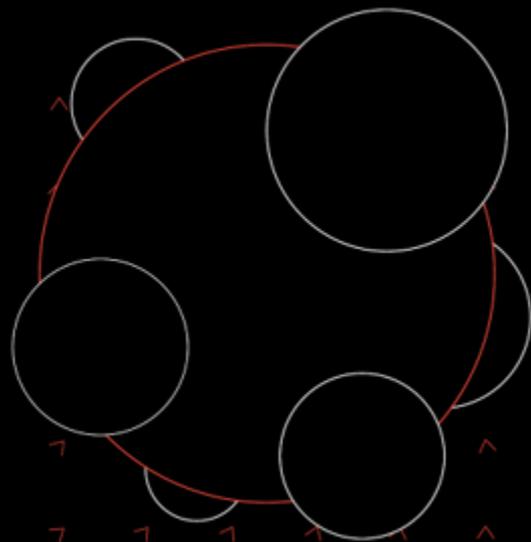


UN COURS EN LIGNE POUR LES JOURNALISTES

Couvrir le coronavirus



Un modèle pour comprendre le désordre informationnel

Désordre informationnel

-
- 1 Désinformation** - Lorsque des personnes créent intentionnellement des informations fausses ou trompeuses pour gagner de l'argent, avoir une influence politique ou causer intentionnellement des désagréments ou des préjudices...

 - 2 Méinformation** - Quand des personnes échangent des informations, sans savoir qu'elles sont fausses ou trompeuses, alors qu'elles veulent simplement aider.

 - 3 Malinformation** - Quand des personnes partagent des informations authentiques dans l'intention de nuire.
-

DÉSORDRE INFORMATIONNEL

7 types

1 Satire ou parodie

2 Fausses connexions

3 Contenu trompeur

4 Faux contexte

5 Contenu imposteur

6 Contenu manipulé

7 Contenu fabriqué

DÉSORDRE INFORMATIONNEL

Les principaux genres de mésinformation à propos du coronavirus

1 D'où vient le virus

2 Comment il se propage

3 Symptômes et traitement

4 Comment réagissent les autorités et les citoyens

DÉSORDRE INFORMATIONNEL

Dix caractéristiques de mésinformation à propos du coronavirus

- 1 De nombreuses rumeurs **circulent au sein des groupes locaux** et des espaces en ligne. Les gens ont tendance à faire confiance aux sources d'informations locales.
- 2 **Les applications de messagerie fermée** sont de plus en plus populaires pour partager des rumeurs et des mésinformations, car elles ne peuvent pas être suivies et les réseaux de confiance sont plus susceptibles de les partager
- 3 Les agents de désinformation savent que **les visuels et les mèmes véhiculent** la mésinformation de façon convaincante
- 4 Une mésinformation efficace **implique souvent un fond de vérité**, de sorte que des contenus plus anciens et authentiques refont surface et sont étiquetés comme de nouveaux contenus liés au coronavirus.
- 5 **Les arnaqueurs** utilisent le coronavirus pour vendre de faux kits de test, des remèdes et des traitements.

DÉSORDRE INFORMATIONNEL

Dix caractéristiques de mésinformation à propos du coronavirus

- 6 Les agents de désinformation **veulent que la mésinformation circule d'une plateforme** à l'autre, partant de groupes fermés pour continuer sa progression vers les médias sociaux, puis transmise aux médias professionnels.
- 7 La mésinformation et les **discours de haine** convergent de plus en plus. Les internautes profitent des divisions raciales et de la xénophobie existantes.
- 8 **Le squatting de mots clés** est une technique délibérée que l'on observe avec le coronavirus.
- 9 **Le contenu « imposteur »** est très efficace. Les individus font confiance aux logos des organisations qu'ils connaissent.
- 10 **L'attribution est très difficile** et il est souvent impossible de savoir en temps réel qui est derrière une rumeur ou une théorie du complot.

