

# Inquiétudes, certitudes, « fake news »... démêler le vrai du faux

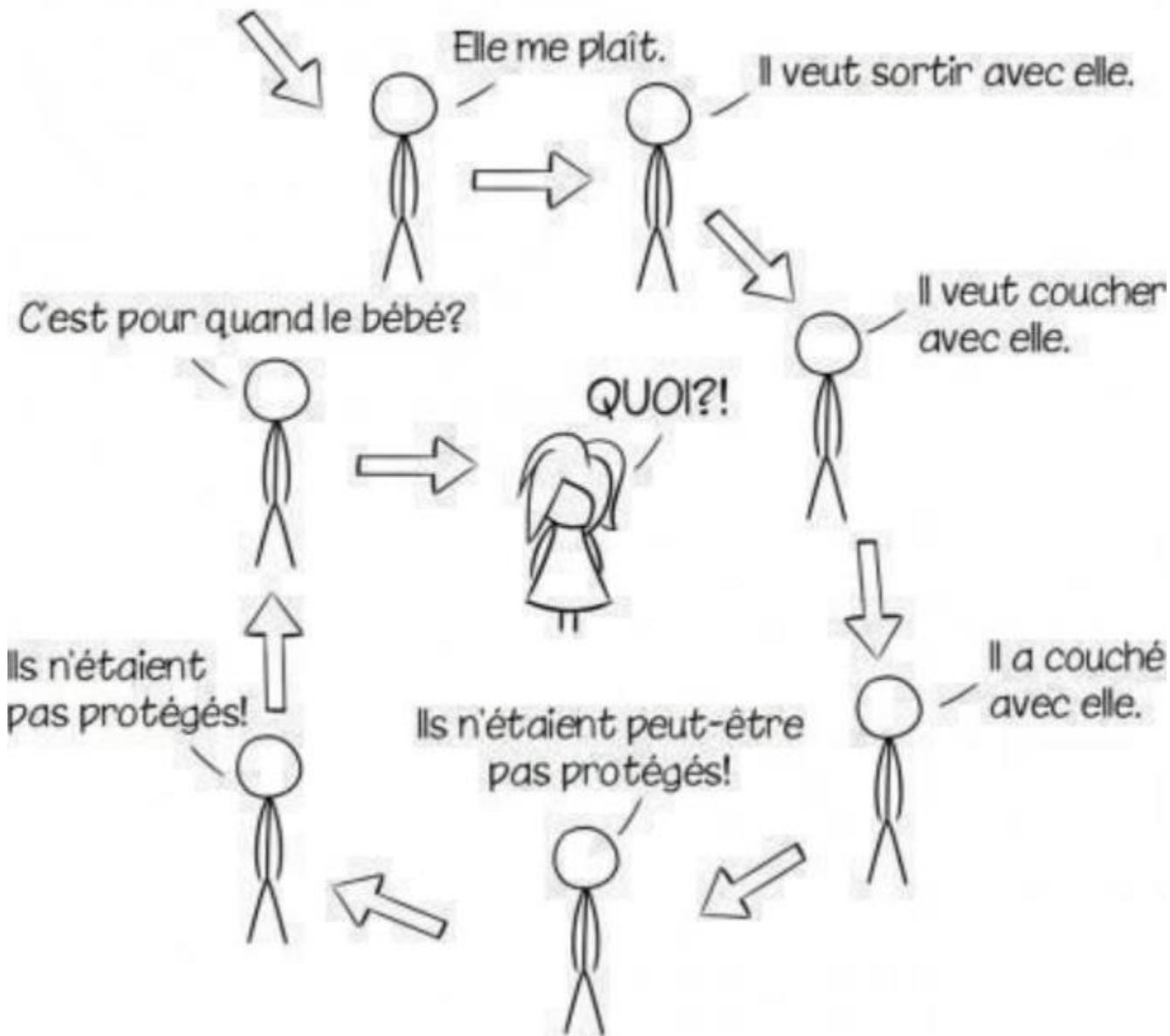
*Flavie CHATEL*  
[www.coreb.infectiologie.com](http://www.coreb.infectiologie.com)

# De quoi parle-t-on?

***Fake news = « ensemble de procédés contribuant à la désinformation du public » (JO du 04/10/2018), en particulier grâce aux relais d'internet et des réseaux sociaux. En Français : infox, fausse allégation.***

- **Accidentelle** (par erreur, pour rire, par négligence...) canular / hoax, fausse interprétation, fait non vérifié...
- **Délibérée** (pour détruire une réputation, pour promouvoir une idéologie...): propagande, manipulation...





