



# GUIDE DE VÉRIFICATION

LA RÉFÉRENCE DE LA VÉRIFICATION  
DE CONTENU NUMÉRIQUE POUR LA  
COUVERTURE D'ÉVÉNEMENTS DANS  
L'URGENCE

European  
Journalism  
Centre



**EDITED BY CRAIG SILVERMAN**

EDITOR OF 'REGRET THE ERROR', THE POYNTER INSTITUTE



# Verification Handbook

1. [À propos du guide](#)
  1. [Rédacteurs du manuel](#)
2. [Préface](#)
3. [1: Chapitre 1: Quand une actualité urgente émerge](#)
4. [Étude de cas 1.1: Séparer une rumeur d'un fait dans une zone de conflit nigériane](#)
5. [2: Les bases de la vérification: règles à appliquer](#)
  1. [L'essence de la vérification](#)
  2. [Nouveaux outils](#)
6. [Étude de cas 2.1: Utiliser les médias sociaux comme une radio de la police](#)
  1. [L'utilisation de TweetDeck pour le suivi de mises à jour](#)
  2. [Un petit avion atterrit dans le Bronx](#)
  3. [Comment construire un dossier solide](#)
7. [3: Vérification du contenu généré par l'utilisateur](#)
  1. [Contrôles de vérification](#)
  2. [1. Provenance: Confirmation de l'authenticité du contenu](#)
  3. [2. Confirmer la source](#)
  4. [3. Confirmation de la date de l'événement](#)
  5. [4. Confirmation de l'emplacement](#)
  6. [La vérification comme processus](#)
8. [Étude de cas 3.1: Suivi et Vérification pendant l'élection parlementaire ukrainienne](#)
9. [4: Vérification des images](#)
  1. [1. Établir l'auteur / créateur de l'image.>](#)
  2. [2. Corroborer l'endroit, la date et l'heure approximative à laquelle l'image a été prise](#)
  3. [3. Confirmer que l'image correspond avec le contenu suggéré](#)
  4. [4. Obtenir la permission de l'auteur/expéditeur pour l'utilisation de l'image](#)
10. [Étude de cas 4.1: Vérification d'un ballon de plage bizarre lors d'une tempête](#)
11. [Étude de cas 4.2: Vérification de deux "requins urbains" suspects pendant l'ouragan Sandy](#)
12. [5: Vérification des vidéos](#)
  1. [Origine de la vidéo](#)
  2. [Vérification de la source](#)
  3. [Localiser la vidéo](#)
  4. [Vérifier la date](#)
  5. [Les vérifications finales: Qu'est-ce que la vidéo nous montre?](#)
13. [Étude de cas 5.1: Vérification d'une vidéo clé du bombardement de Boston](#)
14. [Suivant: Suivant: Étude de cas 5.2: Examen de la couverture d'un « Massacre » en Côte-d'Ivoire](#)
  1. [Rassembler le contexte sur l'événement](#)
  2. [Emplacement](#)
  3. [Date](#)

4. [La personne qui a mis la vidéo en ligne au départ](#)
5. [La vidéo est-elle authentique?](#)
6. [Conclusion](#)
7. [5.3: Confirmation de l'emplacement et du contenu d'une vidéo](#)
15. [6: Mettre les foules au travail](#)
  1. [Identifier, vérifier et contacter les sources](#)
  2. [Engager vos sources](#)
  3. [Crowdsourcing responsable](#)
  4. [La puissance de la foule](#)
16. [Étude de cas 6.1: Désarçonné par la grammaire arabe](#)
17. [7: Ajouter la foule des ordinateurs à la foule des utilisateurs](#)
  1. [Informatique humaine](#)
  2. [La plateforme Verily](#)
  3. [Machine computing](#)
  4. [Informatique hybride](#)
  5. [Accélérer le processus de vérification](#)
18. [7.1: Comment OpenStreetMap a utilisé des personnes et des machines pour cartographier les zones touchées par le typhon Haiyan](#)
19. [Chapitre 8 : Se préparer pour la couverture des catastrophes](#)
  1. [Éléments de préparation](#)
  2. [Information locale](#)
  3. [Bâtir des relations](#)
  4. [Formation du personnel](#)
  5. [Communication interne](#)
  6. [Les émissions post-catastrophe](#)
  7. [Conseil pour des organisations humanitaires](#)
20. [Étude de cas 8.1: Comment NHK News a couvert, et appris, du tremblement de terre au Japon en 2011](#)
  1. [S'adapter et s'améliorer](#)
21. [9: Création d'un processus de vérification et d'une checklist](#)
  1. [Les bases de la vérification](#)
  2. [Vérification du contenu généré par l'utilisateur](#)
  3. [1. Identifier et vérifier la source originale et le contenu \(y compris l'emplacement, la date et l'heure approximative\).](#)
  4. [Origine](#)
  5. [Source](#)
  6. [Contenu](#)
  7. [Date](#)
  8. [Emplacement](#)
  9. [2. Trianguler et contredire la source](#)
  10. [3. Obtenir la permission de l'auteur/auteurs d'utiliser le contenu](#)
  11. [Planification pour la réussite de la vérification en cas de catastrophe et d'informations de dernière minute](#)

