

enter

Guide des médias numériques 01/2021

Fake News

La vérité sur le mensonge
S'enrichir grâce aux fake news
Hypertrucages et algorithmes
Le rôle des médias
Identifier les fake news

12:34



«La confiance, ciment de notre société»



PERSONNE

Michael In Albon est père de deux garçons (11 et 13 ans) et délégué à la protection de la jeunesse dans les médias pour Swisscom. Il se fera un plaisir de répondre à vos questions et de s'entretenir avec vous:

>> facebook.com/michaelinalbon
>> twitter.com/michaelinalbon

La vie en communauté se base sur la confiance. Au début du XX^e siècle, le philosophe américain William James a défini la notion de vérité en déclarant que l'homme considèrerait comme vraies les idées qui lui étaient utiles: nous ne nous concentrons pas toujours sur les faits, et nous préférons accorder du crédit aux éléments qui s'inscrivent dans notre vision du monde.

Qu'en est-il des mensonges ciblés? Aujourd'hui, les technologies numériques permettent de berner facilement des millions

de personnes à la fois. Les mensonges bien érigés ne sont pas faciles à déceler. C'est pourquoi les enfants et les adolescents doivent absolument apprendre à démêler le vrai du faux et à se protéger – un véritable savoir-faire. Quelles motivations se cachent derrière une vidéo? Quels moyens textuels sont utilisés pour nous influencer? Il ne suffit pas de lire un article, de regarder des vidéos ou d'écouter des podcasts. Les contenus doivent être compris.

Mes fils adorent les clips YouTube dans lesquels des personnes prétendent avoir réalisé l'impossible, comme un voyage d'Australie au Canada avec cinq dollars en poche. Ces affirmations sont fausses, ce qui n'empêche pas mes enfants d'apprécier ces vidéos. Dès lors, à quoi s'attendre lorsque les enjeux sont plus importants?

Nous faisons confiance aux automobilistes, au conducteur de train, aux parlementaires. Les contenus mensongers divulgués à grande vitesse sont un poison pour la cohésion sociale. Lorsque les fake news troublent notre vision du monde, elles menacent les fondements de notre société. Car c'est sur la confiance que repose la vie en communauté.

Bien cordialement

Michael In Albon

Délégué à la protection de la jeunesse dans les médias pour Swisscom SA

Table des matières

Mentir sans rougir	04
S'enrichir grâce aux fake news	10
La vérité sur le mensonge	12
«Ce que les gens cherchent, ce sont des explications et des solutions simples.»	16
Les fake news en chiffres	20
D'un réalisme «bluffant»: les deepfakes	22
Identifier les fake news	24
Le cerveau, façonneur de vérité	27
«Faire confiance est plus efficace qu'interdire»	30
Les médias forgent l'image que nous avons du monde	32
Algorithmes – dans l'antichambre de l'information	36
Swisscom Corner	38
Impressum	39



Mentir sans rougir

Fake ou fait avéré? La question ne date pas d'hier, mais aujourd'hui, les fausses nouvelles se propagent à la vitesse grand V via les réseaux sociaux. Pour beaucoup d'entre nous, décrypter les fake news constitue un défi majeur pour notre société.

Chaque jour voit la publication en ligne de millions de nouveaux articles, blogs, posts ou vidéos. Internet permet à tout un chacun de publier, commenter ou partager des contenus. Mais le nombre de nouvelles falsifiées ou manipulées ne cesse de croître, qu'il s'agisse de textes, d'images ou de vidéos.

Pour les enfants et les jeunes, évaluer la véracité des contenus est difficile. Parents et enseignants ont un avantage de taille: l'expérience de la vie. Mais cela ne les dispense pas de faire preuve d'esprit critique pour démêler le vrai du faux. Actuellement, bon nombre de personnes ne disposent pas des critères et des compétences médiatiques nécessaires pour différencier les sources

Depuis le début de la pandémie de coronavirus, les demandes quotidiennes adressées aux vérificateurs de faits de l'association Mimikama ont quintuplé. Comment se fait-il que des fake news soient reprises et relayées des millions de fois sans esprit critique?

sûres des douteuses et pour évaluer la fiabilité d'une information. Il faut un regard critique et des stratégies pour juger du contenu des médias. Les progrès techniques rendent la chose encore plus difficile: actuellement, images et vidéos peuvent être retouchées si parfaitement que les changements deviennent imperceptibles.

*«Internet est un outil,
c'est aux internautes de décider
comment l'utiliser.»*



Une question d'intention

Le terme fake news fait désormais partie du langage courant. Mais que se cache-t-il derrière ces «fausses nouvelles»? Une erreur dans un article ou un pronostic qui s'avère erroné sont-ils des fake news? En principe non.

On entend par fake news «des nouvelles fausses ou trompeuses diffusées par des personnes de mauvaise foi ou pour qui la vérité n'a pas d'importance» (définition tirée du forum sur la culture du débat forum-streitkultur.de). Ce n'est pas uniquement la fausseté d'une nouvelle qui importe, mais aussi l'intention qui se cache derrière.

Ce terme a trouvé une nouvelle signification avec le président américain Donald Trump: pour lui, toute information désobligeante publiée à son égard est une fake news. Il se sert de cette expression comme d'une arme politique similaire au terme «Lügenpresse» (presse mensongère) apparu au XIXe siècle.

Déterminés à diffuser des fake news

La désinformation consiste souvent en des histoires inventées, qui sont maquillées en nouvelles. Lors des élections présidentielles américaines de 2016 par exemple, il avait été allégué que le pape soutenait la candidature de Donald Trump ou qu'Hillary Clinton dirigeait un réseau de pornographie infantile camouflé en pizzeria. Désinformation, théories du complot et fake news vont de pair.

Des fake news sont diffusées pour des raisons idéologiques, politiques ou personnelles, voire par intérêt financier, car elles permettent aussi de gagner de l'argent. Les articles sont généralement publiés sur des sites Internet dont le nom ou l'apparence ressemblent à ceux de médias grand public sérieux, dans le but de dissimuler leur manque de véracité, ce qui rend ces sites difficiles à repérer. Les premiers indices susceptibles de mettre la puce à l'oreille sont

INFO

Ethan Zuckerman du Massachusetts Institute of Technology (MIT) distingue trois formes de fake news:

1. **Nouvelles qui accordent une attention injustifiée à un sujet particulier:** quand un sujet est répété à l'envi par les médias, cela nourrit l'impression qu'il est important, même si ce n'est pas forcément le cas comparé à d'autres thématiques. Ce n'est alors pas le sujet en lui-même qui est «fake», mais la perception de sa pertinence.
2. **Propagande:** manœuvre politique ou électorale classique, la propagande se caractérise par le mélange de vraies et de fausses informations visant à affaiblir les positions adverses et à renforcer les siennes.
3. **Désinformation intentionnelle:** cette tactique constitue une nouveauté de par son ampleur et sa fréquence. Elle ne vise pas à faire croire quelque chose de faux, mais à ce que les gens ne puissent plus faire la distinction entre le vrai et le faux, entre des sources sérieuses et douteuses.



Rumeurs, gags, erreurs et manipulation: quelle différence?



Piège à clics

Fausse nouvelles publiées dans le but de générer des revenus publicitaires. L'information est dispersée sur plusieurs pages pour inciter les lecteurs à continuer à cliquer et donc à voir le plus d'annonces publicitaires possible.



Chaîne de courriels

Nouvelle qu'il faut relayer. Ceux qui brisent la chaîne se voient parfois menacés de graves conséquences, et une récompense est promise à ceux qui y participent.



Fake News

Publications fausses ou trompeuses relayées avec une intention frauduleuse ou par des gens pour qui la vérité n'a pas d'importance.



Hoax

Canular ou blague le plus souvent diffusés par SMS, WhatsApp ou e-mail. Exemples: chaîne de courriels, légendes urbaines ou canards.



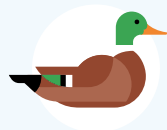
Légende urbaine

Rumeurs ou histoires d'épouvante modernes qui, transmises oralement hier, sont aujourd'hui colportées via les réseaux sociaux.



Théorie du complot

Mélange de faits et d'allégations pures. Elle consiste généralement à tenir pour responsable d'événements ou de situations avérés un groupe censé agir en secret.



Canard

Fausse nouvelle publiée dans un journal. Ces récits mensongers peuvent avoir été sciemment falsifiés ou être dus à une erreur.

par exemple de gros titres aguicheurs et l'absence de noms d'auteur ou de sources.

La prolifération des fake news s'est nettement accélérée avec l'usage des smartphones, des réseaux sociaux et des portails de nouvelles en ligne. Elles peuvent non seulement envenimer les débats politiques et sociaux actuels, mais aussi cristalliser les positions dogmatiques et les préjugés. En particulier les thèmes politiques ou sociaux controversés, comme la pandémie de coronavirus, le changement climatique, la crise des réfugiés ou les votations et élections de ces dernières années, donnent lieu à de nombreuses fausses nouvelles sur le Net. Les groupes extrémistes aussi propagent intentionnellement des fake news pour recruter de nouveaux adeptes.

L'expert en communication allemand Wolfgang Schweiger met en garde contre une polarisation de la société. Les bulles de filtres et les chambres d'écho dans les réseaux sociaux (cf. p. 36) incitent les internautes à penser qu'ils sont mieux informés, alors qu'en réalité, l'information est souvent unilatérale. Le monde politique examine aussi le rôle, la responsabilité et l'intérêt des réseaux sociaux en vue de trouver des solutions.

Le partage de contenus accentue l'effet des fake news: l'impression d'authenticité inspirée par le site web sur lequel une fake news est publiée est encore multipliée par le partage de son contenu mensonger par les utilisateurs, qui semblent ainsi se porter garants de son exactitude. Une fake news twittée par un inconnu ou par le président des USA n'aura pas la même portée. Un contenu partagé par une personne que l'on connaît gagne en crédibilité.