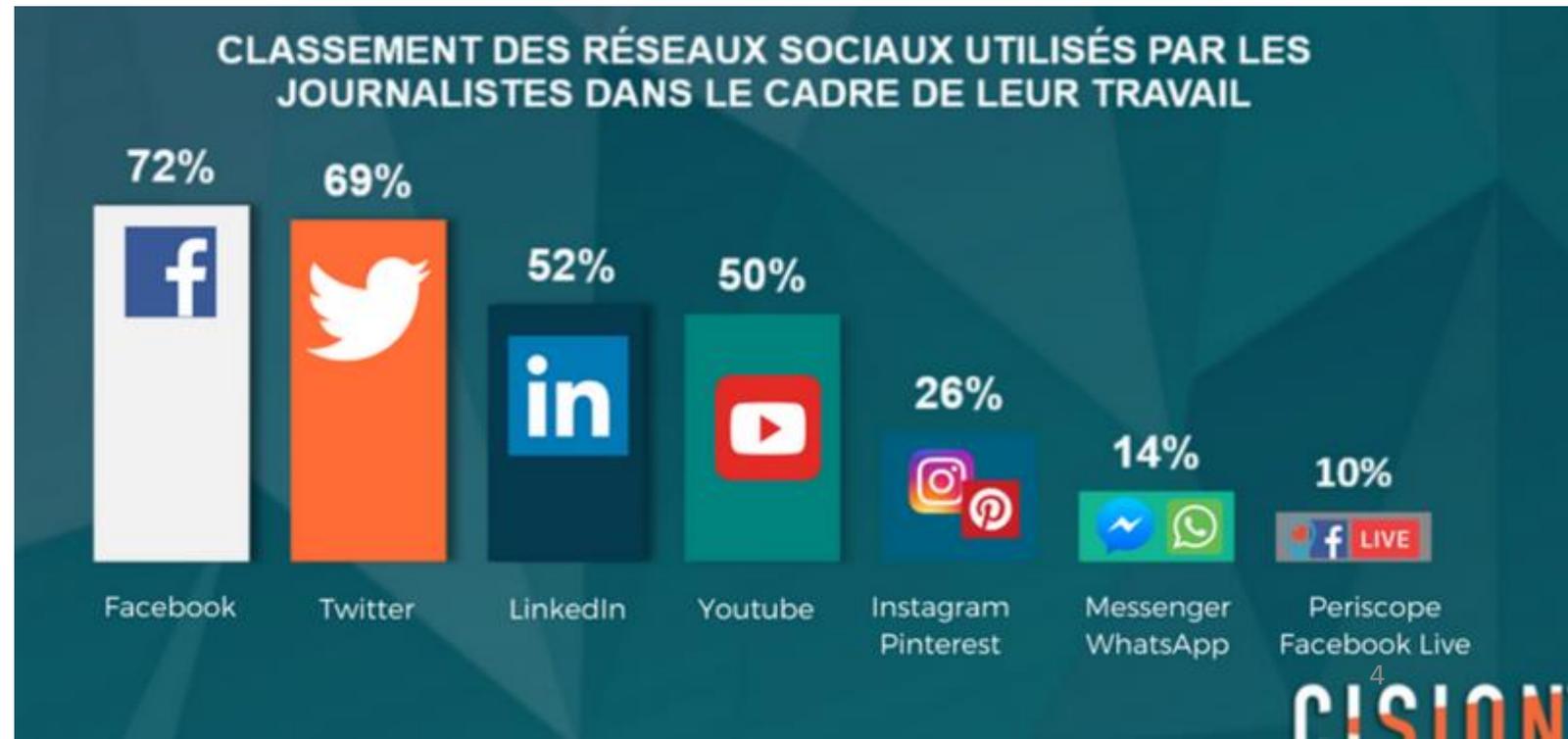
De l'info à la rumeur, un processus naturel amplifié... par la technologie



