

Guide du pigiste pour travailler sur les sujets liés à la désinformation

Les informations fausses ou trompeuses ont un impact majeur sur la société et sur la démocratie : elles participent à la polarisation de la société, à l'exacerbation de la peur, du racisme et de la violence. De la production d'informations totalement fausses aux articles dans lesquels les techniques de désinformation sont plus élaborées, certains groupes sont à la recherche constante de nouvelles manières de manipuler les faits et d'induire en erreur les journalistes et l'opinion publique.

En tant que pigiste, vous travaillez souvent de manière indépendante et en totale autonomie vis-à-vis des rédactions. Il est donc essentiel de **parfaire vos compétences en matière de vérification des faits** pour vous protéger, vous et vos articles, contre la désinformation. Connaître les réseaux et les ressources vers lesquels vous pouvez vous tourner pour obtenir de l'aide signifie que vous n'êtes pas seul dans ce combat important.

L'enjeu : la désinformation qui affecte la confiance faite aux médias



62%

Dans une étude mondiale réalisée en 2020 : **62%** des personnes interrogées estimaient que les sites web et les plates-formes en ligne contenaient une proportion non négligeable de fausses informations. **52%** ont dit la même chose des informations diffusées à la télévision, à la radio, dans les journaux et les magazines.

Selon le Reuters Digital News Report 2020, **plus de la moitié** de l'échantillon mondial a déclaré être préoccupé par ce qui est vrai ou faux sur Internet en matière d'informations, les personnalités politiques étant la source de désinformation la plus fréquemment citée.

38%

Moins de quatre personnes sur 10 (38%) ont déclaré faire confiance à la plupart des informations - une baisse de 4% par rapport à 2019 ; moins de la moitié (46%) ont déclaré faire confiance aux informations qu'ils sélectionnent eux-mêmes.

Les journalistes indépendants comptent sur les bonnes relations avec les rédacteurs en chef et les publications pour lesquels ils travaillent. Si nous ne faisons pas attention, notre travail est susceptible de perpétuer la désinformation, ces bons rapports peuvent s'effriter et rendre la tâche plus difficile au prochain pigiste qui pitchera pour ce titre.

Sources : [Statista](#) → [Reuters Institute for the Study of Journalism](#) →

Connaître les différents types de désinformation et leurs objectifs

| | | | |
|-----------|--|-----------------------------|--|
| High harm | | Contenu fabriqué | Nouveau contenu 100% faux, conçu pour tromper et nuire |
| | | Contenu manipulé | Lorsque des informations ou des images authentiques sont manipulées pour induire en erreur |
| | | Contenu imposteur | Lorsque des sources authentiques sont usurpées |
| | | Faux lien | Lorsque les titres, les visuels ou les légendes ne sont pas en rapport avec le contenu réel de l'article |
| Low harm | | La satire ou parodie | Aucune intention de nuire mais risque d'induire en erreur |
| | | Faux contexte | Lorsqu'un contenu authentique est partagé avec de fausses informations contextuelles |
| | | Contenu trompeur | Utilisation inadéquate d'informations qui traitent d'une question ou d'un individu |

Source: [First draft](#) →

Comment faire la différence ?

Désinformation

La désinformation est un contenu textuel, sonore ou visuel délibérément fabriqué ou manipulé dans le but de nuire.

Mésinformation

La désinformation peut parfois aussi être constituée d'erreurs involontaires telles que des légendes de photos, des dates, des statistiques ou des traductions inexactes, ou lorsque la satire est mal interprétée : on parlera alors plutôt de « mésinformation ».

Mal-information

La désinformation peut également être la publication délibérée d'informations privées à des fins personnelles ou professionnelles plutôt que pour l'intérêt public, comme le « revenge porn ». Elle peut impliquer un changement délibéré du contexte, de la date ou de l'heure du contenu originel. On parlera alors de « mal-information ».

Source: [First draft](#) →



Les fondamentaux de la vérification d'informations

1



Pensez comme l'« adversaire »

lorsque vous examinez des contenus et des messages numériques, pensez toujours aux motivations qui se cachent derrière leur création et leur propagation. Mettez-vous à la place de celui qui cherche à manipuler l'information.

