

INOCULER VOTRE AUDITOIRE CONTRE LES FAUSSES NOUVELLES

Comment la transparence peut établir un climat de confiance et contrer la désinformation

BY KALEIGH ROGERS, Freelance Journalist

Hotsheets

Quand le président des États-Unis publie presque quotidiennement des gazouillis à propos des « fausses nouvelles », on ne saurait s'étonner que votre auditoire s'interroge sur ce qu'il doit croire.

Un des effets les plus insidieux de l'incidence croissante de la désinformation aura été l'érosion de la confiance à l'égard du journalisme légitime. Mais elle aura également présenté une occasion : celle d'établir des ponts avec vos lecteurs et de les sensibiliser à la question de la désinformation. Voici quelques mesures pour aider vos lecteurs à naviguer dans les eaux de plus en plus troubles des médias en ligne et pour augmenter leur niveau de confiance à l'égard de votre publication.

CRÉEZ VOTRE PROPRE TROUSSE D'OUTILS À L'INTENTION DE VOS LECTEURS

Une des priorités incontournables pour inoculer votre auditoire contre la désinformation est d'établir une trousse d'outils à l'intention de vos lecteurs. La création d'un document évolutif auquel vous pourrez faire référence dans vos reportages s'avérera fort utile, de manière suivie, et fournira une ressource que votre auditoire pourra consulter afin de mieux identifier et éviter les fausses nouvelles.

Vous devrez veiller à couvrir les divers types de désinformation et à fournir une introduction de base à l'art de vérifier les faits. Dans le premier cas, cela peut comprendre des définitions pour distinguer la désinformation — fausse information qui est délibérément partagée dans le but d'éconduire les lecteurs — et la mésinformation, qui est partagée par erreur ou manque de connaissances. Dans le deuxième cas, vous fournirez aux lecteurs des astuces simples pour vérifier les sources, comme la façon de mener une recherche inversée sur une image ou de vérifier si une URL correspond au site qu'ils essaient de trouver.

Dans votre trousse d'outils, il serait bon de fournir les stratégies que les auteurs de désinformation utilisent le plus fréquemment. Le fait de comprendre d'où provient la désinformation et les tactiques utilisées pour manipuler les lecteurs peut aider votre auditoire à reconnaître plus facilement les fausses nouvelles lorsqu'il y est exposé. Par exemple, la désinformation est souvent présentée de façon à susciter des émotions, avec titres et images sensationnalistes. Fournissez à vos lecteurs une liste de questions qu'ils doivent se poser lorsqu'ils sont exposés à ce type de contenu. Des questions comme : « Ce contenu suscite une vive réaction de ma part; pourquoi quelqu'un peut-il vouloir éveiller ce sentiment chez moi ? » Ou encore : « Ai-je vu ce contenu traité ailleurs, par une autre source ? »

Vous pouvez facilement personnaliser votre guide afin qu'il s'applique particulièrement au contenu de votre publication, en donnant aux lecteurs des conseils et astuces pour naviguer parmi les divers types de désinformation qui peuvent se manifester dans les secteurs que vous couvrez. Par exemple, une publication qui traite de santé pourrait fournir aux lecteurs une présentation du fonctionnement du processus de revue par les pairs, ainsi que des conseils pour mener des vérifications sur l'étude évoquée par un titre.

Avant de bâtir votre trousse d'information, documentez-vous sur la recherche en matière de désinformation pour mieux comprendre comment elle est disséminée et de quelle façon elle peut avoir une incidence sur les secteurs que vous couvrez. [Ce rapport, du Parlement britannique](#), couvre une somme importante de recherches. Vous pouvez également consulter divers guides pour vous inspirer, comme [celui-ci](#) pour CBC News, ou [celui-ci](#) des bibliothèques de l'Université de Toronto.

En vérifiant par eux-mêmes les faits, les lecteurs acquièrent de la confiance à l'égard du contenu qu'ils lisent et partagent en ligne, et les magazines peuvent fournir divers outils pour bâtir cette confiance chez leur auditoire.

LA DÉMYSTIFICATION ET LA VÉRIFICATION DES FAITS DOIVENT ÊTRE DE RIGUEUR

Nous savons que la désinformation ne se limite pas au secteur de la politique. Tout, des changements climatiques aux nouvelles sur les célébrités, se prête à du contenu fallacieux destiné à duper les lecteurs. Une bonne façon d'outiller votre auditoire en

matière de rigueur de l'information et de consolider leur confiance à l'égard de votre publication est de faire en sorte que la vérification des faits soit prévue dans votre calendrier de publication.

Bien que votre instinct vous dicte peut-être d'ignorer la désinformation afin d'éviter de lui insuffler de l'oxygène, il peut arriver que les fausses nouvelles se créent une vie propre et méritent qu'on s'y attaque délibérément — pensez à [Snopes](#), mais en l'appliquant à votre publication. Snopes s'est fait un nom en ligne comme ressource pour contrevérifier les affirmations douteuses, et ce site préconise une approche neutre pour vérifier les rumeurs et nouvelles populaires devenues virales en ligne. En soumettant régulièrement à une vérification des faits les cas les plus importants de désinformation qui sévissent dans votre secteur, vous contribuerez à ce que votre magazine soit reconnu comme une ressource vers laquelle les lecteurs se tourneront automatiquement lorsqu'ils liront un contenu qui leur semble suspect. Ils auront confiance que vous serez toujours au fait de ce qui se partage et que vous fournirez un contenu neutre, fondé sur des faits, pour valider ou réfuter l'information.