# Circulation et contrôle de l'information

## Réseaux sociaux : un changement de paradigme

- Avant et après l'imprimerie // avant et après les réseaux sociaux
  - Avant : les RS relayaient les médias – maintenant : les médias s'informent sur les RS
  - Directement de l'émetteur au récepteur : pas (?) de filtre
  - Une vitesse exponentielle : du carburant pour les crises (exemple)
  - « abonnés », « followers », « like » + dissonance cognitive = un monde qui se polarise grâce aux
- « **BULLES DE FILTRES** »
- ⇒ Les réseaux sociaux ne reflètent pas les opinions majoritaires
  - ⇒ Mais ils participent à les façonner



# Circulation et contrôle de l'information

## Le soignant, 1<sup>er</sup> prescripteur : « Dites, docteur... »



- Le patient « a vu », « entendu », « appris »
- Patient expert, consommateur, manipulé ?
- Inversion de la charge de la preuve

⇒ l'information n'est pas contrôlable

-

⇒ les patients vous en parlent

+

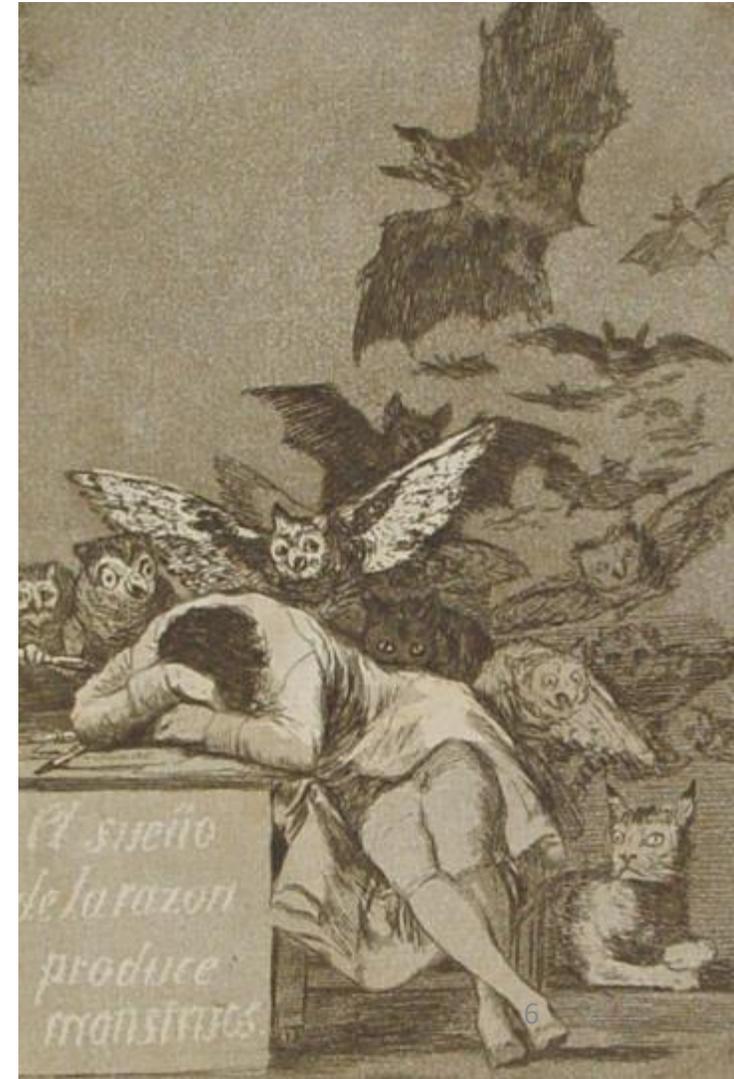
*Enquête DGS 2019 auprès de 1000 adultes en France  
=> 35% plébiscitent professionnels de santé pour l'information  
santé, 26% médias trad, 13% discussions avec proches, 14%  
recherches internet – meilleure source d'information?  
1/ médecin 2/ autre soignant 3/ pharmacien*

