

# La diffusion de fausses nouvelles sur les médias sociaux

## STATISTIQUES ET BONNES PRATIQUES



Cette fiche a été développée par Cyber Respect pour le CDÉACF grâce au financement du ministère Femmes et égalité des genres Canada.



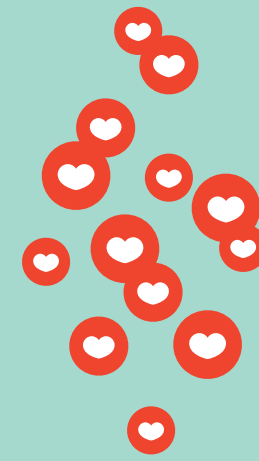
# STATISTIQUES

## PARAÎTRE CRÉDIBLE



Les gens ont la tendance à croire plus facilement l'information partagée par des personnes qu'ils perçoivent comme étant **crédibles** (Pornpitakpan, 2004)

## LES J'AIME



La **rétroaction sociale** sur les réseaux sociaux (telle que les « j'aime ») augmente la croyance dans les contenus ou nouvelles, même s'ils contiennent de la désinformation. (Avram, Micallef, Patil & Menczer, 2020).

## TITRES ÉVOCATEURS



Les titres de fausses nouvelles sont émotionnellement évocateurs et veulent **susciter un choc, la crainte et la colère**. (Kozyreva, Lewandowsky & Hertwig, 2020)

## LE PARTAGE DE FAUSSES NOUVELLES



**16 %** des faux titres ont été partagés même s'ils étaient identifiés comme étant inexacts. (Pennycook, Epstein, Mosleh, Arechar, Eckles & Rand, 2021).

## NE PAS FAIRE ATTENTION À LA PRÉCISION



**50 %** de la diffusion de fausses nouvelles se fait par erreur de ne pas avoir vérifié si l'information est vraie ou fausse. (Pennycook, Epstein, Mosleh, Arechar, Eckles & Rand, 2021).

## ÉVALUER LA PRÉCISION



Le taux de partage de fausses nouvelles a diminué de **50 %** quand les personnes ont commencé à évaluer la véracité du message. (Pennycook, Epstein, Mosleh, Arechar, Eckles & Rand, 2021).

# BONNES PRATIQUES

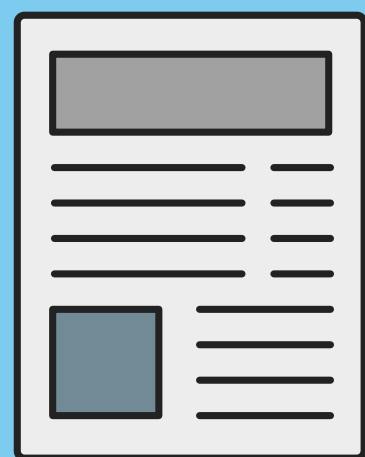


Vérifier les **sources** citées dans l'article. Quel est le nom de l'auteur-e et quelles sont ses qualifications ? Est-ce que les articles et publications sont examinés par des pairs ?

Examiner si l'article vous présente les **différentes facettes de l'histoire**. C'est important que les articles explorent tous les côtés d'un argument. De plus, on peut s'assurer que les références soutiennent les points présentés dans l'article et que le titre reflète le contenu.



Vérifier la **date de publication** de l'article. Cela peut être indicatif de sa crédibilité. Vérifiez aussi si l'information contenue dans l'article a été reprise par des médias de source fiable.



Évaluer s'il s'agit d'une **vrai site web** de nouvelles ou si c'est un nom similaire récupéré par quelqu'un. Se rappeler que les médias sociaux ne sont pas des agences de presse et les publications ne devraient pas être considérées comme des nouvelles.

Bien réfléchir à l'**objectif de l'article**. Est-ce que l'auteur-e veut tout simplement informer ? Ou est-ce que son but est de vendre quelque chose, de divertir ou de persuader ?



Utiliser **un site** pour vérifier si le contenu de l'article est vrai ou faux. Un exemple serait le site <https://factuel.afp.com/>