90. Il s'agit donc d'un journalisme de vérification. À l'origine, ce besoin ne se faisait qu'en interne. En effet, au siège du média, on vérifiait l'information donnée par le reporter sur le terrain. C'est ce que l'on appelle recouper ses sources. Puis l'habitude a été prise de vérifier les discours des personnalités politiques, surtout en période électorale où les arguments se fondent parfois sur des chiffres fantaisistes. Ainsi, le fact-checking joue un rôle essentiel dans la vie politique française depuis une vingtaine d'années, surtout depuis les élections présidentielles de 2012.

Grâce à Internet, des sites spécialisés dans l'analyse du travail des médias se sont vite imposés : « Arrêt sur images » fut un des premiers (1995). HoaxBuster est une plate-forme collaborative qui existe depuis l'an 2000. Hoax est un anglicisme informatique qui signifie bobard, rumeur, canular, intox que l'on retrouve sur Internet. Puis les médias eux-mêmes ont décidé de vérifier l'information fournie par les réseaux sociaux. En effet, depuis leur apparition au début des années 2000, chacun s'exprime sur les réseaux sociaux sur un pied d'égalité avec l'autre, quel que soit son statut. Trop souvent ce qui se disait au comptoir du bistro, une rumeur, un coup de gueule, est diffusé comme tel sans aucune vérification préalable. Le filtre journalistique avant diffusion n'est plus possible il se fait donc a posteriori. Aujourd'hui, en France, il existe des dizaines de sites de fact-checking. Libération a créé « désintox » dès 2008, Le Monde « les décoteurs » l'année suivante, France Info « le vrai du faux » en 2012, l'AFP « AFP factuel » en 2017. En Europe, 90 % des sites de fact-checking ont moins de 10 ans.

Très vite, la vérification s'est étendue bien au-delà du domaine politique, touchant tous les champs de la vie sociale. De plus, il a fallu vérifier au plus près de l'évènement, presque en même temps. D'où l'aide apportée par l'intelligence artificielle. Ainsi en 2013, le Washington Post a présenté un logiciel robot (truth teller) qui peut, par exemple, analyser en temps réel un discours politique et le comparer au stock de vérifications déjà effectuées par les journalistes.

COMMENT ÇA MARCHE ?

Pour savoir si une information trouvée sur les réseaux sociaux est vraie, il faut d'abord identifier l'auteur du

message. S'agit-il d'un média connu, jugé fiable ? Il vaut toujours mieux se fier aux médias reconnus même si les journalistes et les experts peuvent bien sûr se tromper ! Si le site ou l'auteur est inconnu, il faut se méfier et donc vérifier. Quelle est la source ? La date ? Souvent, une information ancienne revient automatiquement au premier plan parce qu'elle a été beaucoup partagée. Dans ce cas, l'information ne peut pas être considérée comme nouvelle. Avec le robot de l'IA, le nombre de clics remplace la hiérarchisation de l'information. Il ne faut donc pas se laisser impressionner par le nombre de partages. Tout cela est vérifiable sur Google.

Il y a le texte, mais aussi les photos et les vidéos. Et là, attention aux émotions ! La force de la fake news, c'est l'émotion, le message choc qui provoque compassion ou colère et fait perdre tout contrôle de soi, tout recul sur l'évènement. La photo n'est pas une preuve, la vidéo non plus. L'image peut toujours être retouchée. Il faut rechercher encore l'auteur et la date. Aujourd'hui, les grandes rédactions ont des sites sur lesquels ils publient textes, photos et vidéos. Leur service de fact-checking est souvent composé de jeunes journalistes très à l'aise avec les outils numériques. Pour autant, chacun d'entre nous peut faire son fact-checking. Par exemple, on peut recopier l'URL d'une image sur Google Images. L'URL est une adresse qui précise la localisation d'une ressource Internet. Sur son ordinateur, on peut aussi installer gratuitement l'extension Google Chrome : Invid extension et Riveye extension. Riveye permet d'inverser l'image et voir ainsi si elle a déjà été utilisée dans le passé puis inversée pour faire croire qu'elle est actuelle. L'outil permet aussi de vérifier si la taille de la photo a été modifiée pour être mieux maquillée. Grâce à une loupe, Invid nous aide à ausculter la photo dans le détail. On peut ainsi repérer les personnages, leur tenue, leur environnement pour pouvoir mieux observer l'image et faire des remarques de bon sens (l'habit ou la végétation correspondent-ils au lieu et à la saison du moment ? Quelle est la langue utilisée sur l'inscription dans un coin de l'image ?). Invid permet aussi d'identifier l'auteur de la photo, le nom de l'appareil utilisé, la date de la prise de vue, bref les métadonnées du cliché.

LES LIMITES DU FACT-CHECKING

Reste une difficulté et elle est de taille. Chercher à établir les faits est essentiel pour faire vivre un débat démocratique. Mais à quoi sert le fact-checking pour quelqu'un qui croit à « une vérité alternative » comme disait Kellyanne Conway, conseillère de Donald Trump en 2017 ? Comment convaincre un complotiste que la pandémie n'a pas été organisée par Bill Gates ? Que les vaccins ne contiennent pas de puces électroniques ? On l'a vu avec le documentaire « Hold-Up », dénoncé par toute la presse grand public pour son contenu complotiste. Le film a été patiemment décortiqué, fake news après fake news, et pourtant, il a été vu plus de 2 millions de fois sur Internet. Difficile de convaincre lorsque l'on s'écarte de toute rationalité, lorsque la conviction est du domaine de la foi, mais cela ne veut pas dire qu'il faut abandonner, le fact-checking est nécessaire, mais c'est un outil parmi d'autres. Enfin, ce travail de décryptage permanent a aussi permis de

faire un inventaire des sites les plus malveillants, ceux qui ont été les champions de la fake news sur la pandémie. L'entreprise NewsGuard en a retenu une dizaine : *FL24.net*, *RiposteLaique.com*, *LesMoutonsRebelles.com*, *LeCourrier-du-Soir.com*, *FranceSoir.fr*, *NS2017.wordpress.com*, *NoSignalFound.fr*, *ReseauInternational.net*, *Breizh-Info.com*, *Medias-Presses.info*. ■

COMMENT LUTTER CONTRE L'INFODÉMIE ?

DOSSIER #6 : LE VIRUS DU FAUX - Mars 2021

AVEC LES CONTRIBUTIONS DE

- > CHARLES THIBOUT
- > CÉCILE GUERIN
- > GÉRARD GRIZBEC

DOSSIER DIRIGÉ PAR FRANÇOIS-BERNARD HUYGHE, DIRECTEUR DE RECHERCHE À L'IRIS
DÉVELOPPÉ DANS LE CADRE DE L'OBSERVATOIRE (DÉS)INFORMATION ET GÉOPOLITIQUE AU
TEMPS DU COVID-19 DE L'IRIS.

INSTITUT DE RELATIONS
INTERNATIONALES ET STRATÉGIQUES
2 bis, rue Mercœur
75011 PARIS / France

+ 33 (0) 1 53 27 60 60
contact@iris-france.org

@InstitutIRIS
iris-france.org