# Circulation et contrôle de l'information

## Communiquer sur le risque

- Un sujet bien connu des médecins : consultations d'annonce, prévention, éducation thérapeutique...
  - **Risque réel ≠ risque ressenti**
  - Hors crise : question de confiance et légitimité
  - La communication doit être travaillée en amont : évaluation des risques, éléments de langage, procédures d'alerte, identification des référents
- ⇒ La communication répond au ressenti subjectif
- ⇒ Mais doit apporter des réponses objectivées

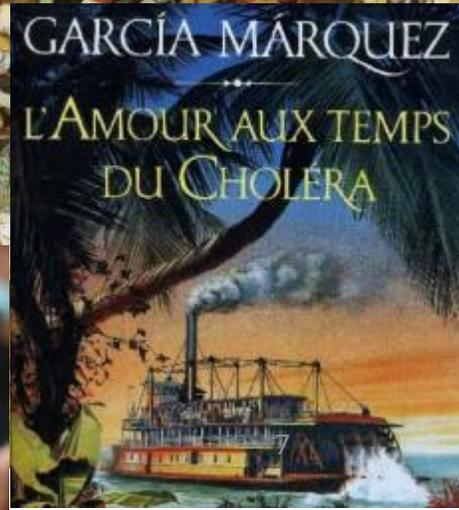
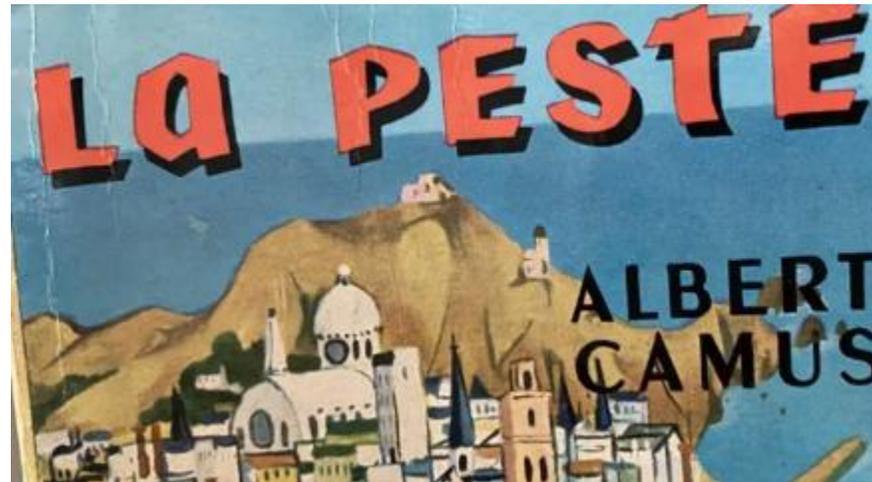
*Goya « le sommeil de la raison produit des monstres »*



# Maladies du corps, maladies de la société

## Epidémie, peurs et fantasmes

- Peste, choléra, vampires... de peur de la maladie à la peur de l'autre
- ⇒ Des images et des fantasmes... chez patients et soignants