2



Concentrez-vous sur les relais, les contenus, les comportements et les réseaux

comparez et opposez ces quatre éléments pour comprendre ce que vous voyez. Commencez par un élément de contenu - un article ou un site web - et identifiez comment il est lié à des réseaux plus larges par le biais de certains comportements et d'autres connexions.

3



Surveiller et collecter

il est essentiel de surveiller et de suivre les relais, les sujets et les communautés d'intérêt connus. Conservez et organisez ce dont vous avez besoin, que ce soit dans des feuilles de calcul, des dossiers de captures d'écran ou en utilisant des outils payants.

4



Soyez prudent avec l'identification

: il est parfois impossible de dire exactement qui est derrière un compte particulier, un élément de contenu ou une opération d'informations plus vaste. Gardez cela à l'esprit avant de faire des attributions des contenus que vous analysez.

Ce qu'il faut savoir

Organiser les informations dont on dispose



Lorsque vous vous engagez dans un travail de vérification ou une enquête numérique, **organisez** vos recherches et archivez tout. Faites des captures d'écran ou enregistrez les pages au format PDF. Les comptes et les messages peuvent disparaître, les liens peuvent ne plus être accessibles et les pages web peuvent être modifiées. Votre rédacteur en chef est susceptible de vouloir voir ces preuves en cas de problème.

Passez du temps à collecter des informations, puis revenez en arrière et filtrez-les. Qu'est-ce que vous avez pu confirmer par le biais de différentes techniques ? Quelles autres pistes ont émergé ? Cela prend du temps, alors prévoyez-le et tenez vos rédacteurs en chef au courant.

Vous êtes susceptible de vous retrouver avec de grandes quantités de preuves lorsque vous menez des enquêtes numériques. **Suivre un processus structuré** vous permet de gagner en efficacité et donne la possibilité à d'autres enquêteurs de travailler à vos côtés, même à distance, tout en restant sur la même longueur d'onde, explique Bertram Hill, un journaliste indépendant spécialisé dans le renseignement de source ouverte qui travaille pour BBC Africa Eye.

Conseil d'expert

Jordan Wildon, journaliste indépendant et enquêteur numérique, a créé un « ordinateur virtuel » pour chaque enquête sur laquelle il travaille, afin de renforcer sa sécurité et d'organiser ses recherches. Il s'est inspiré des techniques du renseignement et de l'« intelligence cycle ».

« Veillez à ce que tout soit organisé d'une manière qui vous semble logique », explique Jordan Wildon, qu'il s'agisse de dossiers séparés sur le bureau ou de quelque chose de plus sophistiqué. Mettre des dates et parfois des heures dans les noms de fichiers peut valider, ainsi qu'une brève description de ce que c'est pour gagner du temps.

Soyez minutieux avant de filtrer : « Vous pouvez toujours réduire vos notes, mais vous ne pourrez jamais revenir en arrière et retrouver ce site web qui contenait une piste cruciale mais que vous avez écarté sur le moment parce qu'il semblait sans rapport. »

Un Google Doc partagé lorsque vous travaillez avec d'autres personnes ou avec une salle de rédaction peut vous aider à suivre les efforts de vérification en temps réel, explique aussi Kerry Alexandra, journaliste et productrice indépendante.

Se protéger en ligne

La majeure partie de ce travail de vérification peut être réalisé en ligne. Cela peut nécessiter de garder une présence sur les réseaux sociaux et parfois d'attirer l'attention sur votre intérêt pour un élément de contenu généré par un utilisateur ou un autre compte en ligne.

« Lorsqu'il s'agit de désinformation, les acteurs qui la colportent peuvent devenir hostiles aux enquêteurs qui travaillent à la débusquer », met en garde Hill. « L'une des façons les plus simples de perturber votre travail est de vous attaquer numériquement, surtout si vous êtes un indépendant sans l'assistance de sécurité d'une plus grande organisation derrière vous. »

Prenez des précautions pour vous protéger en ligne : authentification à deux facteurs sur vos comptes, applications d'authentification et mots de passe forts ; ne partagez pas d'informations vous concernant vous, votre famille ou vos amis, que vous n'aimeriez pas que vos rédacteurs en chef ou vos lecteurs sachent. Cryptez vos disques durs contenant des fichiers sensibles. Certains sujets et certaines enquêtes peuvent vous exposer à des risques accrus, par exemple l'investigation sur des groupes extrémistes en ligne. exemple, investigating extremist groups online.