Veille Veille

VEILLE

Mots clés

- 1 Utiliser des mots clés utilisés sur les réseaux sociaux (jurons, fautes d'orthographe, argot, etc.)
- 2 Pensez aux nombreux sites où les internautes parlent en ce moment du COVID-19
- 3 Reliez les mots clés à l'aide de requêtes de recherche booléenne
- 4 N'oubliez pas que les mots clés évoluent.

VEILLE

Requêtes de
recherche
booléenne

La recherche booléenne est un mode de recherche permettant aux utilisateurs de combiner des mots clés avec des opérateurs tels que **AND** et **OR** afin de produire davantage de résultats pertinents.

(fonctionne sur Twitter, Reddit, Google, LinkedIn, YouTube recherche avancée)

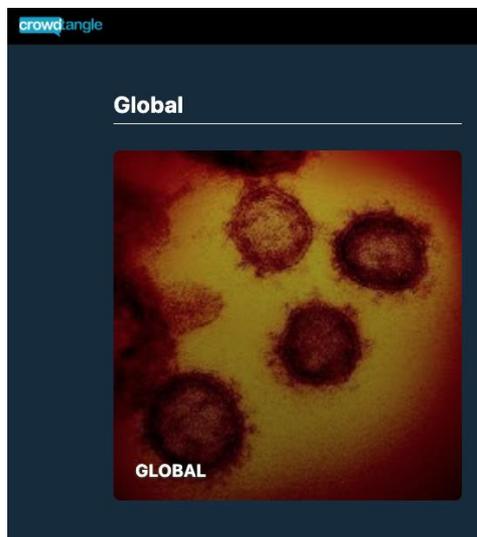
VEILLE

Listes Twitter

- 1 Surveiller des groupes de comptes, des organisations, etc...
 - 2 Voir le contenu de comptes **sans pour autant** les suivre
 - 3 Suivre ou s'inscrire sur les listes d'autres personnes,
 - 4 Partager des listes avec des collègues
-

VEILLE

Les diffusions publiques en direct de Crowdtangle



CrowdTangle est un outil d'analyse sociale appartenant à Facebook. Leurs diffusions publiques en direct représentent un moyen rapide et visuel de voir comment les informations sur le coronavirus sont diffusées sur les réseaux sociaux.

Les diffusions publiques en direct **sont organisées par région et par pays** et présentent le contenu des médias locaux, des pages régionales de l'Organisation mondiale de la santé, des agences gouvernementales et des politiciens locaux ainsi que des discussions sur les médias sociaux de Facebook, Instagram et Reddit.

VEILLE

Autres plateformes

- 1 **Picpanzee** (maintenant appelé Picbabun) est un outil de mesure Instagram qui peut être utile pour le suivi et la recherche.
- 2 **Vidnice** est un outil créé pour explorer les statistiques, les hashtags et les utilisateurs de l'application Tiktok.
- 3 **Track Reddit** vous permet de contourner la fonction de recherche médiocre de Reddit, et de configurer des alertes pour les mots ou phrases clés sur lesquels vous effectuez une surveillance.

VEILLE

Utiliser le RSS pour se tenir au courant

- 1 **Le RSS**, ou Really Simple Syndication, est [un moyen facile](#) d'obtenir les nouveaux contenus des sites Web ou des blogs qui vous intéressent, le tout en un seul flux.
- 2 Il existe plusieurs applications de lecteurs RSS, cependant **nous recommandons Feedly** pour sa simplicité d'utilisation.
- 3 Vous pouvez aussi suivre des **mots clés** et **des phrases**

VEILLE

Surveiller les modèles



Les modèles sont des styles et des motifs qui peuvent être copiés en ligne d'un pays, d'une langue et d'une plateforme à l'autre.

Ils **se propagent rapidement** à travers les plateformes de messagerie fermées, les gens faisant des captures d'écran et se communiquant des informations les uns aux autres.