L'étude menée par le MIT en 2018 sur la diffusion des fausses et vraies nouvelles en ligne montre que:

- les fausses informations ont **70% de probabilité en plus** d'être colportées que les autres nouvelles.
- Les fausses informations se propagent **bien plus loin, plus vite et plus largement que la vérité**, en particulier dans le domaine de la politique. Viennent ensuite le terrorisme, les catastrophes naturelles, la science, les légendes urbaines ou les finances.
- **La nouveauté est un facteur important.** Les fausses informations sont perçues comme plus originales, ce qui laisse à penser que les gens préfèrent relayer des informations inédites.
- Lorsqu'elles sont diffusées par des robots, vraies et fausses nouvelles se répandent au même rythme, ce qui indique que ce sont plutôt les **humains**, et non les robots, qui **sont clairement responsables de la dissémination de fausses informations.**

Bienvenue dans l'ère post-vérité

Le terme «post-vérité» a été consacré mot de l'année 2016 par le dictionnaire Oxford. Il a fait son entrée dans le Petit Larousse et le Robert Illustré en 2017. Ce phénomène met en évidence une évolution problématique de la société: les gens sont de plus en plus nombreux à donner davantage de crédit à leurs sentiments qu'aux faits. Exemple: les personnes financièrement aux abois et sans perspectives seront plus enclines à croire que les réfugiés reçoivent beaucoup d'argent de poche et vivent dans des hébergements luxueux.

Les fake news ne datent pas d'hier

Le phénomène des fake news ne date pas d'hier. L'histoire montre que depuis l'Antiquité, des dirigeants et des États ont sciemment mené des politiques de désinformation, surtout en périodes de crise ou de guerre. Pendant les deux guerres mondiales aussi, l'information a été manipulée et publiée à des fins bellicistes. Des formes d'expression artistique comme le cinéma, la photographie, la caricature ou la musique constituaient des instruments de propagande fréquents.

Vedette de l'histoire: la fake news des Habsbourg

C'est grâce à une fake news savamment distillée que la famille des Habsbourg, originaire de l'actuel canton d'Argovie, est devenue l'une des dynasties les plus puissantes d'Europe. En 1356, l'empereur Charles IV de Luxembourg inscrit dans la Bulle d'or que l'empereur du Saint-Empire romain sera choisi par les sept princes électeurs – qui ne comptent aucun Habsbourg. Le duc Rodolphe IV de Habsbourg fait donc créer un acte impérial, le

Privilegium Maius, pour prouver que sa famille a toujours joui des mêmes privilèges que les princes électeurs.

Le Privilegium Maius constitue l'une des falsifications de documents les plus habiles du Moyen Âge. Les scribes ont imité à la perfection l'écriture du début du Moyen Âge, période à laquelle devait remonter le titre, et ils y ont apposé le sceau d'un acte réel. L'empereur Charles IV se méfie cependant de la brusque apparition du document. Il demande à ce qu'il soit authentifié, démontant ainsi la supercherie. Pour éviter un conflit, l'empereur entérine toutefois une partie des exigences. Le duc Rodolphe IV a atteint son but: cette falsification médiévale fait valoir aux Habsbourg une ascension rapide au sein de la noblesse et leur permet de figurer parmi les grands princes de leur époque en Europe. Près d'un siècle plus tard, ce faux est reconnu par un autre souverain: l'empereur Frédéric III de Habsbourg.

Et la Suisse dans tout ça?

En 2018, le Stapferhaus de Lenzbourg a mandaté un sondage intitulé «Vérité et mensonge à l'ère des fake news». Près de 10 000 personnes y ont participé.

Les résultats montrent que les Suisses pensent que les fake news ont augmenté dans les médias. Plus de 80% des personnes interrogées rapportent que l'accroissement des fake news les empêche de se former une opinion. Une grande majorité est même d'avis que la diffusion de contrevérités et de fausses informations constitue un danger pour la démocratie et la cohésion sociale – en Suisse aussi.



Les jeunes sont sceptiques

Les jeunes Suisses font certes confiance aux médias classiques, en particulier aux médias publics, mais ils s'informent de plus en plus via les réseaux sociaux et les moteurs de recherche. C'est l'une des conclusions du rapport JAMESfocus 2019. Dans le même temps, les 12-19 ans estiment qu'Internet est très peu fiable: environ quatre jeunes sur cinq pensent que la moitié, voire plus, de ce qu'ils lisent en ligne est faux.

Ce dilemme n'est pas facile à gérer. La plupart des jeunes échangent avec leurs amis et leur famille sur l'actualité mondiale et vérifient la véracité de ces informations en discutant avec eux. Environ la moitié se tourne vers les médias considérés comme sérieux ou vers divers portails web pour se faire une idée. Ils sont autant à compter sur leurs propres connaissances, et 26% à se fier à leur instinct. Les outils de contrôle des faits ne sont utilisés que par 3% des jeunes interrogés.

Le rapport JAMESfocus montre qu'il n'y a pas d'autre solution que de se montrer critique dans l'utilisation des médias. Il est primordial pour la cohésion de la société que les fake news soient repérées efficacement, ceci pour leur ôter toute capacité de nuisance. Pour ce faire, les enfants et les jeunes ont besoin du soutien de leurs parents et de leurs enseignants, afin de développer leur faculté de détection des fausses informations. Ce n'est qu'en étant des utilisateurs avertis qu'ils pourront s'informer en toute connaissance de cause et différencier le vrai du faux avec assurance.



S'enrichir grâce aux fake news

Les fake news constituent aussi un modèle d'affaires qui permet de gagner beaucoup d'argent. En 2020, les exploitants de sites Internet de fake news ont encaissé près de 23 millions de francs de recettes publicitaires rien qu'avec de fausses informations sur la pandémie de coronavirus.

De l'étudiant en informatique à l'institutrice, les habitants de la petite bourgade macédonienne de Veles sont des milliers à avoir gagné des fortunes avec les fake news. Pendant la période faste de 2015 à 2018, certains d'entre eux sont même devenus millionnaires, principalement grâce aux contenus politiques.

Le modèle d'affaires des producteurs de fake news à Veles ciblait les USA: ils enregistraient des sites Internet avec des noms accrocheurs, y compris des sites désormais interdits comme *americapolitic.com*, puis y copiaient des informations et des histoires tirées du Net ou inventées par leurs soins. Tout était dans l'accroche du titre, car plus

un titre est surprenant et insolite, plus il suscite de clics. La véracité des faits? Secondaire. Les articles étaient ensuite diffusés sur le plus grand nombre possible de profils Facebook, qu'ils achetaient ou créaient eux-mêmes, puis partagés dans de grands groupes Facebook aux USA. Leurs membres lisaient alors ces posts et visitaient les sites web en nombre, faisant gagner de l'argent à leurs propriétaires à chaque clic sur une publicité.

Depuis, Google et Facebook ont pris des mesures contre ce modèle. La période dorée de Veles est désormais révolue. Aujourd'hui, il n'est plus possible de partager une story politique sur un groupe Facebook

CONSEILS

Les sites Internet qui diffusent des fake news gagnent des millions grâce à la publicité

Le Global Disinformation Index (GDI) a analysé 20 000 sites Internet dont les recettes publicitaires annuelles s'élèvent à près de 230 millions de francs. La publicité provient également de grandes entreprises investissant leur budget promotionnel dans des pools de commercialisation, qui recouvrent un grand nombre de sites Internet dont l'origine reste souvent floue. Les entreprises n'ont aucune vue d'ensemble sur la diffusion de leur publicité en ligne.



américain depuis un serveur macédonien. Mais selon les experts, des sites Internet albanais, serbes ou kosovars tentent de copier le modèle.

La publicité en ligne, un marché gigantesque

Le service de Google AdSense chargé de placer de la publicité sur les sites Internet joue un rôle déterminant dans les annonces en ligne. Un algorithme adapte la publicité au contenu du site, glissant une annonce pour un médicament sur un site de santé ou une pub pour de la nourriture pour chat sur un site d'animaux de compagnie. Il insère l'annonce qui promet le plus de recettes, ce qui profite également à la personne qui produit le contenu. En ce qui concerne les faux sites d'information, leurs contenus n'ont d'existence que pour leurrer les internautes et les inciter à regarder la publicité.

transparence. Cette analyse est le fruit du travail d'un groupe de chercheurs britanniques qui détectent de faux sites d'information et en évaluent les risques.

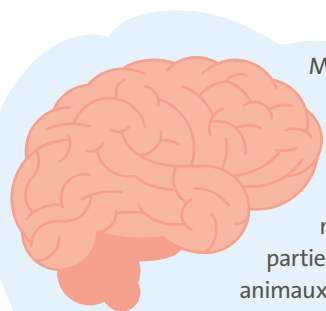
Les géants du web se sont engagés à prendre des mesures contre la désinformation. En été 2020, Google a lancé un programme d'identification qui oblige les annonceurs à confirmer leur identité pour lutter contre les fake news. Le groupe de chercheurs du GDI estime toutefois que les entreprises Internet devraient en faire davantage pour endiguer la propagation de fausses informations.



En 2020, les sites Internet qui relaient des théories complotistes sur le coronavirus ont encaissé plus de 23 millions de francs de recettes publicitaires via Google ou Amazon, selon l'ONG Global Disinformation Index (GDI), qui évalue les sites Internet en fonction de leur

La vérité sur le mensonge

Que l'on ait des principes ou pas, nous mentons tous, peu ou prou. Il est même important pour le développement des enfants qu'ils apprennent comment mentir et comment reconnaître un mensonge. Mais on ne saurait faire l'impasse de la question de la nécessité de mentir, pourquoi et dans quelles circonstances.



Mentir est considéré comme immoral. Et pourtant, les gens mentent entre 2 et 80 fois par jour. Le mensonge semble faire partie de la nature: même les animaux sont capables de ruser pour s'assurer un avantage alimentaire.

Dans le cas des humains, il s'agit d'éviter les conflits, de sauver la face, d'encourager ou de protéger les autres. La science les appelle des mensonges blancs. Plus rares sont les mensonges noirs, qui recèlent une intention de nuire à quelqu'un ou d'obtenir une faveur.

Le mensonge comme lubrifiant social

Les mensonges blancs sont des formules de politesse qui servent de lubrifiant pour favoriser la vie en société. Lorsqu'une amie me demande comment lui va sa nouvelle robe kaki, lui répondre «Très bien» fera meilleur effet qu'un honnête «Cette couleur ne te va pas au teint». Les fausses excuses pour esquiver un rendez-vous ou expliquer un retard font aussi partie des mensonges blancs. Les mensonges noirs en revanche sont proférés dans l'intention de tromper ou par égoïsme. Exemple: le vendeur de voiture qui prétend qu'une voiture d'occasion n'a pas été accidentée alors que c'est faux.



«Un enfant qui ment possède un cerveau bien développé.»

Mentir demande des capacités mentales extrêmement complexes que le cerveau d'un enfant ne peut fournir qu'à partir de l'âge de cinq ans. Si les enfants grandissent dans une société où le mensonge est légion, il est important qu'ils apprennent comment mentir et comment reconnaître le mensonge, au risque d'être à la merci des menteurs.