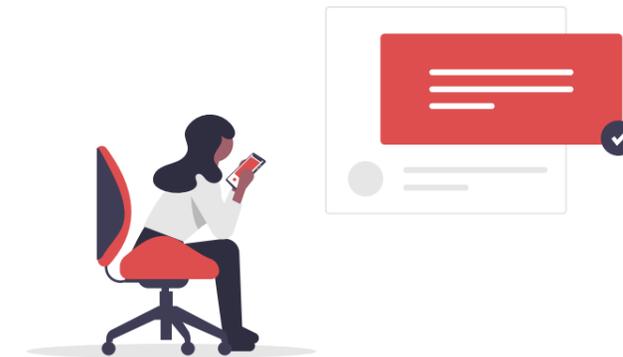
Conseil d'expert

Pour Wildon, une bonne règle de base est de se souvenir de deux choses : « Tout ce que vous publiez en ligne est conservé pour toujours et tout ce que vous mettez dans les discussions de groupe peut être divulgué, compromis et lu. » [Ce guide pour supprimer les informations personnelles vous concernant en ligne peut être utile](#) et il existe également [des moyens d'améliorer votre sécurité en ligne](#).

Il ajoute que le fait de s'informer sur les sources ouvertes de renseignements et de développer ses compétences en matière d'investigation permet de comprendre où se trouvent ses propres points faibles en matière de confidentialité et de sécurité, ainsi que sur les personnes sur lesquelles vous enquêtez et sur ce qu'elles ont pu oublier de supprimer : « Les heures auxquelles vous publiez en ligne peuvent en dire long sur vos heures de sommeil (ou non), une photo du lever du soleil par la fenêtre de votre chambre peut révéler votre adresse, et j'ai utilisé les deux pour trouver des personnes sur lesquelles j'ai enquêté. »

Si vous essayez d'entrer en contact avec une source sur les médias sociaux, faites le premier échange sur la plateforme, puis déplacez la conversation vers un courriel ou une application de messagerie fermée, conseille aussi Raina.

Etudier les tendances de désinformation



Sur un sujet de reportage donné, réfléchissez et cherchez les domaines dans lesquels la désinformation ou l'information erronée sont courantes. La désinformation peut s'immiscer dans les sujets liés à l'immigration et à la migration, par exemple, par le biais d'un manque de connaissances en matière de données chez les journalistes et les lecteurs, les politiciens l'utilisant régulièrement comme moyen d'attaquer ou de promouvoir une politique en jouant sur la confusion entre certains termes tels que « migrant », « demandeur d'asile » et « réfugié ».

Comprendre **les tendances en matière de désinformation**, propres à votre domaine d'activité, peut vous aider à redoubler de vigilance dans vos reportages, à déterminer quelles sources sont susceptibles d'être fiables ou non et à poser les questions importantes de vérification. Cela peut également vous aider à comprendre les questions ou les malentendus qu'un public donné peut avoir sur le sujet.

Conseil d'expert

« L'ampleur de la désinformation est énorme, alors **soyez attentif** à ce que vous êtes en mesure de faire, en tant que pigiste, explique Pamposh Raina, une journaliste dont le travail récent s'est concentré sur l'analyse de la désinformation sur les réseaux sociaux et les applications de messagerie privées en Inde. Le travail de vérification peut demander beaucoup de travail et de temps et, en tant que freelance, vous devrez équilibrer ce temps passé avec vos autres tâches et votre rémunération. Si vous travaillez en indépendant, ayez un objectif clair, sachez comment vous allez publier, comment organiser votre travail, en ayant identifié votre public cible en amont », dit-elle.





Se méfier des faux médias



Ne devenez pas le canal involontaire de la désinformation. Les organisations qui utilisent le mot « actualités » dans leur titre ne sont pas toujours des organes d'information.

Lorsque vous rencontrez un site d'information dont vous n'avez jamais entendu parler, faites vos recherches. Utilisez les mêmes critères de vérification et de confiance que vous appliquez à vos contenus et sources en ligne pour évaluer sa crédibilité.