VEILLE

L'éthique de la surveillance des groupes fermés

- 1 Devez-vous faire partie d'un groupe privé pour faire des recherches et des rapports ?
- 2 Quelle est votre intention ?
- 3 Quelle part de vos propres informations allez-vous révéler ?
- 4 Combien d'informations issues de ces sources privées partagerez-vous ?
- 5 Quelle est la taille du groupe fermé que vous souhaitez rejoindre ?
- 6 Si vous cherchez à publier un article, ferez-vous connaître vos intentions ?
- 7 Si vous révélez vos intentions, risquez-vous d'être maltraité ?
- 8 Quelle part de vos processus et procédures de collecte d'informations partagerez-vous ?

VEILLE

Où trouver des mises à jour fiables

- 1 N'oubliez pas, **que toutes les recherches ne sont pas identiques**. Même si un fait est présenté sous forme de graphique ou de tableau, les données qui le composent ne sont pas nécessairement fiables.
- 2 **Les organismes** et les ministères gouvernementaux disposent de conseils et de mises à jour fiables
- 3 **Les ONG**, les organisations non gouvernementales comme l'OMS offrent des données mondiales et régionales
- 4 **Les institutions universitaires** offrent des études, des données et des commentaires d'experts.

Vérification

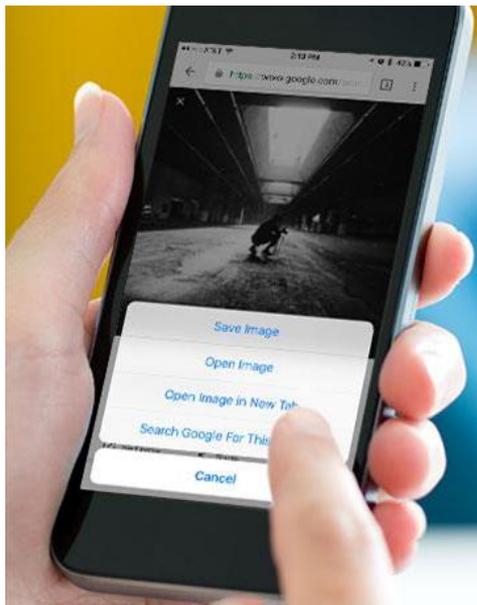
Vérification

VÉRIFICATION

Les 5 piliers de la vérification

- 1 **Provenance** - Êtes-vous en train de lire le contenu original ?
 - 2 **Source** - Qui a publié le contenu original ?
 - 3 **Date** - Quand le contenu a-t-il été publié ?
 - 4 **Localisation** - Où le contenu a-t-il été publié ?
 - 5 **Mobile** - Pourquoi ce contenu a-t-il été publié ?
-

VÉRIFICATION

Recherche
d'image
inversée

Comment cela fonctionne-t-il ?

De la même manière que vous pouvez « googler » des faits et des affirmations, vous pouvez demander à un moteur de recherche de rechercher des photos et même des cartes similaires sur Internet pour vérifier si elles ont déjà été utilisées à d'autres fins.

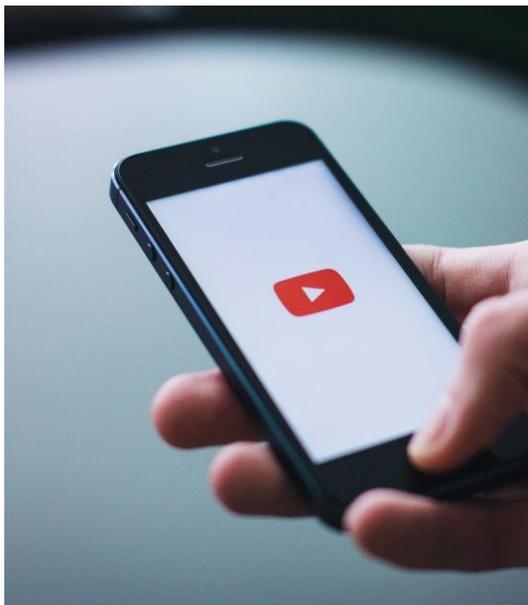
Cela s'appelle **la recherche d'images inversée**.