Mais il est important d'apprendre aux enfants que mentir peut provoquer beaucoup de dégâts. Selon l'auteur Christian Saehrendt, le bluff finit par saper toutes les relations sociales. La confiance est un fondement important du quotidien. Devoir vérifier tout ce que dit son interlocuteur ou constamment remettre tout en question rendrait la vie impossible.

#plusderéalitésurinstagram

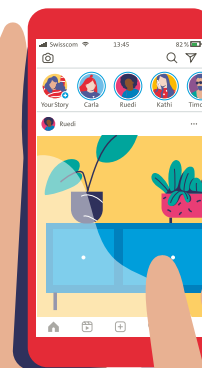
Même l'autoexposition sur les réseaux sociaux n'est au mieux qu'un fragment de la réalité. Les influenceurs ont créé le hashtag #mehrrealität auf instagram (#plusderéalité sur instagram) pour lutter contre l'illusion de la perfection. Ils rappellent à leurs followers de ne pas croire tout ce qui est publié sur les réseaux sociaux. Pour chaque photo parfaitement travaillée et glamour à souhait, il en

existe au moins une douzaine de versions moins flatteuses. Il est essentiel que les enfants et les jeunes sachent reconnaître que derrière une photo parfaite se cachent des effets de filtres et d'éclairage, ainsi qu'une grande dépense de temps et d'efforts: en en prenant conscience, ils réduisent la pression subie quant à l'image qu'ils veulent donner d'eux-mêmes.

Repérer les menteurs

La science tente depuis longtemps de trouver la formule qui permettrait de démasquer les menteurs. En 2018, des chercheurs espagnols ont prouvé que mentir induit un changement de température du visage et des mains. Une caméra thermique montrait que les menteurs avaient le nez froid et le front chaud. Les chercheurs sont parvenus à identifier les menteurs dans près de 80% des cas. Leur taux de réussite était donc supérieur d'environ 10% à celui des tests classiques effectués avec un détecteur de mensonges.

Les détecteurs de mensonges, ou polygraphes, ne permettent pas de déterminer si quelqu'un ment ou dit la vérité; ils enregistrent et indiquent uniquement les réactions corporelles indépendantes de la volonté au moyen de divers capteurs.



Jeu: mensonge ou vérité?

Faites un jeu avec vos enfants ou vos élèves. Imprimez dix questions que vous distribuerez à tous les participants. Les règles: les participants écrivent leurs réponses sous chaque question. Les feuilles sont ensuite récoltées et mélangées. Tous, enfants, jeunes ou adultes, tirent une page au hasard et lisent à haute voix trois réponses qui les surprennent ou les impressionnent. Puis on discute des réponses données.

1. Est-ce que tu sais mentir sans que personne ne s'en aperçoive?
2. Devant qui mentir te paraît particulièrement facile?
3. Dans quelles situations as-tu déjà menti?
4. À quoi reconnais-tu que tes copains te mentent?
5. Qu'en penses-tu: les enfants mentent-ils plus ou moins que les adultes?
6. Quel mensonge t'a particulièrement blessé-e? Pourquoi?
7. Peut-on se mentir à soi-même?
8. As-tu déjà découvert un mensonge sur Internet?
9. Toute vérité est-elle bonne à dire?
10. Un monde sans mensonge serait-il un monde meilleur ou un cauchemar?

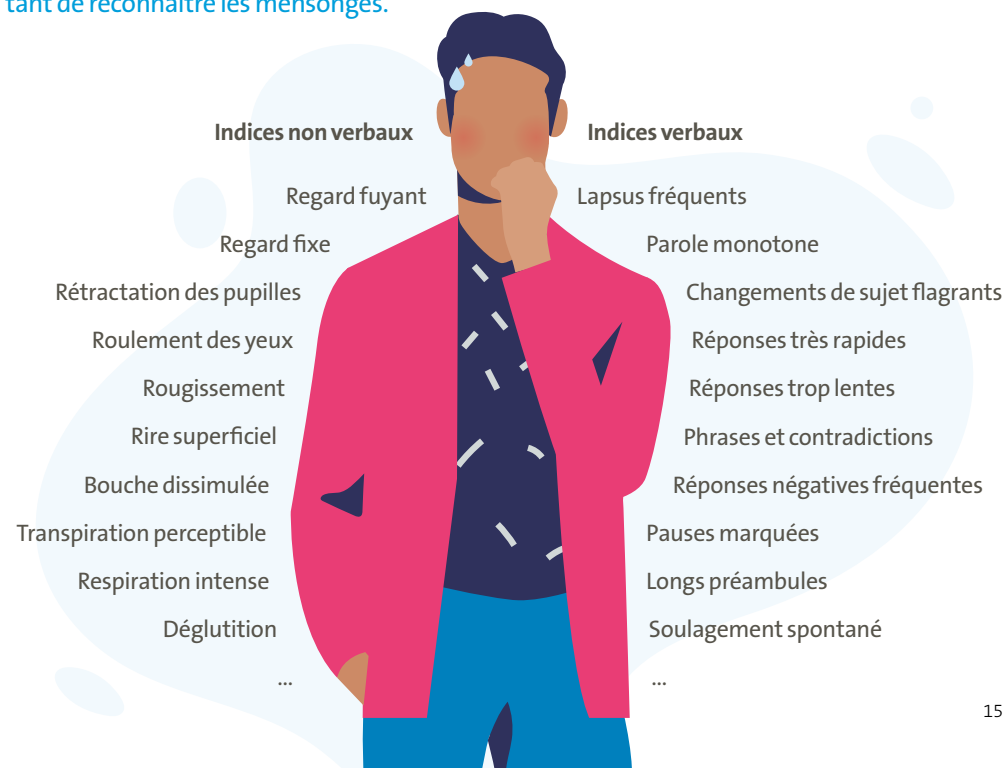
L'idée est simple: les gens qui mentent deviennent nerveux. Ils transpirent, leur pouls s'emballe et leur respiration s'accélère ou est saccadée.

Mais aucune étude n'a pleinement confirmé ces hypothèses. L'American Psychological Association estime même que la possibilité d'évaluer la sincérité d'une personne à l'aide de changements psychophysologiques est un mythe. Le polygraphe serait moins un détecteur de mensonges qu'un détecteur de la peur (mesurable) d'être pris en train de mentir ou soupçonné à tort. De plus, les scientifiques constatent que les coupables ne sont pas tous désarçonnés face à des questions critiques. Le détecteur considère comme innocente toute personne qui répond aux interrogations avec calme.

Le langage corporel des personnes qui mentent envoie aussi des signaux observables. Arborer une posture crispée, montrer des difficultés à déglutir, croiser les bras, avoir un regard fixe, fuyant ou dirigé en haut à droite, se frotter le nez ou les yeux, se cacher le visage ou présenter des mouvements rapides de la tête sont autant de signes possibles.

Ce n'est jamais à un seul détail que l'on reconnaît un menteur, c'est à l'impression générale. Le langage joue aussi un rôle important. Lorsqu'une personne fait souvent des lapsus, répète les mêmes mots, se met soudain à hausser le ton ou se lance dans des réponses longues et compliquées, cela peut indiquer qu'elle ne dit pas la vérité.

Indices verbaux et non verbaux permettant de reconnaître les mensonges.

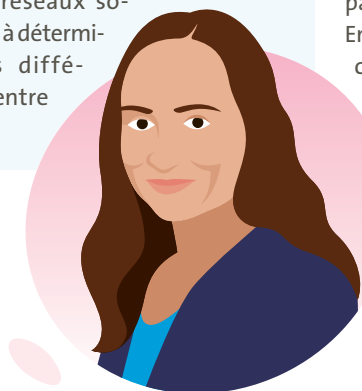


«Ce que les gens cherchent, ce sont des explications et des solutions simples.»

Les gens ont tendance à croire les informations qui corroborent leur vision du monde – même si elles sont fausses. Experte en communication et chercheuse, Edda Humprecht a découvert dans le cadre de ses recherches sur la diffusion des fake news la raison pour laquelle la Suisse est plus résistante que d'autres pays.

PERSONNE

Edda Humprecht est chercheuse à l'Institut des sciences appliquées de la communication et des médias de l'université de Zurich. Elle étudie la communication politique et le journalisme numérique dans le monde. Depuis 2016, elle se consacre plus spécifiquement aux fausses informations et mène depuis 2019 un projet de recherche international qui cherche à comprendre pourquoi et comment les fake news se propagent sur les réseaux sociaux, et à déterminer les différences entre pays.



Madame Humprecht, pourquoi autant de gens tombent-ils dans le panneau des fake news?

Les réseaux sociaux sont conçus pour divertir, pas pour informer. Les utilisateurs veulent s'évader, chercher des sources d'inspiration ou communiquer avec leurs amis. Comme ils sont en mode détente, ils sont enclins à réagir émotionnellement, à réfléchir moins longtemps et à partager plus rapidement des publications. À cela s'ajoute le fait que la plupart des fausses informations sont bien faites: des images spectaculaires, des messages simplistes, pas de contenus complexes, et cela plaît. En particulier dans des temps d'incertitude comme une pandémie, ce que nous cherchons, ce sont des explications qui nous permettent de simplifier un environnement complexe.

C'est exactement le rôle des fausses nouvelles: elles permettent de voir le monde en noir et blanc, d'opposer les méchants et les gentils. Mais cela correspond rarement à la réalité.

Vos recherches portent sur la propagation des fake news dans le monde. Quelle est la situation en Suisse?

Pendant le semi-confinement au printemps 2020, mes collègues et moi avons interrogé plus de 7000 personnes dans sept pays pour savoir si elles likeraient, partageraient ou commenteraient des publications contenant de fausses informations sur les réseaux sociaux. C'est en Suisse que le taux de réponses positives était le plus faible (10 à 11%), tandis qu'il était nettement plus élevé aux USA (25 à 27%). Mais ce sont des taux élevés quand on pense à quel point les exemples utilisés étaient «réalistes» et violents. L'un des articles affirmait notamment que le coronavirus était une arme biologique élaborée par un laboratoire chinois pour porter atteinte à l'économie mondiale. Les Suisses ont généralement moins partagé et diffusé que les Américains.