# Maladies du corps, maladies de la société

## La nature a horreur du vide

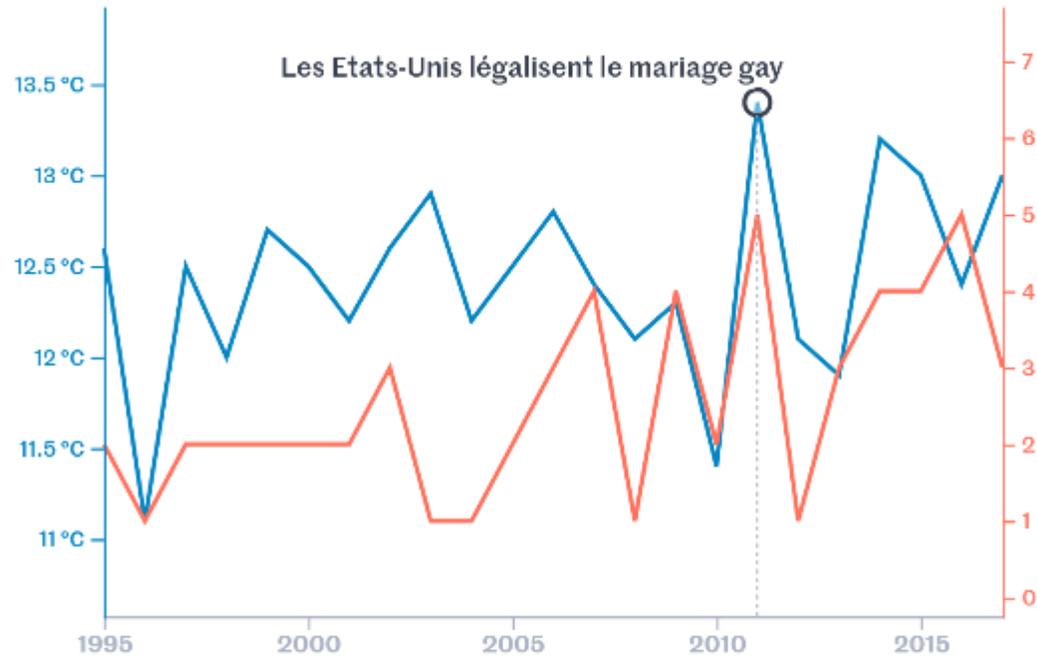


- Maladie émergente = ignorance, puis connaissance évolutive, incertitude ++ (la durée, la gravité, les traitements, les risques...)
- Pas de réponse scientifique = recherche de solutions irrationnelles

⇒ La maladie malmène les discours officiels et les références antérieures

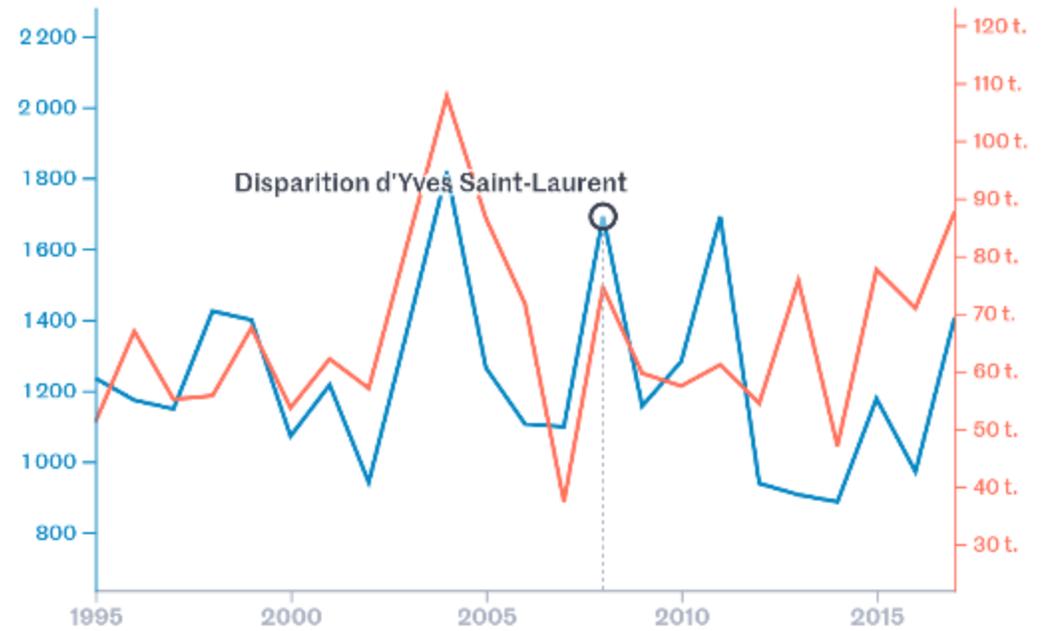


# Et pourtant: corrélation n'est pas causalité



— Température moyenne au Mans (en degrés centigrades)  
— Films dans lesquels joue Nicolas Cage

Une autre corrélation aléatoire



— Tornades aux Etats-Unis  
— Quantité de cannabis saisi en France (en tonnes)

Ce graphique présente de manière aléatoire deux indicateurs – à partir d'environ 50 jeux de données historiques – selon que leur représentation se ressemblent, ainsi qu'un événement au hasard. Ses axes des ordonnées sont coupés en bas pour faire correspondre les courbes.