22. [Encadré 9.1: Évaluer et minimiser les risques lors de l'utilisation d'UGC](#)
23. [ncadré 9.2: Conseils pour faire face à l'imagerie traumatique](#)
24. [10: Outils de vérification](#)
  1. [Verification de l'identité:](#)
  2. [Vérification de lieux:](#)
  3. [Autres outils utiles](#)
25. [Annexe: "VISUALISER LA JUSTICE: un guide de terrain pour l'amélioration de la valeur de la vidéo comme preuve pour les droits de l'homme"](#)

## À propos du guide

Le « Guide de Vérification » est une nouvelle ressource d'information et d'aide pour les journalistes et les travailleurs de l'urgence ou de l'humanitaire, qui fournit des indications étape par étape pour l'utilisation de contenu généré par les utilisateurs (UGC) en cas d'urgence.

En situation de crise, les réseaux sociaux sont surchargés de mises à jour sur la situation, d'appels à l'aide, d'articles sur les nouveaux développements et de consignes de sécurité et de sauvetage. Diffuser la bonne information est souvent crucial pour l'élaboration des réponses des travailleurs du secteur public et des secours pour lesquels il peut littéralement être question de vie ou de mort.

Le guide prescrit les meilleurs conseils pratiques sur la façon de vérifier et d'utiliser ces informations fournies par la foule, ainsi que des conseils concrets pour faciliter la préparation aux catastrophes dans les salles de rédactions .

Bien qu'il s'adresse principalement aux journalistes et aux travailleurs humanitaires et d'urgence, le guide peut être utilisé par n'importe qui. Ses conseils et ses indications sont utiles que vous soyez journaliste d'actualités, journaliste citoyen, professionnel de l'humanitaire, bénévole, étudiant en école de journalisme, un spécialiste de la communication d'urgence, ou un chercheur étudiant les réseaux sociaux sociaux.

Le « Guide de la Vérification » est développé et géré par le [Centre Européen de Journalisme](#), basé aux Pays-Bas, dans le cadre du [Programme de journalisme d'urgence](#).

## Rédacteurs du manuel

Editeur: Craig Silverman, The Poynter Institute

Secrétaire de rédaction: Merrill Perlman, the American Copy Editors Society (ACES)

## Production



Le Centre européen de journalisme (EJC) est une fondation indépendante, internationale, à but non-lucratif qui se consacre au maintien des règles les plus élevées du journalisme, notamment grâce à la formation continue des journalistes et professionnels des médias.

S'appuyant sur son vaste réseau international, le Centre fonctionne comme un facilitateur et un partenaire dans une grande variété de projets liés au journalisme.



Le programme de journalisme d'urgence est une idée du Centre Européen de Journalisme (EJC), qui fournit des actualités et des ressources pertinentes pour les professionnels des médias.

## Sponsors



## Partners



# Poynter.





## Préface

"Dans l'environnement numérique d'aujourd'hui, où les rumeurs et les faux contenus circulent, les journalistes doivent être en mesure de trier activement les vrais matériaux des contrefaçons. Ce manuel révolutionnaire est une lecture incontournable pour les journalistes traitant tous les types de contenus générés par les utilisateurs."

- **Wilfried Ruetten, Directeur, Centre Européen de Journalisme (EJC)**

« Les informations précises peuvent être une ressource cruciale lors d'une crise humanitaire, mais les circonstances qui se dégagent de ces crises sont généralement les plus difficiles pour recueillir des informations fiables. Ce livre aidera non seulement les journalistes mais tous ceux qui travaillent dans des situations humanitaires pour vérifier les faits sur le terrain."

- **William Spindler, Porte-parole, Agence des Nations Unies pour les réfugiés (UNHCR)**

"Ce manuel sera essentiel pour les journalistes traitant des conflits inter-religieux et inter-ethniques pour les couvrir d'une manière plus équilibrée, transparente et précise, et, finalement, aider à désamorcer les tensions entre et au sein des communautés."

- **Matthew Hodes, Directeur, l'Alliance des civilisations (UNAOC)**

"À notre époque, savoir ce qui est réel et savoir comment vérifier les informations est essentiel. Ce manuel fournit des outils essentiels pour tout le monde, le journaliste et le consommateur."

- **Howard Finberg, Directeur des Partenariats et Alliances de formation, The Poynter Institute**

"Obtenir des faits réels est un principe cardinal du journalisme et les médias luttent pour être éthiques lorsque survient une actualité de taille. Ce guide aide les décideurs à garder la foi à dire la vérité - même si la spéculation en ligne est endémique..."