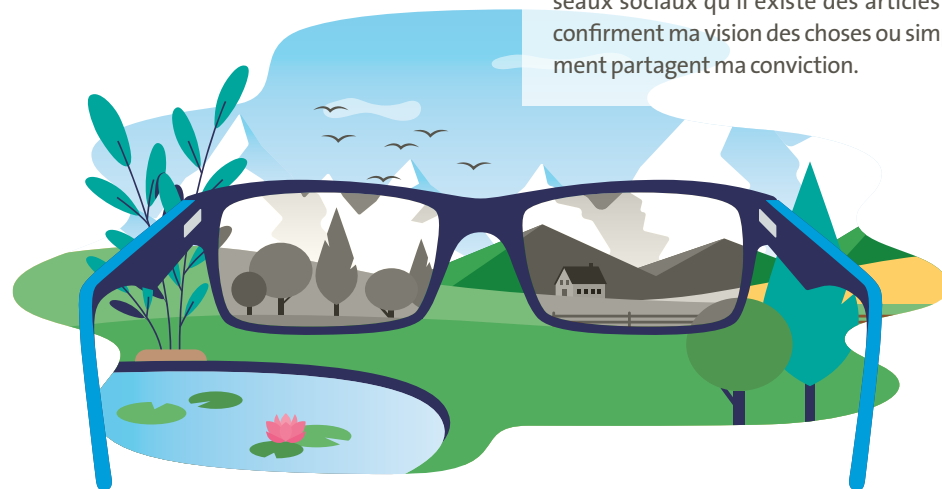
Comment cela se fait-il?

Le paysage politique, la polarisation de la société, le rôle des médias et la taille de l'économie sont des facteurs déterminants. À quel point une société est-elle divisée? Plus les pôles sont opposés, plus il est facile de propager des fake news. Quel est le degré de confiance accordé aux médias? Existe-t-il des médias officiels qui vérifient les faits et diffusent des informations dignes de confiance? Quand c'est le cas, les gens sont mieux informés et plus sceptiques face aux fake news. Quelle est la taille du marché? Plus il est gros, plus il est lucratif – les fake news sont souvent créées pour gagner de l'argent.

Les faits résistent-ils aux fake news?

Les gens ont tendance à croire les informations qui corroborent leur vision du monde et leurs valeurs – même si elles sont fausses. Ce phénomène, que la psychologie appelle le biais de confirmation, s'observe souvent lors d'enjeux polarisants comme des élections ou des votations, car la plupart des gens émettent alors des opinions fortes et rigides, soutenant un côté ou l'autre. Dans ce cas, il ne s'agit pas de savoir si une information est vraie, mais de montrer sur les réseaux sociaux qu'il existe des articles qui confirment ma vision des choses ou simplement partagent ma conviction.

«L'évolution technologique intervient dans une période de polarisation sociale croissante. Ces deux éléments se renforcent mutuellement.»



Ma vision du monde est donc plus forte que les faits?

Les conservateurs ne liront pas les articles des médias de l'aile gauche libérale et vice versa. Lorsque ce sont ces médias qui vérifient les faits et en publient les résultats, ils ne seront pas crus par l'autre partie de la population. Plus une société est polarisée, plus ce phénomène est observable. En Suisse, la confiance accordée aux médias est grande et la polarisation faible, la vérification des faits est donc pertinente et utile.

Un rôle majeur des médias a toujours été de vérifier les faits. La qualité d'un média se caractérise entre autres par le sérieux avec lequel il s'acquitte de cette tâche. Aujourd'hui, les faits à vérifier sont plus nombreux que jamais, car sur Internet les sources ne sont souvent pas indiquées et de nouvelles technologies comme le

deepfake se multiplient. (Découvrez-en davantage sur le rôle des médias au chapitre «Les médias forgent l'image que nous avons du monde» à la page 32.)

Que faire lorsque des personnes de notre entourage répandent de fausses informations?

Ne pas les contredire directement, mais les écouter et dialoguer avec patience. Ce genre de comportement traduit souvent des peurs et un manque d'assurance. Beaucoup de gens sont déstabilisés par la complexification du monde et par la pandémie actuelle, et cherchent à se rassurer avec des explications et des solutions simples.

Manifestation pour le climat ou Street Parade?

L'image des montagnes de déchets à la gare de Stadelhofen s'est propagée comme une traînée de poudre, devenant virale. L'article publié sur les réseaux sociaux la situe pendant une manifestation pour le climat. Or il n'en est rien: la photo a été prise en 2016 après la Street Parade. L'image est vraie, mais le contexte est faux. Vérifier les faits a permis de révéler la vérité. Par la suite, l'article n'a plus été partagé et la situation s'est rapidement apaisée. Il en aurait été tout autrement aux USA: dans les sociétés polarisées, les fake news continuent à se propager longtemps après avoir été réfutées. Dans ce contexte, ce n'est pas la vérité qui prime, mais les valeurs et les idéologies.

Quels sont les dangers des fake news?

Depuis que les gens partagent des contenus sur les réseaux sociaux, la propagation de fausses nouvelles s'est accrue, que ce soit sur Facebook, Instagram, Twitter ou WhatsApp. La pandémie n'a rien arrangé, bien au contraire. Lorsque le peuple croit qu'on tente de le manipuler, c'est problématique pour la démocratie, comme l'ont montré les deux dernières élections présidentielles américaines et le référendum sur le Brexit.

Ne pourrait-on pas interdire les fake news?

Les faux articles de journaux sont rares. On croise plus souvent de fausses informations dans la communication des acteurs politiques ou les médias alternatifs. Certains détails sont souvent laissés de côté. Il s'agit d'une zone grise juridique, car il est impossible d'interdire à quiconque de mentir, il est seulement permis de faire appel à son sens des responsabilités et d'insister sur un usage critique des médias. Mais c'est un exercice d'équilibriste, car en tant que société, nous ne voulons pas en arriver au point où plus personne ne croit rien et où le cynisme règne en maître.

«Quelle est l'intention de l'émetteur? Quels sont ses objectifs? Quel comportement adopter? Ces questions sont essentielles.»

CONSEILS

Edda Humprecht partage cinq conseils à l'attention des parents et enseignants

1. L'utilisation des médias doit s'accompagner de l'acquisition de certaines compétences.
2. Il est important que les enfants et les jeunes sachent que la désinformation et la manipulation existent et qu'ils apprennent à les reconnaître.
3. Discutez avec eux du contenu des médias. Dès le moment où les médias sociaux deviennent d'actualité, il est important de les accompagner.
4. Dites aux enfants et aux jeunes qu'il n'y a aucun tabou et aucune question embarrassante. S'ils se demandent si un contenu est vrai ou faux, ils doivent oser s'adresser à un adulte de confiance.
5. La RTS propose un jeu pour démêler le vrai du faux, avec une série de conseil. Allez jeter un coup d'œil sur le site de la RTS. [rts.ch](https://www.rts.ch)



Les fake news en chiffres

80%

Près de des jeunes estiment que pas plus de la moitié des informations sur Internet sont fiables.

JAMESfocus 2019



48 millions

de comptes Twitter sont des «bots», c'est-à-dire qu'ils ne sont pas gérés par des personnes physiques. Cela fait presque un compte sur sept.

Étude de University of Southern California et Indiana University 2017



SUIVRE

Pour lutter contre la diffusion de fake news sur sa plateforme, Facebook travaille déjà avec plus de 60 de vérificateurs de faits externes et indépendants de par le monde, couvrant plus de

50 langues.

Fälschung

Contraffatto

偽造

Подделка

En Suisse, **95%** des jeunes suivent au moins un influenceur.

Media Use Index (MUI) 2020

51%

des jeunes suisses utilisent chaque jour les réseaux sociaux en guise de source d'information.

Étude JAMES 2020



SRF

La télévision suisse alémanique dispose d'un réseau interne de vérification des faits composé de 15 super-utilisateurs formés à cet effet.



48%

des 12-19 ans se fondent sur leurs connaissances pour reconnaître d'éventuelles fake news.

JAMESfocus 2019

98 mio

44%

En Suisse, des gens font confiance aux informations diffusées dans les médias.

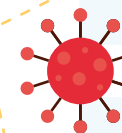
Reuters Digital News Report



Les vérificateurs de faits

de Correctiv ont réalisé une analyse qui a démontré que c'est principalement sur YouTube que les utilisateurs trouvent des informations

douteuses et qu'ils les diffusent sur WhatsApp.



83%

En Suisse, des gens considèrent que les contrevérités et les fausses nouvelles constituent un danger pour la démocratie et la cohésion sociale.

Sondage en ligne du Stapferhaus Lenzbourg 2018



Sur les réseaux sociaux, le taux de diffusion des fausses nouvelles est

supérieur de 70%

à celui des vraies.

Étude du MIT publiée dans le magazine «Science»

PARTAGER





D'un réalisme «bluffant»: les deepfakes

Lorsqu'une personne se transforme imperceptiblement, on dirait de la science-fiction, mais c'est devenu possible depuis longtemps grâce aux deepfakes ou hypertrucages. Derrière ce terme se cache la manipulation de vidéos, de photos ou de fichiers audio au moyen de l'intelligence artificielle.

Avez-vous déjà visionné la vidéo dans laquelle Barack Obama insulte Donald Trump ? La mise en scène est d'un réalisme saisissant, et si on n'y regarde pas de près, il semble vraiment que c'est Obama qui parle. Cette vidéo est l'un des deepfakes les plus connus; l'acteur et réalisateur Jordan Peele a superposé ses propres mimiques sur les traits d'Obama et a emprunté sa voix à l'aide de cette technologie.

«Nous entrons dans une ère où nos ennemis peuvent nous faire dire n'importe quoi, n'importe quand.»

La vraie mise en garde du faux Barack Obama

Le trucage des images n'est pas nouveau, ce qui l'est par contre, c'est que tout un chacun peut désormais produire des contrefaçons et les diffuser à un large public.

Des fake news d'une nouvelle dimension

Les deepfakes sont de faux fichiers audio, vidéo ou image réalisés à l'aide du deep learning, à savoir la technique de l'apprentissage automatique, qui se base sur de grands volumes de données et des réseaux neuronaux artificiels. Les hypertrucages fonctionnent particulièrement bien avec les personnes qui focalisent l'attention du public et dont il existe de nombreuses photos et vidéos. Des applications gratuites permettent à des novices de manipuler les visages, mais pour produire des deepfakes vraiment saisissants de réalisme, il faut des applications qui ont un coût.