Trouvez des corrélations absurdes !

[https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/01/02/correlation-ou-causalite-brillez-en-societe-avec-notre-generateur-aleatoire-de-comparaisons-absurdes\\_5404286\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/01/02/correlation-ou-causalite-brillez-en-societe-avec-notre-generateur-aleatoire-de-comparaisons-absurdes_5404286_4355770.html)

Et bien d'autres ici, en anglais: <http://tylervigen.com/spurious-correlations>



Notre  
cerveau  
est économe !

# Quelques recettes du cerveau pour ne pas gaspiller son énergie... *qui le rendent vulnérable à la désinformation*



- 1. Biais de confirmation** = préfère les informations qui confirment ses propres croyances. Biais de dissonance = ne prête attention qu'aux signes qui vont dans le sens de ses propres croyances.
- 2. Confiance sans évaluation de la crédibilité** = se fie aux opinions, anecdotes et croyances sans vérifier les sources ni rechercher de preuves.
- 3. Limites de l'attention** = ne sélectionne que les informations faciles d'accès (titres).
- 4. Limites cognitives** = utilise par défaut une pensée rapide et automatique, sans analyser la plupart du temps. En particulier lorsque des émotions telles que la colère ou la peur sont mobilisées, entraînant un traitement intuitif et automatique de l'information sans critique ni réflexion.
- 5. L'illusion de vérité** = croit plus facilement et garde en mémoire les informations qui reviennent de manière répétée, en ayant l'illusion qu'elles sont vraies.
- 6. Conformité aux opinions** = croit plus facilement ce qui est conforme à son éducation, son milieu professionnel, son entourage... et pourtant ce n'est pas parce que la majorité croit en quelque chose que c'est vrai.

(d'après Christopher Dwyer, Ph.D., National University of Ireland, Galway)

# Et ça marche !

- En détournant les règles de la logique  
« plus il y a de gruyère, plus il y a de trous... »
- En généralisant, en prenant la partie pour le tout : « tous les mêmes »
- En donnant l'illusion du sérieux « une étude a montré que » (argument d'autorité, aspects formels de la science)
- Avec un « millefeuille argumentatif », accumulant les arguments de toutes disciplines pour noyer l'interlocuteur
- En mélangeant le vrai et le faux au même niveau, les anecdotes et les théories
- En jouant sur les émotions pour inhiber la capacité d'analyse (on fait pareil dans les magasins)



Et même parfois :

- En désignant un bouc émissaire (« ils »)
- En inversant la charge de la preuve (le Père Noël)
- En allant jusqu'à défendre des positions incohérentes entre elles (hold up)

# Information, communication, manipulation ?



- Des enjeux économiques = fermes à clics, sources de buzz et de publicité, gestion des réputations de marques
- Des objectifs idéologiques = lobbying, politique, géostratégie, déstabilisation

⇒ L'information est un pouvoir  
⇒ La communication est avant tout une relation

*« La tromperie, la falsification délibérée et le mensonge pur et simple employés comme moyens légitimes de parvenir à la réalisation d'objectifs politiques font partie de l'histoire, aussi loin qu'on remonte dans le passé. »*

Hannah Arendt, *Du mensonge à la violence*, Pocket, Paris, 2002 (1<sup>re</sup> ed. : 1972).

# Mettons notre esprit critique au travail...

- L'auteur ou la personne citée est-elle compétente sur le sujet ? À quel degré ?
- Son avis est-il choisi/relayé pour son statut d'expert ou sa popularité ?
- Y a-t-il des désaccords parmi les autorités qualifiées consultées ?
- Les éléments de preuve objectifs sont-ils disponibles et si oui, en accord avec l'expert ?

Thierry HERMAN & Steve OSWALD, *Rhétorique et cognition - Perspectives théoriques et stratégies persuasives*, 2014

## COMMENT RÉPERER DES « FAKE NEWS »



### IDENTIFIER LA SOURCE

Explorer le site, son but, sa page « Contacts ».