Le plug-in RevEye vous permet de rechercher n'importe quelle image sur Internet sans quitter votre navigateur.

Sur votre téléphone : **TinEye** vous permet de faire la même chose.

VÉRIFICATION

Vérification des vidéos



Chaque fois que vous téléchargez une vidéo sur Internet, une miniature est créée pour en afficher un aperçu.

Vous pouvez utiliser les miniatures pour voir si une vidéo a déjà été publiée en ligne.

[Le plug-in de vérification de vidéo InVid](#) crée des images clés qui permettent une recherche d'images inversée.

VÉRIFICATION

Géolocalisation

- 1 À l'extérieur - Recherchez des indices dans l'architecture, les panneaux de signalisation, ce que les gens portent, de quel côté de la route roulent les voitures, les noms des commerces, etc...
- 2 À l'intérieur - Cherchez les prises murales, la langue des affiches, la météo et ce qui passe à la télévision.
- 3 Recherchez les commerces - ils ont tendance à être répertoriés en ligne parce qu'ils veulent que les gens les trouvent.
- 4 Que pouvez-vous rechercher et vérifier ? Pouvez-vous trouver ce même endroit sur une carte ?

VÉRIFICATION

Vérification des comptes

- 1 Suivez ces techniques de base d'analyse des empreintes numériques et de vérification des sources en ligne :
 - 2 Faire une recherche d'image inversée de la photo de profil
 - 3 Vérifier les sources primaires
 - 4 Trouver des coordonnées personnelles
-

VÉRIFICATION

Flux de travail de vérification

1

Documentez chaque information. Vous seriez surpris de constater à quelle vitesse vous pouvez perdre des éléments d'information cruciaux. C'est une étape importante pour assurer la transparence de votre vérification. Prenez des captures d'écran ou utilisez un service de sauvegarde comme Wayback Machine.

2

Créez une boîte à outils. Gardez des listes de vos outils, ajoutez-les à vos favoris et partagez-les avec vos collègues. Ne perdez pas de temps à essayer de vous rappeler comment s'appelle tel site Web qui permet des recherches d'images inversées.

3

N'oubliez pas de décrocher le téléphone. Le journalisme analogique « à l'ancienne » peut parfois être le moyen le plus rapide de vérifier quelque chose.

Reportages

Reportages

REPORTAGES

Des questions utiles pour déterminer le point de bascule

- 1 Quel est le degré d'engagement ?
- 2 L'information se propage-t-elle d'une communauté à une autre ?
- 3 Circule-t-elle d'une plateforme à l'autre ?
- 4 Une personne influente l'a-t-elle partagée ?
- 5 D'autres journalistes et médias d'information en parlent-ils ?

REPORTAGES

Bonnes pratiques en matière de discussion de la désinformation

| PROBLÈME | SOLUTION |
|---|---|
| <p>L'effet contre-productif de la familiarité. En répétant les mensonges afin de les corriger, la démystification peut rendre les mensonges plus familiers et donc plus susceptibles d'être acceptés comme des vérités.</p> | <p>Concentrez-vous sur les faits Évitez de répéter inutilement un mensonge tout en le corrigeant. Dans la mesure du possible, avertissez les lecteurs avant de répéter des mensonges.</p> |
| <p>Effet contre-productif de la surabondance. Plus l'information est facile à traiter, plus elle a de chances d'être acceptée. Limiter la quantité de détails peut être plus efficace.</p> | <p>Simplifiez Facilitez le traitement de votre contenu en le rendant simple, court et facile à lire. Utilisez des graphiques pour illustrer vos observations.</p> |
| <p>Effet contre-productif de la vision du monde. Les gens traitent l'information de manière biaisée. Lorsque la démystification menace la vision du monde d'une personne, ceux dont les croyances sont les plus ancrées peuvent devenir plus extrêmes.</p> | <p>Évitez le ridicule Évitez le ridicule ou les commentaires désobligeants. Formulez la démystification d'une manière qui soit moins menaçante pour la vision du monde d'une personne.</p> |
| <p>Ne pas proposer d'alternatives Cataloguer quelque chose comme faux sans fournir d'explication laisse souvent les gens perplexes.</p> | <p>Donnez des réponses Répondez aux questions que toute démystification pourrait soulever</p> |