L'application est tout d'abord alimentée par un maximum de photos et de vidéos de deux personnes. Le logiciel analyse ensuite toutes les expressions des deux visages et apprend tout seul, grâce à l'intelligence artificielle, à les superposer à d'autres vidéos. Évidemment, la technologie qui se cache derrière les hypertrucages intéresse l'industrie du cinéma et des jeux vidéo: elle

permettrait de simplifier considérablement la postproduction et rendrait les personnages des jeux encore plus réalistes. Les entreprises de mode en ligne l'expérimentent également pour présenter leurs vêtements sur des modèles créés artificiellement. Cela démontre une fois de plus que la technologie en elle-même n'est ni bonne ni mauvaise, c'est l'usage qu'il en est fait qui recèle des risques ou des potentiels pour l'être humain et la société.

Repérer les deepfakes

Actuellement, il est encore relativement aisé de reconnaître les deepfakes. Mais leur qualité s'améliore sans cesse, la technologie

s'étant développée bien plus vite qu'on ne pensait – et elle offre un potentiel énorme. Comment réussissons-nous à différencier les hypertrucages des vraies vidéos à l'avenir ? Il existe des programmes informatiques qui permettent de détecter les deepfakes, mais ils ne suffisent pas, car ils sont inévitablement en retard sur le développement de cette technique. Il nous faut donc entraîner notre œil et regarder les vidéos avec attention et un esprit critique.

Et encore plus à l'avenir. Regardez un deepfake avec votre enfant ou votre classe pour développer sa sensibilité face à ce genre de vidéos. Discutez de ce qui permet de reconnaître un faux.

À VOUS DE JOUER

1. **La première étape consiste à vérifier les sources:** la source est-elle fiable ? Le contenu est-il vérifié par une deuxième source ?
2. **Tout est dans les détails:** les sourcils sont-ils bien formés ? Où sont passées les taches de rousseur ? Est-ce que les cheveux ou les oreilles ont une forme bizarre ? Un teint de peau différent, un reflet ou un arrière-plan inhabituel peuvent donner des indications.
3. **Corriger l'éclairage ou l'incidence de la lumière** coûte souvent très cher. Or notre œil perçoit facilement les ombres anormales.
4. Si la personne filmée ne cligne pas ou **cligne** trop fréquemment des yeux, c'est suspect.
5. Faites attention aux **contours des visages**: il est difficile de superposer parfaitement deux visages de taille différente – ces zones peuvent être floues dans les deepfakes.
6. **Les différences de qualité** entre le visage et le reste de la vidéo sont suspectes: les deepfakes présentent souvent une meilleure résolution que la vidéo d'origine.
7. Les faux sont aussi reconnaissables à la mauvaise synchronisation des lèvres et à un **timbre de voix qui sonne faux**, car ces éléments sont particulièrement difficiles à contrefaire.
8. **Que dit le bon sens ?** Le plus important est de prendre du recul et de ne pas se fier aveuglément à une vidéo. Il peut être utile de se poser certaines questions: cette personne aurait-elle vraiment pu dire ça ? Pourquoi ? Quels sont les intérêts en jeu ? Est-ce que cette vidéo correspond à l'image que je me fais de cette personne ?

Identifier les fake news



Maurice a 14 ans et habite à Lausanne. Il en a marre de ne pas savoir ce qu'il peut croire ou non sur Internet. Avec sa classe, il a appris à reconnaître les fake news en six étapes. Il nous livre ses astuces dans enter.

C'est une chose de comprendre quand les influenceurs ou mes camarades d'école font preuve de vantardise sur Instagram ou TikTok – je trouve ça un peu agaçant, mais je sais qu'en réalité, leur vie n'est pas aussi parfaite qu'il n'y paraît –, mais c'en est une autre de repérer si un texte a été inventé de toute pièce ou si une photo ou une vidéo a été falsifiée.

J'ai vu deux vidéos qui m'ont fait réfléchir: la première montrait une snowboardeuse poursuivie par un ours, et la deuxième un plongeur des falaises qui se battait avec un requin. Ces vidéos ont été vues des millions de fois et elles ont l'air vrai, mais en réalité ce sont des fake. Les réalisateurs australiens ont voulu montrer combien les vidéos se

propagent vite. Dans ce cas, elles m'ont fait beaucoup rire, mais les photos ou vidéos falsifiées sont aussi utilisées pour exciter la haine et manipuler l'opinion, par exemple à propos du changement climatique ou des réfugiés, ou quand des intérêts politiques ou économiques sont en jeu. Il arrive parfois que des fake news sur Internet déclenchent des actes de violence ou de haine dans la vraie vie.

Dans notre classe, nous avons appris à identifier les fake news en six étapes. Je te les présente aujourd'hui, car elles sont vraiment importantes pour notre génération.

Six étapes pour ne plus te laisser bernier!

1. Le plus flagrant! Le titre déjà est super accrocheur – et on tombe dans le panneau!

Lorsqu'un titre semble exagéré et qu'il est accompagné d'un grand nombre de points d'exclamation ou d'interrogation et d'images hallucinantes, cela peut indiquer qu'il s'agit d'une fake news. Un emballage spectaculaire devrait mettre la puce à l'oreille du lecteur. Il fait passer le contenu au second plan. Le titre de l'article donne-t-il une idée correcte de son contenu? Ou est-il tellement excessif qu'il ne concorde pas avec les faits? Alors passe ton chemin!

2. Interroge un moteur de recherche

C'est sur les réseaux sociaux que tu trouveras la plupart des fake news. Si tu as des doutes, copie une phrase-clé dans un moteur de recherche. Est-ce que les résultats de ta recherche indiquent d'autres sites ou médias fiables qui traitent du sujet exactement comme tu l'as lu? Si ce n'est pas le cas, alors le doute est permis. Filtre les résultats en fonction des affirmations contradictoires. Peut-être que tu trouveras des informations de base qui t'aideront à y voir plus clair.

Il se peut aussi que tu atterisses directement sur un site qui aura vérifié ces faits, comme factuel AFP, Vrai ou fake? pour France TV Info, ou des sites spécifiques comme Storyzy. Fais un tour sur ces sites à l'occasion, ils sont passionnants.

3. Vérifie les sources

Admettons que tu aies vu une vidéo YouTube dont tu doutes de la véracité. Regarde à qui appartient le canal YouTube, quel genre de vidéos ont déjà été diffusées sur ce canal, depuis quand il existe et combien d'abonnés il compte. Sur Instagram et Facebook, tu peux regarder le profil sur lequel la news a été diffusée. Combien la personne compte-t-elle de followers, qu'a-t-elle comme photo de profil, quel est son métier? Donne-t-elle son nom complet?

Sois prudent lorsque le profil ne rassemble que quelques followers ou s'il vient d'être créé. Il est possible qu'il ne corresponde pas à une personne réelle, mais que ce soit un «social bot» (de l'anglais robot), c'est-à-dire un programme informatique qui rédige et diffuse des nouvelles automatiquement. Quand une information est liée à des sites Internet, vérifie s'ils contiennent un Impressum qui donne des renseignements sur ses auteurs. Tu ne devrais pas faire confiance à un site sans Impressum.

4. Cherche l'essentiel

Souvent, les informations inventées ou falsifiées sont rédigées dans un langage très décontracté. Essaie de réduire l'info à l'essentiel: **qui** écrit d'**où**, **quand** l'événement s'est-il produit et **qu'est-ce** qui s'est passé exactement? Pour la plupart des fake news, les réponses à ces questions restent floues, et il est difficile voire impossible de les vérifier. S'il est question d'un médecin français dans la mégapole de Shanghai, tu n'as aucune



chance de trouver de qui il s'agit, mais si l'information est vraie, alors son nom complet sera mentionné dans l'article.

5. Vérifie les faits

Regarde si le fichier texte, photo, vidéo ou audio indique une date de création. Vérifie si les chiffres et faits mentionnés sont d'actualité et plausibles. Tu pourrais t'aider d'un moteur de recherche. Est-ce que l'image coïncide avec le contenu? La photo a-t-elle vraiment été prise à l'endroit indiqué? Les panneaux publicitaires, de signalisation routière ou les plaques d'immatriculation peuvent te donner des indications.

6. Vérifie les images et les vidéos

Poster une image sur un moteur de recherche permet de retrouver d'où elle vient vraiment: images.google.com. Les vidéos en disent plus que ce qu'on en perçoit à première vue. Lorsqu'on regarde une vidéo image par image, on peut voir des éléments secondaires semblant anodins qui peuvent aider à déterminer où et quand la vidéo a été tournée.

Voici comment faire

Lance la vidéo sur YouTube jusqu'à l'endroit critique et appuie sur la barre d'espace pour mettre la vidéo sur pause. En appuyant

sur la touche virgule (,), tu passes à l'image suivante et en appuyant sur la touche point (.), tu reviens à l'image précédente. Cela te permet de sauter à l'image qui t'intéresse.

Quand nous avons étudié ces six étapes, nous avons constaté qu'on ne trouve pas toujours des réponses claires à toutes les questions. Mais cela donne une impression générale de ce qui est vraiment vrai ou qui pourrait peut-être être falsifié. Si tu as un doute, abstiens-toi de partager une publication ou un lien, et n'hésite pas à signaler à celui qui t'as transmis l'information que tu as des doutes quant à sa véracité.

Encore plus important selon moi: demande-toi toujours quelle intention se cache derrière une information. Les fake news tendent souvent à se focaliser sur le négatif, à faire peur voire paniquer. Avant de transmettre ou recommander une information, réfléchis à l'effet que cela pourrait avoir sur les autres.

Je trouve ce quizz génial:

>> whatthefake.ch



Le cerveau, façonneur de vérité

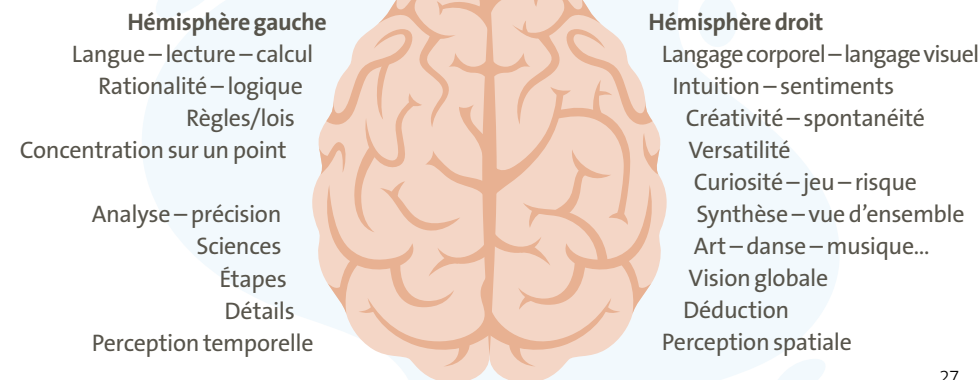
Notre cerveau traite une énorme quantité d'informations et régule des processus corporels complexes. Il ne nous présente toutefois pas le monde tel qu'il est, et notre perception repose en grande partie sur ses spéculations.