Mettre à jour ses compétences

Accorder du temps et les ressources nécessaires pour garder à jour vos compétences en matière de vérification et d'investigation numérique peut s'avérer difficile en tant que freelance, mais cela vous permettra non seulement d'améliorer votre travail, mais aussi de vous faire connaître auprès des rédacteurs en chef ou des rédactions.

De nombreuses rédactions développent leurs propres compétences internes dans ce domaine mais se spécialiser dans la désinformation, qu'il s'agisse d'un sujet ou de la maîtrise d'un outil spécifique, peut déboucher sur un travail rémunéré.

Conseil d'expert

« Faites la promotion de vos compétences et de vos points forts dans ce domaine, conseille Raina. Peut-être que la surveillance des réseaux sociaux ou des applications de messagerie est quelque chose que vous savez faire et que vous pouvez aider les salles de rédaction à être plus efficaces sur ce point. »

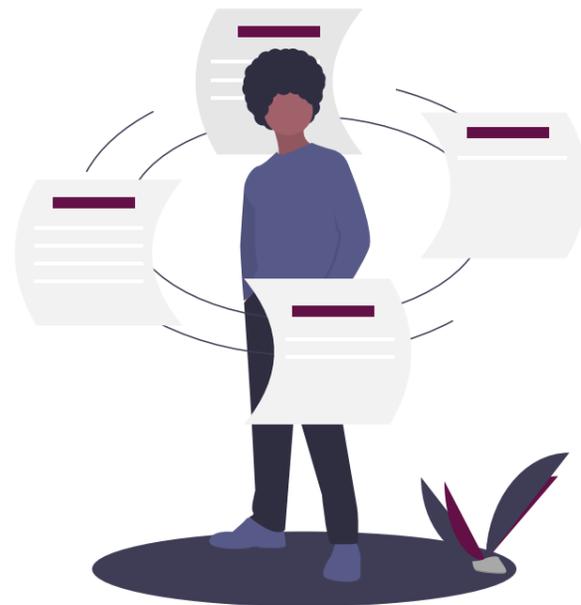
S'il vous arrive de faire des shifts au sein de certaines rédactions ou de participer à des projets de vérification collaboratifs, demandez aux personnes avec lesquelles vous travaillez quels sont leurs outils et leurs processus ou comment elles ont vérifié une histoire en particulier. Cela peut vous aider à rester à jour et à apprendre de nouvelles approches, conseille Alexandra.

Connaitre les risques légaux

En tant que pigiste, vous n'avez peut-être pas le même accès aux ressources juridiques ou au soutien d'une rédaction qu'un journaliste salarié. Si vous ne pouvez pas vérifier quelque chose ou si vous avez encore des doutes sur la crédibilité des sources qui ont créé ou posté le contenu en question, la publication de l'article pourrait nuire à votre réputation et vous rendre particulièrement vulnérable à une action en justice. Faites tout pour ne pas vous retrouver dans cette situation.

Si vous avez des préoccupations d'ordre éthique ou juridique, n'ayez pas peur de travailler en étroite collaboration avec votre rédacteur en chef et de poser beaucoup de questions, surtout si votre travail implique des sujets ou des sources qui impliquent les juridictions de différents pays.

N'allez pas trop vite en besogne en rapportant ou en partageant sur les médias sociaux quelque chose que vous ne pouvez pas encore totalement confirmer ou qui divulgue des informations sensibles. En tant que freelances, nous avons tendance à vouloir montrer notre travail en cours et à promouvoir ce que l'on fait, mais veillez à ne pas vous exposer à des poursuites judiciaires ou à compromettre vos sources. Voici comment Wildon a protégé l'identité d'une source tout en montrant son processus dans un fil Twitter de résultats confirmés.

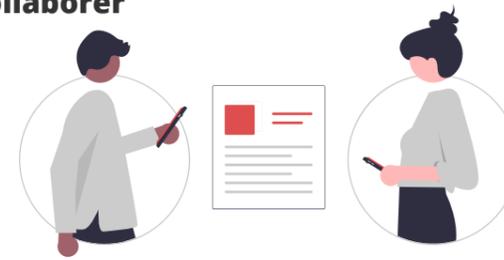


Conseil d'expert

Si vous travaillez de manière totalement indépendante, y a-t-il d'autres journalistes que vous pourriez impliquer dans votre reportage ou pour vérifier vos conclusions ? « Notre intuition peut être un excellent guide, mais si quelque chose vous semble anormal, il faut en chercher la raison », dit Wildon. Vérifiez la législation en vigueur, évaluez pourquoi vous n'êtes pas à l'aise avec un élément et si quelque chose vous semble contraire à l'éthique, parlez-en avec un rédacteur en chef ou un proche.