### ALLER AU-DELÀ DU TITRE

Les titres peuvent être racoleurs, pour obtenir des clics. Lire l'article entier.



### IDENTIFIER L'AUTEUR

Faire une recherche rapide sur l'auteur. Est-il fiable? Existe-t-il vraiment?



### D'AUTRES SOURCES?

Consulter les liens, pour vérifier l'information.



### VÉRIFIER LA DATE

Partager un vieil article ne signifie pas qu'il est d'actualité.



### EST-CE DE L'HUMOUR?

Si c'est trop extravagant, est-ce une satire? Vérifier la vocation du site.



### ÉVALUER NOS PRÉJUGÉS

Nos propres opinions peuvent affecter notre jugement.



### QUE DISENT LES EXPERTS?

Demander à un bibliothécaire ou consulter un site de vérification rapide.

Traduit par Claire Bongrand et Jonathan Paul, BNF

# Penser aux angles morts de l'information



- Lecteur, auditeur, spectateur, internaute :
  - Décrypter ce qui n'est pas dit, pas vérifié, pas prouvé
  - Chercher les contradictions, incohérences, imprécisions
  - Identifier les « mises en scène »: appels à l'émotion, titres accrocheurs, ponctuation excessive...
  - Varier les sources d'information, privilégier les sources officielles (urls de type .gouv.fr, .org, .asso.fr), chercher le contexte dans lequel cette information / image a été créée
  - Ne pas relayer/ liker aveuglément les informations, même « pour rire »
- Pédagogue, parent, formateur :
  - Écouter, ne pas juger, montrer du respect
  - Analyser en mettant ses émotions de côté
  - Pousser les raisonnements au bout de leur logique, pour mettre en évidence leurs incohérences éventuelle
  - Discuter sans entrer dans la confrontation
  - Ramener la discussion sur les faits, sans mettre en cause la vision du monde de la personne

# Exemples de sites utiles (non exhaustif) :

- Nombreux médias font un travail de vérification de l'information, par exemple :
  - <https://factuel.afp.com/> et <https://factuel.afp.com/le-coronavirus-les-verifications-faites-par-lafp>
  - <https://www.francetvinfo.fr/vrai-ou-fake/> plateforme de vérification des faits de tout l'audiovisuel public français
  - <https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/> et l'outil de vérification des sites web « Decodex » <https://www.lemonde.fr/verification/>
- <https://www.gouvernement.fr/on-te-manipule>, <https://internetsanscrainte.fr>
- Moteurs de recherche d'images inversées : Google images ou TinEye.com, pour vérifier qu'une image n'est pas détournée.
- <https://captainfact.io/> plateforme collaborative de vérification des faits (en développement)
- Liste à compléter bien sûr...

# Vraiment ?

## Quelques sources (non exhaustif) :

- Rapport conjoint CAPS/IRSEM - Les manipulations de l'information : Un défi pour nos démocraties (04.09.18) - JB Jeangène Vilmer, A Escorcía, M Guillaume, J Herrera.
- La Communication Professionnelle en Santé, CRichard/MTLussié, ed Erpi, 2016
- Memento de l'administrateur de garde – AP-HP (direction des affaires juridiques), 2017
- Les Fake News pour les Nuls, livre blanc de l'Ecole européenne des métiers de l'internet – T Geay, C Kiefer, E Duchesne, 2019
- Les Fake News 2019, livre blanc, Heiderich Consultats & Visibrain
- Fake News et Post-Vérité (collectif), 20 textes pour comprendre et combattre la menace – The Conversation en partenariat le CREM Université de Lorraine, juin 2018

### A propos...

- *Flavie Chatel – cheffe de projet mission COREB nationale, en charge de l'animation du réseau*
- *Formations principales : Sciences Po (Paris), psychologie (Paris 8), sciences médicales pour gestionnaires en santé (Paris 5), Gestion des situations sanitaires exceptionnelles et de crise (EHESP)*
- *Quelques expériences : direction de la communication de l'AP-HP (communication institutionnelle, externe, interne, web), enseignante à Paris 8 licence communication, journaliste presse professionnelle santé et conseil éditorial grand public, agence de communication et relations presse santé, musée d'histoire de la Résistance de Nantua*