

Comprendre le phénomène des fake news

Les formes d'infox par l'image sur les réseaux sociaux numériques sont omniprésentes. La désinformation par l'image n'est pas une chose nouvelle, comme l'a démontré Gervereau en 2000¹.



Cependant, dans un contexte d'immédiateté numérique, les images manipulées invitent à (ré)apprendre à voir et à comprendre. C'est pourquoi à partir d'août 2018, une veille de comptes de vérification de l'information a été mise en place². Son analyse a permis de mettre au jour une classification de quatre types de manipulation par l'image. Tout d'abord, les « images fabriquées de toutes pièces » qui sont des réalisations iconiques constituant de fausses preuves. Il s'agit de l'infox par excellence. Puis, les « images trafiquées » qui renvoient aux images modifiées, enjolivées, esthétisées dans le but d'influencer un

public. Ce sont les images recoloriées, rognées, ou comportant des ajouts. Les « images décontextualisées » reposent sur l'utilisation d'une image provenant d'un contexte antérieur. C'est une stratégie connue de fabrication d'infox par l'image. Enfin, pour les « images surinterprétées » (images non trafiquées et non décontextualisées), c'est le commentaire de l'énonciateur qui prime. Celui-ci va imposer son point de vue, en surinterprétant stratégiquement ce qui est montré.

Image partagée et self-culture



Post Instagram du compte officiel de Leonardo DiCaprio dénonçant les incendies en Amazonie à l'été 2019. C'est un exemple d'image recontextualisée : cette photographie a en fait été prise par Loren McIntyre, un photographe décédé en 2003...

La culture du partage révolutionne « l'image connectée ». En effet, chacun peut produire des images, les truquer et ainsi se les réapproprier. Ce nouveau mode d'accessibilité constitue un terrain favorable à la création de contenus trafiqués et surtout à leur circulation. Ce partage se voit encore doublé d'un enjeu social « d'individualisme expressif », comme l'ont illustré Allard et Vanderberghe en 2003³. Dans le partage d'une image, la tentative de se mettre soi en valeur entre en jeu. La configuration narrative d'une image partagée est une pratique courante d'écriture de soi. À l'heure de la self-culture, chacun y voit sa propre vérité.

Émotion et post-vérité

Le pouvoir de l'image est de toucher les sentiments les plus profonds du public, comme l'indignation, la compassion, la sublimation, la peur, la haine, la sidération, etc.

Les contenus visuels violents sont susceptibles d'être plus fortement partagés. Les images sont ainsi instantanément absorbées. Les internautes, noyés dans un flux permanent d'informations, n'analysent pas l'image et sont alors simplement touchés par le contenu. Cet appel à l'émotion est un terrain favorable au déploiement de la post-vérité, comme l'a démontré Wieviorka en 2017⁴. La post-vérité est une situation où la réalité des faits influence moins l'opinion publique que l'appel aux émotions et aux croyances personnelles. **C'est l'émotion qui prime, la vérité est devenue secondaire.**



Image virale de sublimation sur Twitter. En réalité, il s'agit d'une photographie d'un pont situé en Malaisie prise en 2018 auquel ont été ajoutés une baleine et son baleineau. Le photomontage a été réalisé et publié sur Instagram par Umut Reçber, artiste turc spécialisé en design graphique.

Par Justine Simon

Vers une éducation aux médias et à l'information

Ce rapport à l'image manipulée que nous rencontrons quotidiennement sur les réseaux sociaux reste une question complexe qu'il faut approfondir. Journalistes, enseignants, chercheurs ont tous un rôle à jouer pour limiter les formes de manipulation. La responsabilité est collective afin d'éclairer les citoyens de demain.

• Découvrez plus d'informations sur les sites de vérification d'informations page 84.

1-Gervereau Laurent, 2000, *Un siècle de manipulations par l'image*, Paris, Somogy-BDIC.

2-Les quatre comptes de fact-checking qui ont été retenus sont : @AFPFactuel (AFP), @CheckNewsfr (Libération), @InfotoxF24 (France 24) et @FAKE_Investiga (fact checking de photos et de vidéos).