Si vous devez utiliser le contenu de quelqu'un dans le cadre de votre article, n'oubliez pas de demander l'autorisation - c'est crucial pour des raisons de droits d'auteur. Créez un formulaire d'autorisation simple qui peut être partagé via un lien et gardez-le à portée de main pour accélérer le processus, conseille Raina.

Collaborer



Vérifiez si une histoire, une source ou un élément de contenu a déjà fait l'objet d'un contrôle des faits et d'une vérification. Cherchez des réseaux de vérificateurs de faits spécifiques à votre sujet ou à la région dans laquelle vous travaillez et envisagez de collaborer. Cela peut vous apporter des ressources et une protection supplémentaires en tant que journaliste indépendant, ainsi que des possibilités utiles de vérification des faits et de partage de compétences.

Il est important de trouver le temps de créer des réseaux avec d'autres personnes qui travaillent dans ce domaine, ajoute Raina. Cela vous permet de faire circuler des idées ou de trouver des contacts, des compétences ou des financements qui pourraient permettre de lancer des projets d'investigation.

Conseil d'expert

« J'avais l'habitude d'être beaucoup moins précautionneux mais au fil du temps, j'ai commencé à garder les choses au sein d'un groupe très fermé de personnes afin de m'assurer que les détails des enquêtes sensibles (sur lesquelles je travaille) restent protégés », explique Wildon, qui vérifie les faits avec les rédacteurs en chef quand cela est possible ou se tourne vers des groupes d'experts avec lesquels il est en contact, pour confirmer certaines informations avant la publication.

Les communautés en ligne peuvent fournir de précieuses informations sur le terrain, régionales ou spécifiques à un sujet, utiles au processus de vérification, ajoute Alexandra. Cherchez et devenez un membre actif des réseaux en ligne qui complètent vos compétences.

Prendre soin de sa santé mentale

Selon le sujet traité, le travail de vérification peut exposer les journalistes à des images choquantes, des récits bouleversants, à des personnes malveillantes ou des trolls. Vous devez évaluer ce à quoi vous êtes capable de vous exposer et fixer vos limites, car le seul soutien dont vous disposez dans ce domaine en tant que freelance sera vous-même, met en garde Raina : « Il est très important de prendre du recul et de se dire que l'on y reviendra plus tard si besoin. »

Conseil d'expert

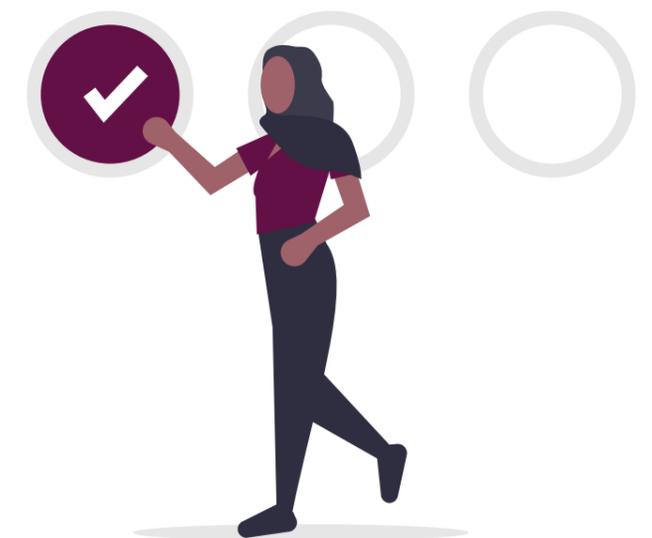
Si vous travaillez sur une vérification susceptible de vous exposer à un contenu choquant ou pénible, un solide réseau d'autres journalistes travaillant dans ce domaine peut être bénéfique, explique Alexandra. En tant que journaliste indépendant, vous n'avez peut-être pas accès aux ressources internes, aux réunions de salle de rédactions ou aux événements offrant des ressources liées au bien-être, alors « entourez-vous » de personnes qui comprennent ce type de travail et rejoignez des groupes en ligne et des forums professionnels.