Le cerveau humain représente environ 2% du poids corporel et utilise 20% de l'oxygène véhiculé par le sang, un chiffre qui augmente lorsqu'il doit résoudre des problèmes. C'est le plus énergivore de nos organes. Il fait converger toutes nos perceptions, contrôle et coordonne presque toutes les fonctions du corps. Il traite les nombreuses informations auquel l'humain est exposé en permanence. Il les évalue, les associe à des connaissances déjà acquises, les mémorise, les efface. Le cerveau est le siège de la pensée, du ressenti et de l'action.

L'acheminement des connaissances vers la tête

Près de 100 milliards de cellules nerveuses échangent des signaux en permanence et assemblent ce que nous percevons. Elles forment un réseau en constante mutation qui enregistre les connaissances que nous accumulons tout au long de notre vie. Chaque mot étranger, chaque règle de grammaire ou calcul que nous apprenons optimisent ce réseau. L'apprentissage crée de nouvelles connexions: par une pratique régulière, il renforce notre cerveau, à l'image d'un entraî-

Les fonctions des hémisphères cérébraux



nement physique qui développe notre musculature. Le cerveau devient plus performant et notre mémoire s'améliore.



«Nous ne pouvons pas penser sans utiliser nos cinq sens», a dit Albert Einstein.

Nos organes sensoriels nous permettent d'enregistrer des impressions. Notre cerveau fait appel aux expériences qu'il a mémorisées pour identifier ce que nous voyons, touchons, sentons ou goûtons. Il ne nous présente pas le monde tel qu'il est.

«Notre perception du monde repose en grande partie sur les spéculations du cerveau.»

L'organe de la pensée assemble lui-même l'image que nous nous faisons du monde, de la réalité. S'il a raison la plupart du temps, ce n'est pas toujours le cas. Il lui arrive même d'ignorer des informations évidentes.

>> Apprenez-en davantage sur le rôle du cerveau dans l'édition «Cerveau et univers numérique»: swisscom.ch/enter

Le cerveau catégorise

Nous effectuons plus de 80% de nos actions automatiquement, sans y réfléchir. La pensée étant un acte éprouvant, le cerveau cherche à tout inscrire dans des routines. Celles-ci lui permettent d'économiser de l'énergie et de réduire les risques. D'un point de vue neurobiologique, ce fonctionnement est sensé, voire vital. Mais il peut s'avérer problématique lorsqu'il s'agit de se défaire d'une mauvaise habitude ou de faire face à une situation complexe.

Notre cerveau ignore des éléments dérangeants afin de nous protéger ou de nous faciliter la vie. Or à une époque où nous sommes soumis à un flot d'informations continu, cette réaction peut devenir un obstacle: nous ne percevons pas les faits réels, mais raccourcissons le processus de pensée et tombons dans des pièges.

Les émotions influencent notre jugement

Des études récentes menées par des chercheurs de l'université Humboldt de Berlin révèlent que les nouvelles provoquant des émotions comme l'enthousiasme ou la révolte conditionnent notre perception des informations. Les grands titres à contenu émotionnel influencent notre jugement, cela même s'ils reposent sur des sources douteuses. Nos réserves quant à leur fiabilité n'ont pas d'effet lorsque des émotions sont en jeu.

Le cerveau doit apprendre à traiter des situations complexes

Lorsque le cerveau traite de nouvelles informations, il les évalue et établit des voies d'association vers leur emplacement de stockage. Plus nous sommes confrontés à une opinion ou à un message en phase avec nos convictions, plus la voie devient large.

Elle peut faire barrage aux informations qui contredisent ce que nous savons déjà, et qui risquent dès lors d'être passées sous silence. Le traitement d'informations inédites et complexes représente un effort considérable pour le cerveau, qui doit établir de nouvelles voies d'association pour chacune d'entre elles.

Les situations complexes, comme le fait que le climat se réchauffe malgré les températures hivernales, sont en outre plus difficiles à traiter. La menace du changement climatique demeure ainsi abstraite et incompréhensible pour de nombreuses personnes. Heureusement, le cerveau peut apprendre que des situations comme le réchauffement climatique ne sont pas toujours évidentes et parfois difficiles à saisir. Cette disposition l'amène à chercher à établir des liens même lorsque ceux-ci ne sont pas perceptibles au premier abord. «Le cerveau a des préjugés nous permettant de réagir rapidement dans

des situations extrêmes. Nous devons toutefois savoir comment les gérer», estime le coach Andrey Stoycheff.

Le neurobiologiste Gerald Hüther explique ce fonctionnement comme suit: «Nos attitudes intérieures sont le fruit de notre vécu. À chaque expérience que nous faisons, les réseaux cognitif et émotionnel s'activent simultanément. Ces deux réseaux se rejoignent et se densifient au fur et à mesure que cette expérience se répète, donnant lieu à une attitude intérieure.» Gerald Hüther souligne que le changement d'une attitude intérieure ne peut pas être forcé. Nous ne pouvons qu'inviter, encourager ou inspirer des personnes à faire une expérience différente de celle qu'elles connaissent.

Cette conversion intérieure requiert de l'exercice et de la motivation.

ASTUCES

Comment sortir de sa spirale de pensées

Voici trois astuces à essayer avec vos enfants ou vos élèves.

1. **Faites le vide:** remémorez-vous l'odeur de la fondue. Pendant que vous évoquez ce souvenir olfactif, l'hémisphère gauche de votre cerveau reste complètement inactif. Après dix secondes déjà, votre cerveau est prêt pour un nouveau départ.
2. **Augmentez votre vitesse de pensée,** qui a une incidence sur votre réflexion: à un rythme plus élevé, les voies d'association suivies normalement par le cerveau sont simplement ignorées. Comme si vous manquiez une sortie d'autoroute et que vous vous retrouviez à un autre endroit.
3. **Expliquez votre défi à quelqu'un:** même si cette personne se tait ou que vous vous adressez à un animal de compagnie, la verbalisation renforce l'activation et le raisonnement requis pour résoudre un problème. C'est pourquoi nous nous parlons souvent à nous-mêmes.

«Faire confiance est plus efficace qu'interdire»

Les enfants font leurs premières expériences avec les médias numériques de plus en plus tôt. Éducatrice aux médias, Antoinette Räss connaît les obstacles rencontrés par les jeunes, et elle sait comment enseignants et parents peuvent les aider à les surmonter.

PERSONNE

Antoinette Räss est éducatrice aux médias. Elle enseigne à l'école primaire de Wabern et à la Haute École de Berne. Après 27 ans de carrière, elle est convaincue que le numérique offre encore bien plus de possibilités que nous ne l'imaginons actuellement.



Madame Räss, vous enseignez à des enfants entre

quatre et onze ans. Quel est le degré de compétence des élèves en matière de médias?

Déjà très jeunes, les enfants utilisent tout naturellement tablettes et smartphones, regardent des vidéos, jouent ou envoient des photos. Mais cela ne veut pas dire qu'ils maîtrisent les médias numériques. Bien au contraire. Je trouve qu'ils ont encore beaucoup à apprendre. Certains utilisent les médias numériques sans conscience des dangers ni des opportunités.

Que voulez-vous dire?

L'âge minimum pour WhatsApp est établi à 16 ans, pour Facebook, Instagram et TikTok, c'est 13 ans. Beaucoup d'élèves du primaire utilisent les réseaux sociaux sans avoir jamais entendu parler de droit d'auteur ou de propriété des photos, et ils en ignorent les conséquences.

«Les enfants ne remettent pas en question ce qu'ils font, ils imitent leurs parents.»

Est-ce qu'ils discutent du bon usage des médias à la maison?

La plupart du temps pas vraiment. D'ailleurs, pour moi les parents entre 30 et 40 ans sont un peu une «génération perdue» en matière de médias. Certes, on les appelle les natifs numériques, mais ils se posent peu de questions sur leur manière de gérer les médias.

Comment intégrez-vous les compétences médiatiques dans vos cours?

Depuis peu, le programme pédagogique comprend un module «Médias et informatique», qui est déjà enseigné à l'école enfantine, ce que je trouve très important, car les enfants font leurs premières expériences avec les médias numériques de plus en plus tôt. J'aime travailler avec des exemples tirés de leur quotidien, c'est ce qui marche le mieux.

Quel conseil donnez-vous aux parents?

Pour moi, l'intérêt et la confiance sont des éléments-clés. Si les enfants ont l'impression que moi, leur enseignante, je comprends leur comportement et qu'ils peuvent me faire confiance, ils viendront me poser des questions. Il arrive que des enfants soient confrontés à des contenus délicats. Si un enfant est harcelé par un adulte dans un tchat, il est important qu'il ose demander conseil – même si le tchat en question lui était peut-être interdit.

«Sinon il reste seul avec ce qu'il a vécu, incapable d'y faire face.»

Est-ce que les fake news sont abordées à l'école?

Les chaînes de lettres continuent d'exister, mais aujourd'hui c'est par SMS ou WhatsApp qu'elles circulent. Un jour, un groupe d'enfants a fait une blague avec une photo du site Internet de l'école.

Que s'est-il passé?

Ils ont fait une affiche avec la photo d'une enseignante, l'accusant de vol, qu'ils ont placardée à l'arrêt de bus devant l'école. C'était une blague, mais aussi un bon exemple de fake news que nous avons repris en classe:

voler une image sur Internet, propager une fausse information, porter atteinte à la réputation d'une autre personne.

Les photos semblent un sujet important.

Et comment! Beaucoup d'enfants et d'adolescents ont un smartphone, prennent des photos, les partagent avec leurs amis sur WhatsApp et sur d'autres plateformes, les réutilisent. Quand nous parlons de photos, c'est l'occasion de discuter de la facilité avec laquelle il est possible de manipuler une image ou d'en combiner plusieurs pour en former une nouvelle.

Que doit faire un enfant lorsqu'il cherche une image de chat pour ses devoirs?