REPORTAGES

L'importance des titres

- 1 Concentrez-vous sur les faits.** Évitez de répéter *inutilement* un mensonge tout en le corrigeant. Dans la mesure du possible, avertissez les lecteurs avant de répéter des mensonges.
- 2** Veillez à ce que votre contenu **soit simple**, court et facile à lire. Utilisez des graphiques pour illustrer vos observations.
- 3** **Évitez le ridicule ou les commentaires désobligeants.** Formulez la démystification d'une manière qui soit moins menaçante pour la vision du monde d'une personne.
- 4** **Répondez à toutes les questions** que pourrait vous poser une démystification.
- 5** **Choisissez soigneusement vos mots.** Prenez conscience de la manière dont certains termes peuvent miner la confiance en général.

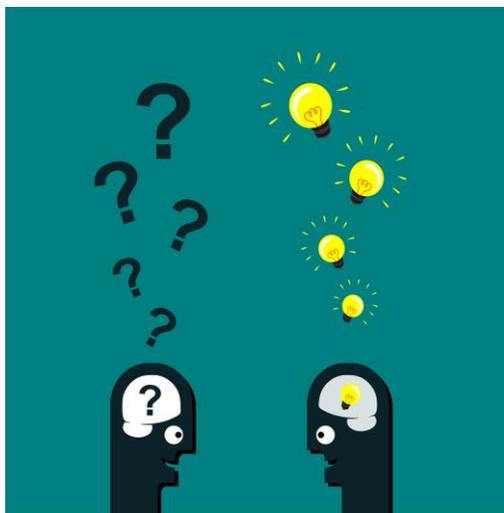
REPORTAGES

Utiliser des images avec discernement

- 1 Évitez les images qui pourraient susciter la **panique** et utilisez des images qui renforcent les comportements que nous voulons voir imiter.
 - 2 Évitez les images qui reposent sur des **stéréotypes**.
 - 3 Soyez conscient de l'**éthique** de l'intégration de messages et d'images des médias sociaux qui pourraient avoir un impact significatif sur les personnes concernées.
-

REPORTAGES

Vides informationnels



Michael Golebiewski de chez Microsoft a utilisé le terme de « **vide informationnel** » pour décrire les requêtes de recherche pour lesquelles « les données pertinentes disponibles sont limitées, inexistantes ou profondément problématiques ».

Les rédactions doivent réfléchir aux questions sur le Covid-19 ou aux mots clés que les lecteurs sont susceptibles de rechercher, déterminer qui crée du contenu autour de ces questions et combler le vide informationnel avec un contenu de qualité.

REPORTAGES

Tendances de Google



Coronavirus, also known as COVID-19, has spread to a number of countries around the world. This is how it is being searched.

Google a élaboré un tableau de bord dédié aux tendances indiquant les informations et les données relatives aux termes de recherche liés aux coronavirus. Lorsque les gens tapent dans la barre de recherche de Google, cela nous donne une idée du type d'informations dont ils ont besoin, de ce qui n'est pas clair et des questions nécessitant une réponse.