Accéder aux bons outils

En tant que journaliste indépendant, l'accès aux outils payants qui peuvent vous aider dans votre travail de vérification est souvent limité ou plus restreint que pour un journaliste staffé. Si l'accès à un outil ou à une ressource payante est crucial pour votre reportage, indiquez-le dans votre proposition et négociez-y l'accès dans le cadre des discussions relatives au paiement de votre commande.

Cherchez des outils alternatifs gratuits et établissez des processus moins coûteux. Wildon conserve ses données sur des disques durs externes pour éviter de payer pour le stockage en cloud, par exemple. Demandez si la publication pour laquelle vous travaillez a un accès aux outils dont vous pourriez avoir besoin.

Si vous travaillez avec une rédaction, assurez-vous qu'elle vous donne accès aux outils qu'elle utilise. C'est particulièrement facile à oublier si vous utilisez votre propre ordinateur ou si vous n'avez pas d'adresse électronique associée à la rédaction, explique Alexandra.



Conseil d'expert

Une programmation de base peut vous permettre d'économiser de l'argent, affirme aussi Wildon : « Vous pouvez apprendre à faire certaines choses vous-même - avec l'assurance que vous n'aurez jamais à vous inquiéter qu'un outil dont vous vous servez beaucoup devienne obsolète. Il est utile de réévaluer de temps en temps ce pour quoi vous payez, de voir ce dont vous avez vraiment besoin et de réfléchir à si cette dépense est toujours justifiée pour l'usage que vous en faites. »

Faites vos devoirs ! Vérifiez un outil, une extension ou un logiciel avant de l'utiliser, ajoute Hill, qui affirme que la majorité des outils qu'il utilise régulièrement sont gratuits : « Il faut savoir que certains sont rendus disponibles en dehors des limites fixées par les plateformes et peuvent donc devenir inefficaces. De même, certains sont proposés par des acteurs ayant un intérêt. »



Liens utiles, base de données et guides de références (en anglais)

| | |
|---|---|
| 10 Tips for reporting on disinformation - Data & Society | > |
| Advanced tool-kit - First Draft | > |
| Basic tool-kit - First Draft | > |
| BBC Africa Eye Forensics Dashboard - BBC Africa Eye team | > |
| Datajournalism.com | > |
| Fact Checking & Verification for Reporting - The Craig Newmark Graduate School of Journalism | > |
| Fact-checking tips and advice - Africa Check | > |
| First Draft | > |
| First Draft training - First Draft | > |
| Global Fact - checking sites - The Reporters' Lab, database of global | > |

Sites de fact-checking

| | |
|--|---|
| Journalist's toolbox for fact-checking - Society of Professional Journalists | > |
| Junkipedia - Algorithmic Transparency Institute | > |
| Online Investigation Toolkit - Bellincat | > |
| OSINT At Home video tutorials - Benjamin Strick | > |
| The International Fact-Checking Network - Poynter | > |
| The Life Cycle Method for Understanding Media Manipulation and Disinformation - Joan Donovan | > |
| The Media Manipulation Casebook - Joan Donovan | > |
| Verification and Digital Investigations Resources - Craig Silverman | > |
| Verification Handbook 1 - A Definitive Guide To Verifying Digital Content For Emergency Coverage - Datajournalism.com | > |
| Verification Handbook, For Disinformation And Media Manipulation - Datajournalism.com | > |
| Verifying Online Information - First Draft | > |

Votre to do list : vérifier, vérifier et vérifier !

Soyez sceptique. Il est préférable de partir de l'hypothèse que le contenu sur lequel vous travaillez est inexact ou qu'il a été tronqué, découpé, dupliqué et / ou reposté dans un contexte différent et d'essayer d'établir sa véracité.

Ces étapes sont particulièrement utiles pour vérifier le « contenu généré par l'utilisateur » (UGC) mais elles sont également applicables à la vérification des faits pour tout type d'information :

1. Identifiez et vérifiez la source originale et l'incidence du contenu en question, y compris l'emplacement de la source, si la source est créatrice du matériel ;
2. Essayez d'établir quand le contenu a été créé (date et heure approximatives) par rapport au moment où il a été mis en ligne pour la première fois.
3. Triangulez et questionnez la source.
4. Obtenez l'autorisation de l'auteur ou du créateur si vous devez utiliser le contenu.

