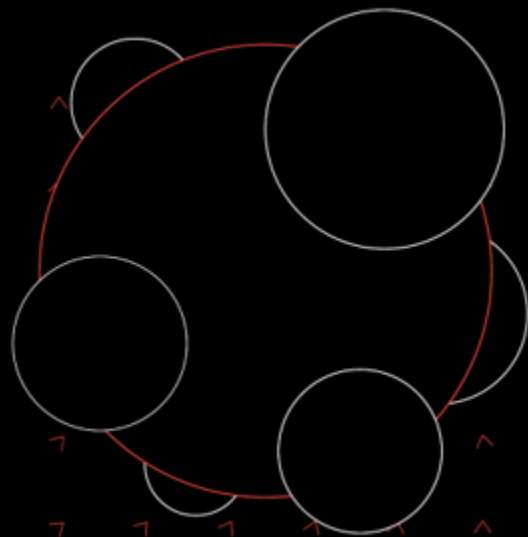


UN COURS EN LIGNE POUR LES JOURNALISTES

# 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 mêmes 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)

---

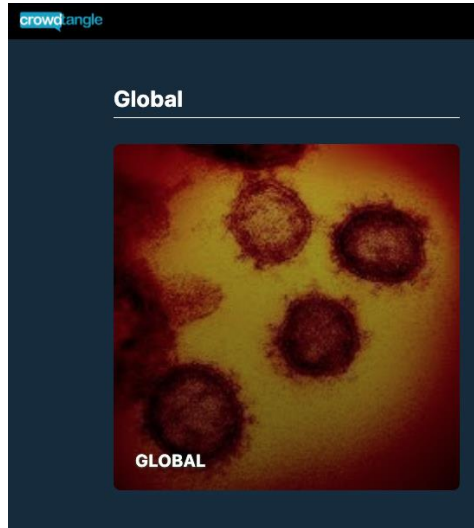
VEILLE

## 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

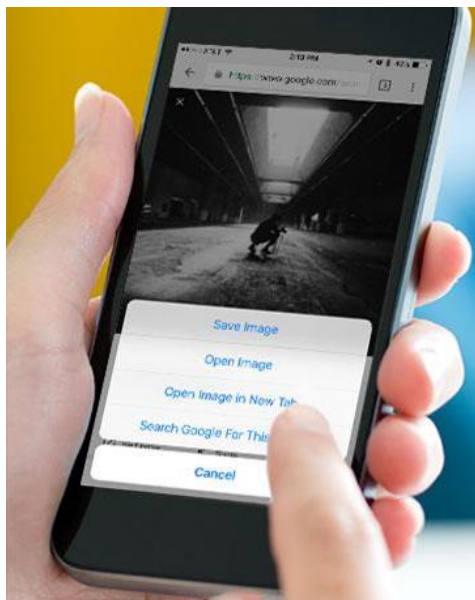
---

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.

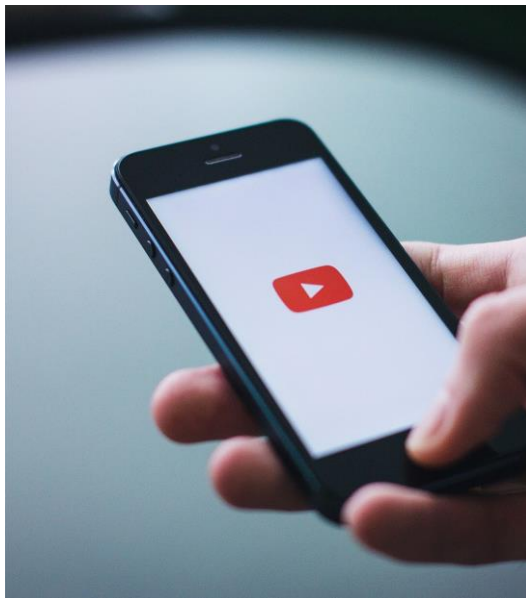
Cela s'appelle **la recherche d'images inversée**.