- Il est préférable qu'il fasse une photo du chat de la famille.
- Ou alors il peut aussi chercher des images qu'il est autorisé à utiliser, comme sur pixabay.com, unsplash.com ou flickr.com – en sélectionnant le filtre «The Commons».
- Sur Google, on peut chercher sous «Images» et sous «Outils» choisir «Licences Creative Commons», elles sont généralement gratuites.

Vous êtes l'une des premières à avoir réalisé un projet sur iPad avec votre classe. Les tablettes sont-elles beaucoup utilisées aujourd'hui?

Une classe utilise en moyenne sept appareils. Il est important pour moi de montrer aux enfants que la tablette n'est pas qu'un jouet, mais aussi un outil avec lequel on peut avoir du plaisir à travailler. L'une de mes applications favorites s'appelle «Book Creator»: elle permet de créer très facilement des livres électroniques multimédia. Les médias numériques offrent beaucoup de possibilités, il faut juste trouver le bon équilibre entre expériences analogiques et numériques.

Les médias forgent l'image que nous avons du monde

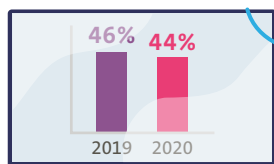
Des médias indépendants sont importants pour la démocratie directe. Pourtant, les canaux classiques vivent un profond bouleversement, tandis que les médias numériques et alternatifs gagnent en popularité.

On sous-estime souvent le rôle particulier joué par les médias dans une démocratie. Or la démocratie directe a besoin de médias libres, pluriels et indépendants. Ils permettent de comparer différentes conceptions et de se forger sa propre opinion.

D'origine latine, le mot *medium* signifie intermédiaire. La plupart du temps, on entend par médias les canaux de masse qui donnent accès aux informations à une large audience. Les médias sont censés jouer un rôle d'alerte, faire la part belle à une variété de sujets et de personnes, porter un regard critique sur les dirigeants au pouvoir et expliquer les événements.

Les médias dans la Constitution suisse

La liberté d'expression et la liberté de la presse sont le résultat d'un processus de maturation social long et extrêmement conflictuel.



Les missions qui incombent à la radio et à la télévision sont précisées dans la Constitution fédérale, art. 93:

«La radio et la télévision contribuent à la formation et au développement culturel, à la libre formation de l'opinion et au divertissement. Elles prennent en considération les particularités du pays et les besoins des cantons. Elles présentent les événements de manière fidèle et reflètent équitablement la diversité des opinions.»

Cet article ne mentionne pas les médias papier et en ligne. Mais cela pourrait changer, car une intervention politique a été déposée pour que tous les types de médias soient inscrits dans la Constitution.

La confiance dans les médias

En Suisse, 44% de la population fait confiance aux informations publiées dans les médias – c'est ce qu'affirme le Reuters Digital News Report 2020. Cette proportion a baissé de deux points de pourcentage par rapport à l'an dernier. Selon l'experte en communication Edda Humprecht de l'université de Zurich, la confiance dans les institutions comme les gouvernements ou l'État de droit baisse dans de nombreux pays – et avec elle la confiance dans les médias tradi-

tionnels. En Suisse, la confiance dans les institutions démocratiques semble toutefois relativement stable.

En Suisse, les gens sont à peine 20% à faire confiance aux réseaux sociaux, alors même qu'ils les utilisent de plus en plus.

Parallèlement, les Suisses sont de moins en moins nombreux à recourir aux médias classiques comme la radio, la télévision, les journaux ou les périodiques. La baisse du nombre des jeunes lecteurs de journaux gratuits est impressionnant: en 2012, 49% des 12-19 ans lisaient encore ces quotidiens, alors qu'ils ne sont plus que 10% en 2020 (étude JAMES 2020).

En Suisse, 36% de la population ne consomme plus ou quasi plus de nouvelles classiques; pour les 16-29 ans, cette proportion est même de 56% (Qualität der Medien 2019). Du point de vue de la démocratie, c'est préoccupant, car **il est difficile pour quelqu'un qui ne lit pas, n'écoute pas et ne regarde pas les nouvelles d'être au courant de l'actualité politique.**

De l'importance des médias indépendants

Sur la base de la Constitution, de la législation et de la concession, la Société suisse de radiodiffusion et télévision (SSR) remplit une mission vis-à-vis de la société et perçoit pour ce faire des fonds provenant des redevances audiovisuelles. Ces recettes permettent à la SSR ainsi qu'aux radios locales et aux télévisions régionales de financer des programmes dans toute la Suisse et

dans toutes les langues nationales. En 2018, les Suisses ont rejeté la suppression de la redevance, qui s'élève à 335 francs par an et par ménage et qui ne dépend plus de la présence ou de l'absence d'appareils permettant de recevoir des programmes radio ou TV.

- En démocratie directe, il est important que la population dispose de sources d'informations variées dans toutes les langues du pays pour se forger une opinion.
- Sans les redevances audio-visuelles, les médias dépendraient de plus en plus d'investisseurs privés, des recettes publicitaires et de groupes étrangers, ce qui implique un risque d'ingérence politique.
- La fin des redevances rimerait avec la mort du service public, de nombreuses émissions ne pouvant plus être produites.

Des médias en mutation

Les structures traditionnelles des médias subissent un profond bouleversement. Internet change la façon de consommer l'information, tout comme celle de la fournir. Des vidéos YouTube d'experts autoproclamés font concurrence aux médias traditionnels.

L'offre d'information en grande partie gratuite exerce une forte pression financière sur les médias suisses. **Les médias privés se financent principalement avec la publicité.** Les journaux réalisent des revenus supplémentaires avec la vente de journaux (imprimés) et d'abonnements (papier et en ligne). Les médias tant privés que publics constatent une baisse continue de leurs lecteurs, téléspectateurs et, notamment pendant la pandémie, un net recul des annonceurs.

CHF 335.-
par année

«Il est devenu plus difficile d'évaluer quelle information est vraie et laquelle est fausse.»

En Suisse, Google, Facebook et autres gèrent davantage de recettes publicitaires que tous les médias réunis.

Les entreprises de médias fusionnent les rédactions pour des raisons financières, ferment des rédactions régionales, licencient et cherchent de nouveaux modèles commerciaux. Les trois principaux groupes médias en Suisse sont TX Group (anciennement Tamedia), Ringier et le groupe NZZ. Ils détiennent non seulement des journaux et périodiques imprimés, mais aussi des stations de radio, des portails en ligne et des événements.

Un plan de soutien du gouvernement destiné aux médias publics et privés, qui comprend aussi les médias en ligne, est sous clé. Mais cette aide fait aussi l'objet de critiques, car en 2020, les sociétés de médias privées ont encore versé d'énormes dividendes à leurs actionnaires.

INFOS

Comment fonctionne la recherche

Chercher des informations, les sélectionner et les classer en fonction de leur pertinence, les commenter et les communiquer de manière agréable à lire, tel est le travail des journalistes. Deux méthodes s'offrent à eux: «de l'extérieur vers l'intérieur» ou «en profondeur, et pas en largeur». La recherche débute par la vérification des informations provenant de sources neutres et impartiales: archives de journaux et de revues, banques de données, livres et bibliothèques, experts, témoins oculaires et observateurs indépendants. Ce n'est qu'après avoir rassemblé un grand nombre d'informations qu'un journaliste mènera des interviews. Seul un journaliste bien préparé pourra identifier les propos partisans et mettre à nu les mensonges et les opinions personnelles ou politiques.

Les médias ne sont jamais de simples intermédiaires neutres, ils façonnent la réalité. Les journalistes ont une lourde responsabilité: ce sont eux qui décident quels sujets traiter, quel niveau de détail fournir, quelles personnes interviewer ou quelles informations laisser de côté. Les médias ont tous une manière différente de présenter les événements, car les orientations et intérêts politiques et économiques jouent aussi un rôle dans la couverture médiatique. Un journal peut être proche d'un parti politique. Les maisons d'édition songent aussi à leurs chiffres d'affaires et s'adaptent aux goûts du public. **Il est donc crucial de remettre en question le travail des médias avec un esprit critique et de consommer des médias aux opinions divergentes.**

Aujourd'hui, évaluer les informations est plus difficile que d'y accéder. Les sources sont rarement mentionnées en ligne. Il a toujours incombé aux médias, comme au public, de vérifier les faits; cette tâche est plus importante que jamais. Les grandes maisons d'édition emploient des équipes de vérificateurs des faits, et il existe des sites indépendants de vérification comme hoaxbuster.com, le Décodex du journal «Le Monde» ou d'autres plateformes (voir page 24).

LE SAVIEZ-VOUS?

Le Conseil de la presse encourage l'autocontrôle des médias

En Suisse, l'instance indépendante du Conseil de la presse surveille la qualité du journalisme et l'éthique journalistique. Cet organisme évalue si et pour quelle raison un article journalistique viole – ou non – le Code des journalistes. Le public et les journalistes peuvent déposer une plainte auprès du Conseil de la presse; la procédure est gratuite. Une telle possibilité incite à l'autocontrôle, car aucune rédaction ne souhaite faire l'objet d'un blâme officiel.

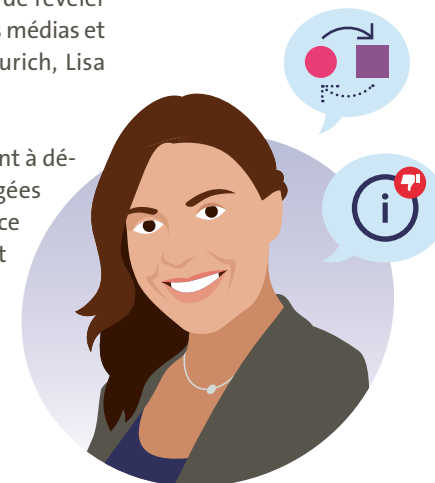
Les médias alternatifs

Les médias alternatifs sont des plateformes en ligne ou des chaînes YouTube qui concurrencent les médias traditionnels. Les médias alternatifs regroupent une multitude de médias différents. Le magazine numérique suisse «Bon pour la tête» est un média alternatif dans le sens où il est financé par ses lecteurs et ne fait pas appel aux annonceurs. «Bon pour la tête» s'engage en faveur d'un journalisme indépendant.