Rassemblez toujours des informations sur la personne qui télécharge le contenu, vérifiez autant que possible avant de la contacter et de lui demander directement si elle est la créatrice du contenu.

Voici comment exécuter ces étapes :

1. Provenance Identifier et vérifier la source originale et l'utilisation du contenu, y compris le lieu, la date et l'heure approximative.

La première étape de la vérification consiste à identifier l'origine du contenu, qu'il s'agisse d'un tweet, d'une image, d'une vidéo ou d'un message texte. Voici quelques questions utiles :

- Pouvez-vous trouver des messages / contenus identiques ou similaires ailleurs en ligne ?
- Quand la première version de ce contenu a-t-elle été téléchargée / filmée / partagée ?
- Pouvez-vous identifier le lieu ? Le CGU a-t-il été géolocalisé ?
- Le contenu renvoie-t-il à d'autres sites web ?
- Pouvez-vous identifier la personne qui a partagé / téléchargé le CGU et la contacter pour en savoir plus ?

2. Vérifier la source

Une fois le contenu original identifié, rassemblez des informations sur l'auteur ou l'initiateur du contenu. L'objectif est de confirmer que la personne derrière le compte est une source fiable. Examinez l'empreinte numérique du « téléchargeur » en posant les questions suivantes :

- Pouvez-vous confirmer l'identité de cette personne et la contacter ?
- Connaissez-vous ce compte ? Son contenu et ses reportages ont-ils été fiables par le passé ?
- Vérifiez son historique sur les réseaux sociaux : est-il actif sur ses comptes ? De quoi parle-t-il / que partage-t-il ? Quelles informations biographiques sont visibles sur ses comptes ? Y a-t-il des liens vers d'autres sites ? Quel type de contenu a-t-il déjà téléchargé ? À en juger par l'historique des comptes, où se trouve l'auteur du téléchargement ?
- Vérifiez avec qui il est connecté sur les réseaux sociaux : qui sont ses amis

et les personnes qui le suivent ? Avec qui interagit-il ? Est-il sur les listes de quelqu'un d'autre ?

- Essayez de trouver d'autres comptes associés au même nom / nom d'utilisateur sur d'autres réseaux sociaux pour trouver plus d'informations :
- Si vous trouvez un nom réel (pas un pseudonyme) utilisez des outils en ligne pour la recherche de personnes ;
- Cherchez des informations sur le parcours professionnel de la personne. Cela peut vous donner des informations essentielles sur son identité réelle et des moyens potentiels de la contacter ;
- Sur Twitter ou Facebook, vérifiez si un compte vérifié l'est vraiment en passant votre curseur sur la coche bleue.

Lorsque vous êtes confronté à des images et des vidéos, adoptez le point de vue de celui qui l'a capturée et posez-vous ces questions sur la source pour vérifier sa crédibilité : qui est cette personne ? où est-elle ? depuis quand est-elle traçable ? qu'a-t-elle vu (et que montre ses photos / vidéos) ? quel est son positionnement ? pourquoi se trouve-t-elle là ?

Remarque : ces questions sont également utiles pour vérifier des informations textuelles.

- Reliez son activité à d'autres comptes en ligne qu'elle est susceptible de gérer en vous posant ces questions :
- Recherchez le code unique de la vidéo sur Twitter ou Facebook - y a-t-il des comptes affiliés ?
- Y a-t-il d'autres comptes figurant sur le profil de la vidéo ou autrement affiliés au « téléchargeur » ?
- Quelles informations les comptes affiliés donnent-ils qui indiquent une localisation récente, une activité, une fiabilité particulière, un parti pris ou un agenda ?
- Depuis combien de temps ses comptes sont-ils actifs ? Dans quelle mesure sont-ils actifs ? (plus ils sont actifs, depuis longtemps, plus ils peuvent être considérés comme fiables).
- Avec qui les comptes de ces réseaux sociaux sont-ils reliés et qu'est-ce que cela nous apprend sur le « téléchargeur » ?
- Peut-on trouver des informations WHOIS pour un site web affilié ? La personne figure-t-elle dans les annuaires téléphoniques locaux, sur Spokeo, Pipl.com, WebMii, ou LinkedIn ? Ses cercles sociaux en ligne indiquent-ils qu'il est proche de cette histoire ou de ce lieu ?