REPORTAGES

Prenez soin de votre santé mentale

1 Soyez conscient de la
stigmatisation

2 Distinguez le travail de la vie privée

3 Respectez les directives officielles

4 Contactez régulièrement vos
collègues

5 Établissez un plan de soins
personnels

6 Identifiez vos facteurs de
déclenchement

7 N'hésitez pas à demander de l'aide

8 Soyez indulgent envers vous-
même

Ressources pour les journalistes

Glossaire

| | | | |
|---------------------------------------|--|--------------------------|----------------------------------|
| 4chan | Dark ads* | LinkedIn | Snapchat |
| Amplification | Hyper-trucages* | Malinformation* | Média synthétique |
| Amplification et moteurs de recherche | Deplatform | Amplification fabriquée* | Conditions d'utilisation |
| Algorithmes* | Discord | Mème | TikTok |
| Forums de discussion anonymes | Découverte | Micro-ciblage | Troll |
| Analytique | Campagnes de désinformation | Mésinformation* | Trolling* |
| API* | Compte inactif* | Normie | Usine à trolls |
| Intelligence artificielle* | Doxing or doxxing* | Operation Infektion | Authentification à deux facteurs |
| Automatisation* | Désinformation* | OSINT | Vérification* |
| Requêtes booléennes | Cryptage* | Reddit | Viber |
| Bots* | Engagement | Satire* | VPN* |
| Botnet* | Recherche de graphes sur Facebook | Scraping* | WeChat |
| Commentaires | Transparence des publicités sur Facebook | Faux-nez (sock puppet) | Sujet controversé |
| Théories du complot | Vérification des faits* | Shallow fakes | WhatsApp |
| Cyborg | Faux adeptes* | Shitposting | Trafic gratuit (zero rating) |
| | Désordre informationnel | Spam* | |

BOÎTE À OUTILS

bit.ly/FirstDraftToolkit

First Draft - Basic Toolkit | Google Custom Search | Shared | FIRST DRAFT

First Draft - Basic Toolkit | First Draft - Advanced Toolkit | FR First Draft - Basic Toolkit | First Draft - Other resources

- How to use this dashboard**
 - This is a collection of some tools, readings and resources to get you and your newsroom started with online social newsgathering, verification and responsible reporting. You can also find the advanced toolkit at the bottom left of this dashboard.
 - What are the tools for?**
 - Hover over any of the tools to get a more detailed description of why they might be useful for you.
 - Stay updated**
 - Keep up to date with new trends, tools, and resources by following us on Twitter and Instagram at [@firstdraftnews](#) or more training resources at www.firstdraftnews.org/training
 - Got a new tool you'd like to share with us?
 - Email partner@firstdraftnews.com
- Verifying Images - Reverse Image Search**
 - HOW TO verify images online - PRINTOUT
 - Google Images Search
 - RevEye - Reverse Image Search
 - TinEye - Reverse Image Search
 - BING - visual search
- Verifying images - Exif/metadata**
 - Jeffrey Friedl's Image Metadata Viewer
 - View Exif data online, remove Exif online
- Verifying Video**
 - Fake video news debunker by InVID
 - Watch Frame by Frame
 - Youtube Data Viewer
- COVID-19 Dashboards**
 - Coronavirus - Google Trends
 - Crowdtangle COVID-19 Live Displays
- Essential Chrome Plugins**
 - Wayback Machine - Archiving
 - InVID
 - RevEye Reverse Image Search
 - CrowdTangle Link Checker
 - Google Translate
- Twitter**
 - Tweetdeck
 - Twitonomy
 - Followerwonk
 - TweetBeaver
 - Twitter List Conv

BOÎTE À OUTILS

firstdraftnews.com/coronavirus

Contents:

[Tools and guides](#)[Information
sources](#)[Platforms'
responses](#)[Coronavirus
debunk archive](#)[Webinars](#)[Coronavirus
reading from
around the web](#)

Coronavirus: Resources for reporters

Last updated: 30 March 2020

Welcome to First Draft's resource hub for reporting on coronavirus. We have created and collected guidance to support accurate and responsible reporting on coronavirus, which will be regularly updated with new information. It covers:

- Newsgathering and verification tools
- Ethics and responsible reporting guidance
- A database of debunks of mis- and disinformation
- Data and information sources
- A searchable reading list
- FAQs that journalists may have
- Links to sign up for video calls on reporting coronavirus