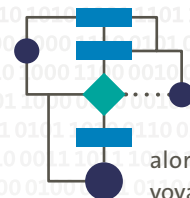
Toutefois, le terme de médias alternatifs désigne généralement des sites Internet dont le but est de découvrir ou de révéler certaines choses. Spécialiste des médias et chercheuse à l'université de Zurich, Lisa Schwaiger affirme que

Les méthodes des médias alternatifs s'écartent du journalisme de qualité. **Les personnes qui travaillent pour des médias alternatifs ne sont soumises à aucune règle journalistique, exigence ou code d'honneur.** Les articles ne sont donc généralement pas fondés, les sources pas mentionnées, et les lacunes ou les faits douteux sont loin d'être réhabilités. Exagération et fausses interprétations sont donc légion et peuvent se propager rapidement et largement grâce aux réseaux sociaux.

«ces médias alternatifs cherchent à démasquer les fake news propagées dans les médias classiques. Or ce sont justement ces sites qui sont eux-mêmes accusés de désinformation et critiqués parce qu'à leur tour, ils diffusent de fausses informations.»



Algorithmes – dans l’anti-chambre de l’information



Les algorithmes ne se valent pas tous. Lorsque votre écran ne cesse d’afficher des bannières publicitaires pour des vacances en Norvège alors que vous avez déjà réservé votre voyage, la publicité manque sa cible. Pour connaître les préférences des internautes, il faut étudier leurs habitudes. Les algorithmes analysent le temps passé sur un site Internet et le nombre de clics effectués pour calculer des probabilités comportementales. L’emplacement, le navigateur, les anciennes recherches et les likes sont également pris en compte.

«À l’avenir, les algorithmes vous connaîtront mieux que vous-même.»

Les informations personnalisées sont séduisantes et permettent aux géants d’Internet de gagner de l’argent facilement. **Lorsque vous vous sentez à l’aise sur un site Internet, vous vous y attardez et devenez plus enclin aux achats.** C’est ainsi que se créent des chambres d’écho, où les contenus correspondant à vos préférences résonnent particulièrement fort. Ce système comprend des risques lorsqu’il porte sur des enjeux qui dépassent la localisation d’un simple bar à café : il peut entraîner une radicalisation de l’opinion et une réduction de la tolérance.

Pour nous forger une opinion, nous devons absolument quitter notre chambre d’écho et nous confronter à d’autres points de vue. Si cette démarche n’est pas toujours aisée, car elle confronte des visions divergentes du monde, elle n’en reste pas moins indispensable. Les fake news tirent profit des chambres d’écho, et les personnes empêtrées dans les fake news n’en sortent pas si facilement : plus une conviction est ancienne, plus il est difficile de la remettre en question.

Comment percer votre bulle de filtres

- Utilisez des **sources d’informations aussi variées que possibles**.
- Essayez des moteurs de recherche alternatifs qui effectuent des recherches anonymes : DuckDuckGo (duckduckgo.com) ou Swisscows (swisscows.ch)
- Supprimez régulièrement l’**historique et les cookies de votre navigateur**.
- Likez ou suivez des personnes, sites ou partis politiques dont vous ne partagez pas les opinions. Vous **dupez ainsi les algorithmes**, et les contenus proposés vous fournissent des informations plus variées.
- **Déconnectez-vous de Facebook** lorsque vous utilisez un moteur de recherche.
- **Évitez le traçage** effectué en arrière-plan qui collecte vos données. Utilisez des add-ons comme Ghostery (ghostery.com) ou Disconnect (disconnect.me)

LE SAVIEZ-VOUS ?

Un algorithme définit les patrouilles de police

Dans la ville californienne de Santa Cruz, le programme informatique PredPol définit le parcours et l’horaire des patrouilles de police. L’algorithme utilise les données d’infractions perpétrées par le passé pour prédire où et quand le prochain délit sera commis. Le pronostic est deux à trois fois plus précis que celui d’un être humain.

Qui décide de la pertinence sociale d’un thème, de sa visibilité, de l’attention qu’on lui accorde sur Internet ? Les algorithmes ont davantage de pouvoir que beaucoup ne le pensent. Et leur rôle devient toujours plus important.

Dans son livre «The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You», le militant Internet Eli Pariser a créé en 2011 le concept de «bulle de filtres». Il relève que des entreprises comme Google, Amazon et Facebook peuvent limiter notre perception du monde. En effet, celles-ci **n’affichent pas des contenus neutres, mais personnalisés**.

Une bulle de filtres est un univers informatif personnalisé, propre à chaque internaute. Nous influençons notre bulle de filtres, et celle-ci nous influence. Ainsi, Amazon vous propose le livre que vous vouliez acheter. Google vous recommande des cafés à proximité. Facebook affiche les posts de personnes et communautés avec lesquelles vous communiquez régulièrement ou dont vous partagez les intérêts. Vous découvrez ainsi des contenus qui vous plaisent ou qui reflètent votre opinion.

Moteurs de recherche, plateformes de streaming, réseaux sociaux : presque tous les services sélectionnent automatiquement les contenus qui vous sont présentés, des résultats de recherche aux produits en passant par la publicité. Qui définit les contenus qui retiendront votre attention, qui décide de ce qui est socialement pertinent ?

Ensembles de règles opératoires destinés aux programmes informatiques, les algorithmes sont devenus les gardiens d’une véritable antichambre de l’information.

Présents dans de nombreux domaines, les algorithmes sont notamment utilisés pour la prévention des maladies, la prédiction des éruptions volcaniques et les pronostics sur les livres ou les musiques qui plairont au public. **70% des vidéos YouTube visionnées sont sélectionnées par un algorithme.** Dès que vous ouvrez la page d’accueil de YouTube, une série de vidéos vous est recommandée. Les clips s’enchaînent automatiquement tandis que l’algorithme calcule vos goûts musicaux. Ce système vous permet découvrir de la musique qui vous plaît, mais vous empêche aussi de vous familiariser avec de nouveaux styles comme vous le feriez en fouillant dans les bacs d’un magasin.

Le paradoxe des recommandations personnalisées est de vous faire découvrir de la musique, des livres ou des voyages qui vous plaisent, tout en passant à côté de contenus différents qui pourraient élargir votre horizon.

Swisscom Corner

La numérisation a un impact majeur sur le développement des enfants et des adolescents. Les médias numériques ouvrent la voie à de nombreuses possibilités, mais comportent également des risques. Il est donc indispensable de promouvoir et de soutenir la compétence médiatique des enfants comme des adolescents. Swisscom vous donne des conseils pratiques et vous propose des outils, des services et des cours.

Cours sur les médias

Dans le cadre de nos cours sur les médias, vous apprenez à connaître l'univers numérique de vos enfants ou élèves. Vous y découvrirez ses opportunités comme ses risques, ce que vivent d'autres personnes dans votre situation et comment accompagner les enfants et les adolescents. Les cours traitent de sujets actuels qui s'étendent des fake news à la robotique. Ils s'adressent aux parents, aux enseignants et aux élèves: [swisscom.ch/coursmedia](https://www.swisscom.ch/coursmedia)

enter, le guide du bon usage des médias numériques

Les éditions précédentes du guide du bon usage des médias numériques «Cerveau et univers numérique» et «E-Sport» sont disponibles en ligne. Elles peuvent aussi être commandées gratuitement au format papier: [swisscom.ch/enter](https://www.swisscom.ch/enter)

Télévision et navigation sécurisées

Protégez les enfants et les adolescents en bloquant les contenus pour adultes sur leur téléphone portable et la télévision ou en définissant des créneaux horaires pour l'utilisation d'Internet:

[swisscom.ch/protectionjeunes-tv](https://www.swisscom.ch/protectionjeunes-tv)

Voici comment les jeunes utilisent les médias numériques

JAMES désigne l'étude suisse sur l'utilisation des médias et les loisirs des jeunes de 12 à 19 ans. Dans ce cadre, la ZHAW mène tous les deux ans un sondage représentatif sur mandat de Swisscom. Publié l'année suivant chaque étude, le rapport JAMESfocus approfondit certaines thématiques. Tous les résultats sont disponibles sous [swisscom.ch/james](https://www.swisscom.ch/james)

Nous répondons à vos questions

Vous avez une question concernant les médias numériques dans la vie de famille quotidienne? Nous vous invitons à la poser directement à Michael In Albon, délégué à la protection de la jeunesse dans les médias. Il vous répondra personnellement via les canaux de réseaux sociaux suivants:

>> facebook.com/michaelinalbon

>> twitter.com/michaelinalbon

Médiafuté

Ce site destiné aux parents s'articule autour de vraies familles et de leur vie quotidienne. Découvrez à quoi ressemble le quotidien numérique d'autres familles et obtenez des conseils pratiques: [mediafute.ch](https://www.mediafute.ch)

Impressum



Prêts pour les personnes

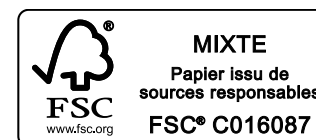
[swisscom.ch/personnes](https://www.swisscom.ch/personnes)

Éditeur
Conception/réalisation
Rédaction

Copyright

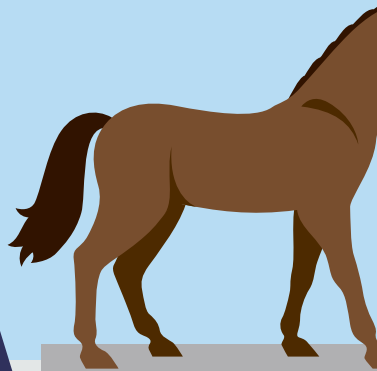
Édition
Impression
Tirage

Swisscom SA
Agence Nordjungs, Zurich
Textindianer, Berne
Agence Nordjungs, Zurich
© 2021 by Swisscom SA,
Corporate Responsibility, Berne
enter – Fake News, janvier 2021
Stämpfli AG, Berne
125 000 exemplaires



Tous droits réservés. L'utilisation de certaines parties de cet ouvrage est autorisée contre indication de la source. Un grand soin a été apporté à la préparation des textes et des illustrations. Cependant, une erreur ne peut jamais être complètement exclue. Les sites Web changent continuellement. Swisscom ne saurait donc garantir la conformité des citations et illustrations avec les contenus des sites actuels. Ni l'éditeur ni les auteurs ne peuvent être tenus pour responsables au regard du droit

d'éventuelles indications erronées et de leurs conséquences. La quasi-totalité des matériels et logiciels cités dans la présente publication, de même que les noms propres et les logos d'entreprises, sont des marques déposées et à considérer comme telles. L'éditeur s'en tient généralement à l'orthographe adoptée par leurs créateurs. Égalité sur le plan linguistique: lorsque la forme masculine est utilisée dans enter, elle n'exclut pas la forme féminine mais la sous-entend.



swisscom