3. Lieu et date

Vous devez vérifier la date et l'heure approximatives de la création du contenu, en particulier lorsqu'il s'agit de photos et de vidéos. Cela correspond-il à la date et au lieu que le contenu prétend montrer ?

- Vérifiez les informations météorologiques du jour et du lieu où l'événement s'est produit. Les conditions météorologiques sont-elles les mêmes que celles des prévisions météorologiques (locales) et des autres sources de cet événement ?
- Cherchez dans les sources d'information des reportages fiables de ce jour-là.
- À l'aide de la recherche de vidéos et d'images, observez si des éléments de contenu du même événement sont antérieurs à ce sur quoi vous travaillez.
- Pour les images et les vidéos, cherchez (et écoutez) tout élément d'identification indiquant la date et l'heure, comme des horloges, des écrans de télévision, des pages de journaux, etc.

Localisation : un autre aspect crucial de la vérification consiste à identifier l'emplacement précis d'un contenu :

- Le contenu inclut-il des informations de géolocalisation automatisée ?
- Trouvez des points de référence à comparer avec l'imagerie satellite et les



photographies géolocalisées, tels que :

- Signes / lettrages sur les bâtiments, plaques de rue, plaques d'immatriculation des voitures, panneaux d'affichage, etc.
- Rue reconnaissable ou paysage distinctif, comme une chaîne de montagnes, des rangées d'arbres, des falaises, des rivières, etc.
- Points de repère et bâtiments tels que les églises, les minarets, les stades, les ponts, etc.
- Conditions météorologiques telles que la lumière du soleil ou les ombres pour déterminer une heure approximative de la journée. Utilisez Wolfram Alpha pour rechercher des bulletins météorologiques à un moment et un endroit précis.
- Plaques d'immatriculation des véhicules
- Vêtements spécifiques

Pour les vidéos :

- Prêtez attention à la langue parlée dans une vidéo. Vérifiez que les accents ou les dialectes sont raccord avec la localisation géographique prétendue de l'événement. Souvenez-vous que Google Translate ne propose pas toujours des traductions exactes dans certaines langues. Trouvez de l'aide auprès de personnes parlant la langue que vous cherchez à identifier.
- Les descriptions des vidéos sont-elles cohérentes et proviennent-elles pour la plupart d'un endroit précis ?
- Les vidéos sont-elles datées ?
- Si les vidéos du compte utilisent un logo, ce dernier est-il cohérent sur l'ensemble des vidéos ? Correspond-il à l'avatar du compte YouTube ou Vimeo ?
- Le compte qui a téléchargé la vidéo utilise-t-il du contenu provenant d'autres organisations, médias, d'autres comptes YouTube ou téléchargé-t-il uniquement du contenu généré par les utilisateurs ?
- Le « téléchargeur » écrit-il dans un langage ou un dialecte identifiable dans la narration de la vidéo ?
- Les vidéos de ce compte sont-elles de qualité constante ?
- Les descriptions des vidéos comportent-elles des extensions de fichier telles que .AVI ou .MP4 dans le titre de la vidéo ? Cela peut indiquer que la vidéo a été téléchargée directement depuis un appareil mobile.

4. Trianguler et questionner la source

Une fois que vous avez suivi les étapes ci-dessus, posez-vous la question suivante :

- Les images / vidéos / contenus ont-ils un sens, compte tenu du contexte dans lequel ils ont été tournés / filmés ?
- Y a-t-il quelque chose qui semble déplacé ?
- Certains détails donnés par la source ou certaines réponses à mes questions ne correspondent-ils pas ?
- Des médias ou des organisations ont-ils diffusé des images / vidéos similaires ?
- Y a-t-il des informations sur Snopes à ce sujet ?
- Y a-t-il quelque chose qui semble louche ou trop impressionnant pour être vrai ?

Lorsque vous prenez contact avec la source, posez des questions directes et recoupez les réponses avec les informations obtenues lors de vos recherches. Assurez-vous que leurs réponses correspondent à ce que vous avez trouvé.

Source: **Verification Handbook 1, Datajournalism.com** →