**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><b>L'effet contre-productif de la familiarité.</b> 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><b>Concentrez-vous sur les faits</b> 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><b>Effet contre-productif de la surabondance.</b> 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><b>Simplifiez</b> Facilitez le traitement de votre contenu en le rendant simple, court et facile à lire. Utilisez des graphiques pour illustrer vos observations.</p>
<p><b>Effet contre-productif de la vision du monde.</b> 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><b>Évitez le ridicule</b> 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><b>Ne pas proposer d'alternatives</b> Cataloguer quelque chose comme faux sans fournir d'explication laisse souvent les gens perplexes.</p>	<p><b>Donnez des réponses</b> 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.

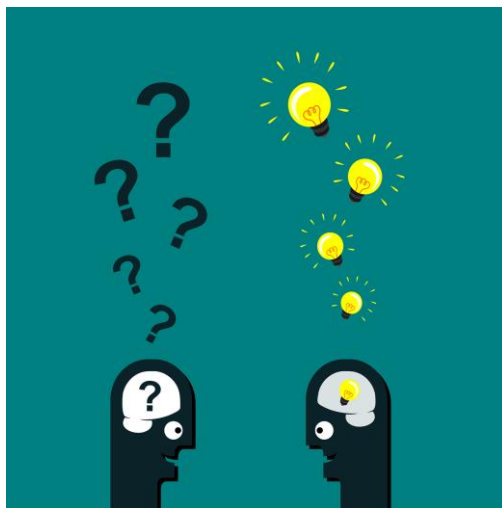
## REPORTAGES

## 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

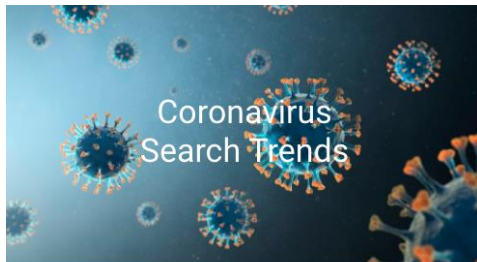


Michael Golebiewski de chez Microsoft a utilisé le terme de « **vide informationnel** » pour décrire les requêtes de recherche pour lesquelles « les données pertinentes disponibles sont limitées, inexistantes ou profondément problématiques ».

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  
Amplification  
Amplification et moteurs de recherche  
Algorithme\*  
Forums de discussion anonymes  
Analytique  
API\*  
Intelligence artificielle\*  
Automatisation\*  
Requêtes booléennes  
Bots\*  
Botnet\*  
Commentaires  
Théories du complot  
Cyborg

Dark ads\*  
Hyper-trucages\*  
Deplatform  
Discord  
Découverte  
Campagnes de désinformation  
Compte inactif\*  
Doxing or doxxing\*  
Désinformation\*  
Cryptage\*  
Engagement  
Recherche de graphes sur Facebook  
Transparence des publicités sur Facebook  
Vérification des faits\*  
Faux adeptes\*  
Désordre informationnel

LinkedIn  
Malinformation\*  
Amplification fabriquée\*  
Mème  
Micro-ciblage  
Mésinformation\*  
Normie  
Operation Infektion  
OSINT  
Reddit  
Satire\*  
Scraping\*  
Faux-nez (sock puppet)  
Shallow fakes  
Shitposting  
Spam\*

Snapchat  
Média synthétique  
Conditions d'utilisation  
TikTok  
Troll  
Trolling\*  
Usine à trolls  
Authentification à deux facteurs  
Vérification\*  
Viber  
VPN\*  
WeChat  
Sujet controversé  
WhatsApp  
Trafic gratuit (zero rating)

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](http://www.firstdraftnews.org/training)
  - Got a new tool you'd like to share with us?
  - Email [partner@firstdraftnews.com](mailto: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 I 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