3-Allard, L. & Vandenberghe, F. (2003), « Express Yourself ! Les pages perso entre légitimation techno-politique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer-to-peer », *Réseaux*, 117, pp. 191-219.

4-Wieviorka Michel, 2017, « Face à la "postvérité" et au "complotisme" », *Socia*, n°8, pp. 81-96.

5-Voir l'exemple de l'article du *Gorafi* « Marine Le Pen propose d'entourer la France d'un mur payé par l'Algérie » repris au premier degré par *El Hayat*, un journal algérien.

POUR ALLER PLUS LOIN

- Huyghe François-Bernard, *La désinformation, les armes du faux*, Paris, Armand Colin, 2016.
- Mercier Arnaud, « Fake news et post-vérité : tous une part de responsabilité ! », in *Fake news et post-vérité*, e-book publié par le site *The Conversation*, pp. 4-8, 2018.
- Sassoon Virginie, « Éduquer les jeunes aux images, un enjeu de citoyenneté », in : *La Revue des Médias*, mis en ligne le 26 juin 2018.
- Simon Justine, « L'infox par l'image sur les réseaux sociaux. Détournements, Circulation et Mises en récit », *The construction of reality in the post-truth age*, *Intersudia*, 25, Bacău, Editura Alma Mater, pp. 41-52, 2019.

l'écho de la boucle

Actualités | Émissions | Publications | Recherche | Services | Santé | Sports | Débats

Doubs : le village de Gilley entièrement repeint en jaune pour protester contre la hausse du carburant

Après d'âpres négociations d'Emmanuel Macron, un déplacement à Besançon ce vendredi, 346 votants ont décidé de repeindre le village de Gilley en jaune.



Exemple de fake news humoristique : retouche d'une photographie du village de Gilley, prétendument repeint en jaune lors du mouvement des Gilets jaunes. Article paru sur le site d'informations parodiques techedelaboucle.fr.

Humour et fake news, le danger de la mauvaise réception

Parfois, une infox ne vise pas directement à critiquer. L'humour devient un moyen détourné pour critiquer ou soutenir un mouvement. L'objectif des canulars et autres parodies n'est pas de manipuler l'opinion, mais de contribuer à la circulation de mauvaises informations⁵. La réception d'une infox humoristique nécessite une forme de connivence entre le blagueur et son public. Comme le précise Pierre Lefebvre : « Le danger avec l'humour sur les réseaux sociaux, c'est qu'on n'est plus dans la communauté avec laquelle on entretient un rapport minimal de connivences ».

**Fake news,
ton univers
impitoyable !**



Fake news : la manipulation par l'image



La chasse aux fake news (fausses informations ou infox, en français) est devenue un enjeu démocratique majeur pour nos sociétés contemporaines. En atteignant notre sensibilité, les images constituent l'outil de manipulation par excellence. De nombreux travaux ont montré que les réseaux socio-numériques étaient de redoutables moyens de diffusion de rumeurs et de fausses informations. Le but est de saisir les intérêts des infoxeurs, de comprendre les phénomènes de viralité et d'analyser la manière dont les publics réceptionnent ces images manipulées. Néanmoins, ces études ne prennent pas en compte l'aspect uniquement visuel, qui a été mis au cœur de l'investigation menée par Justine Simon.

L'image numérique, comme l'image tout court, est avant tout une représentation du réel. La réalité est saisie d'une façon souvent trompeuse. Les manières d'éclairer, de cadrer, d'orienter, d'ajouter des filtres, produisent des formes d'illusions. L'image numérique n'est donc pas le réel. Qu'elles soient retouchées ou non, les images mentent et sont loin d'être innocentes.

**Par
Justine
Simon**



Justine Simon est Maître de Conférences en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Bourgogne-Franche-Comté (ELLIADD). Ses recherches sont consacrées à la communication numérique et à l'analyse du discours numérique. La problématique du rôle de l'image et de sa circulation via les réseaux socio-numériques fait l'objet de plusieurs de ses travaux. La sensibilisation aux formes d'infox par l'image est aujourd'hui son nouveau terrain de recherche.

Scénario :
Nicolas Pona
**Dessins
et couleurs :**
Fredgri