La vérification des faits présentés dans les articles est simple et facile pour la plupart des rédacteurs d'équipes ou les pigistes qui se spécialisent dans le secteur particulier que couvre votre magazine. Suivez les médias sociaux pour vous informer sur les sujets ou mêmes en vogue qui diffusent de fausses affirmations — ils ont souvent une longue durée de vie et sont diffusés pendant des semaines ou des mois à la fois. Mandatez un rédacteur pour réfuter les fausses affirmations, preuves à l'appui. Il y a des articles incontournables que les auditoires peuvent partager et auxquels ils peuvent se référer régulièrement, lorsqu'une fausse nouvelle semble se pointer. Cela contribuera à établir la crédibilité et l'autorité que vos rédacteurs d'expérience méritent bien.

ÉVITEZ D'ÊTRE VOUS-MÊME DUPÉ

Malheureusement, il y a un nombre croissant d'exemples de désinformation ciblant les journalistes dans le but de les duper et de les discréditer. Jusqu'au Washington Post qui révélait en 2017 avoir été la cible d'une tentative malicieuse visant à glisser un article fallacieux dans ses pages — heureusement, les normes journalistiques rigoureuses du Post ont permis de faire échec au complot.

Dans le contexte des budgets restreints et de pressions liées à la publication dans les médias numériques 24 h/24, 7 j/7, il peut être facile de relâcher quelque peu la rigueur journalistique. Mais il est important de demeurer vigilant à l'égard des tentatives de fausses nouvelles. Les vidéos et les images sont particulièrement susceptibles d'être trompeuses, car elles peuvent être facilement manipulées ou partagées hors contexte; assurez-vous donc de contrevérifier trois fois plutôt que deux la source du média avant d'en faire état.

Il en va de même de tout article qui semble trop bon pour être vrai. Les intervenants mal intentionnés savent qu'une bonne primeur augmente la pression sur les magazines qui souhaitent en avoir l'exclusivité et ils utiliseront ce stratagème comme appât dans l'espoir que les publications feront preuve de relâchement dans leur hâte de publier la nouvelle. Plus le temps presse, plus vous devez faire preuve de prudence et de méticulosité.

La dernière chose que souhaite un magazine, quel qu'il soit, est de devenir lui-même pourvoyeur de fausses nouvelles. En demeurant en état d'alerte et en vous reposant sur des normes de journalisme bien éprouvées, vous protégerez vos lecteurs et votre réputation.

BÂTIR LA CONFIANCE PAR LA TRANSPARENCE

Nous pouvons en fait tirer parti du fléau de la désinformation pour en faire une occasion d'ouvrir la porte à notre auditoire. Les tenants et aboutissants de l'édition échappent généralement au lecteur moyen. À une certaine époque, cela peut avoir contribué à l'aura d'exclusivité et d'autorité du contenu de votre magazine. Mais aujourd'hui, un manque de transparence peut inciter les lecteurs à se demander : « D'où tiennent-ils cette information ? »

Il y a plusieurs façons de faire preuve d'une plus grande transparence à propos du processus inhérent à votre travail. La présentation des profils de vos rédacteurs et éditeurs peut faire valoir leur expérience, leur formation et leur savoir-faire. Vous pouvez par ailleurs ajouter certains renseignements à leur ligne de signature : quelque chose d'aussi simple que le nombre d'années où ils ont traité d'un sujet en particulier sera éloquent quant à leurs compétences professionnelles.

Si ce n'est déjà fait, vous pouvez également envisager de publier et de promouvoir vos normes et pratiques en matière de publication en ligne, y compris votre façon de vérifier vos sources, de vérifier les faits, et les règles que vous respectez en matière de critiques, de produits gratuits ou de déplacements. En présentant ces informations, noir sur blanc, et en y faisant régulièrement référence, vous pouvez également aider les lecteurs à être assurés que lorsque votre publication imprime du contenu, vous pouvez le défendre.

LEVEZ LE RIDEAU SUR LE PROCESSUS DE REPORTAGE

La question de la transparence fait bon ménage avec notre dernier, mais non moins important, conseil : faites entrer vos lecteurs en coulisses en leur révélant les secrets de la préparation de votre magazine.

Il y a de nombreuses façons de le faire et vous pouvez jeter un coup d'œil à ce que font d'autres publications pour trouver ce qui convient le mieux à votre magazine et à votre auditoire. Une stratégie peut être d'inclure plus d'information sur le processus de reportage dans l'article même. Si votre rédacteur a appelé 14 survivants du cancer pour avoir un plus vaste échantillon d'expériences pour documenter son article, mais n'en cite que trois, indiquez-le dans l'article. Ou encore, vous pourriez inclure des notes de l'éditeur dans vos numéros pour faire mieux valoir le soin et le travail investis dans tout ce que vous publiez.

Les médias sociaux peuvent également être utiles. Vous pouvez utiliser les fils Twitter pour expliquer le processus de préparation d'un article et fournir plus de détails et de contexte sur ce qui n'a pas été retenu, ou organiser une session Reddit « Demandez-moi n'importe quoi » sur un onglet pertinent de Reddit. Par ailleurs, une vidéo, le clavardage avec un rédacteur ou le suivi de son travail peuvent contribuer à lever le voile sur sa démarche.

Ce que nous tenons pour acquis comme faisant normalement partie du processus de l'édition est souvent complètement inconnu des lecteurs. Le fait de révéler les tenants et aboutissants de votre travail à votre auditoire contribuera à ce que ce dernier l'apprécie encore plus, et l'investisse d'une plus grande confiance.

--

Ce Hotsheet est présenté dans le cadre du projet de L'âge de la désinformation



Nous exprimons notre reconnaissance pour le soutien financier du gouvernement du Canada