- **Aidan White, Directeur, Réseau de journalisme éthique (EJN)**

"Il s'agit de la bonne information, au bon moment, au bon endroit. Quand il y a un accès limité aux zones sinistrées, il est crucial pour les travailleurs humanitaires de recueillir des informations via les réseaux sociaux efficacement. Ce manuel sera utile pour les travailleurs humanitaires travaillant sur le terrain, ainsi que pour les volontaires travaillant en ligne."

- **Christoph Dennenmoser, Chef d'équipe: Besoins urgents, Humanity Road Inc.**

- [Suivant: Chapitre 1: Quand une actualité urgente émerge](#)

# 1: Chapitre 1: Quand une actualité urgente émerge



**Craig Silverman** est un journaliste entrepreneur, fondateur et rédacteur en chef de [Regret the Error](#), un blog de l'Institut Poynter sur les erreurs des médias, la précision et la vérification. Il a également développé [des cours](#) sur la vérification à l'ère numérique pour la Poynter News University. Craig Silverman est directeur de contenu du [Spundge](#), une plate-forme qui permet aux professionnels de développer et monétiser leur expertise grâce au contenu. Craig Silverman a précédemment aidé à lancer OpenFile, une plateforme d'actualités en ligne qui a couvert l'information locale dans six villes canadiennes. Il est l'auteur de "Regret The Error: How Media Mistakes Pollute the Press and Imperil Free Speech" (Regrettez l'erreur: Comment les erreurs des médias polluent la presse et mettent en péril la liberté d'expression), et son travail a été reconnu par le U.S. National Press Club, Mirror Awards, Crime Writers du Canada et le National Magazine Awards (Canada). Il tweete sous le pseudo [[@craigsilverman](#)](<https://twitter.com/CraigSilverman>).



**Rina Tsubaki** dirige et gère le "[Manuel de vérification](#)" et le programme de "[Journalisme d'urgence](#)" au sein du [Centre Européen de Journalisme](#) aux Pays-bas. Le programme «Journalisme d'urgence» rassemble des ressources pour les professionnels des médias qui couvrent des situations volatiles à l'ère du numérique. Tsubaki a souvent parlé sur ces sujets lors d'événements, dont une réunion de l'ONU et le Festival International du Journalisme de Perugia. Auparavant, elle a dirigé plusieurs projets axés sur le rôle des citoyens dans le paysage médiatique en pleine mutation, et en 2011 elle a été contributrice principale du [Rapport d'Internews Europe](#) sur le rôle de la communication lors du séisme au Japon de mars 2011. Elle a également collaboratrice du Hokkaido Shimbun, quotidien régional Japonais. Elle tweete sous le pseudo [[@wildflyingpanda](#)](<https://twitter.com/wildflyingpanda>).

"... Il est nécessaire pour tous les journalistes de ne jamais rien prendre pour acquis et de toujours recouper et vérifier l'information afin de que les sources et les actualités restent fiables. » - Santiago Lyon, vice-président et directeur de la photographie, The Associated Press

Après le tremblement de terre de magnitude 8,1 qui a frappé le nord de l'Inde, il n'a pas fallu longtemps avant qu'une information ne circule, évoquant 4000 bâtiments effondrés dans une ville, causant « d'innombrables décès ». D'autres articles indiquaient que le bâtiment principal d'un collège, et le tribunal de la région s'étaient également effondrés.

Une situation similaire s'est produite quand un tremblement de terre de magnitude 9,0 a frappé le nord du Japon. Les gens ont entendu dire qu'une pluie toxique tomberait en raison d'une explosion dans les installations d'une compagnie pétrolière, et qu'il ne serait pas possible pour les organismes d'aide humanitaire d'acheminer les fournitures essentielles dans le pays par voie aérienne.

Toutes ces informations n'étaient que des rumeurs fausses.

Les rumeurs et la désinformation accompagnent toujours les situations d'urgence, c'est une constante. Ce tremblement de terre en Inde? Il s'est produit en 1934, bien avant Internet et les médias sociaux. Le tremblement de terre au Japon est survenu en 2011.

Les deux tremblements de terre ont donné lieu à des rumeurs, dues à l'incertitude et à l'anxiété - deux éléments essentiels des crises et des situations d'urgence - qui amènent les gens à inventer et répéter des informations douteuses.

« En bref, les rumeurs surgissent et se répandent quand les gens sont incertains et inquiets au sujet d'une information d'intérêt personnel et quand la rumeur semble crédible compte tenu de la sensibilité des personnes impliquées dans la propagation », écrivent les auteurs de "Rumor Mills: The Social Impact of Rumor and Legend" (La machine à rumeurs: L'impact social de la rumeur et de la légende)

[Un article de Psychology Today](#) affirme également: "La peur engendre la rumeur. Plus un groupe est soumis à une angoisse collective, plus il sera enclin à lancer la machine à rumeurs. »

Dans notre monde en réseau, les gens aiment aussi propager intentionnellement de fausses informations et des rumeurs comme une plaisanterie, pour collecter des « likes » et des « followers », ou tout simplement pour provoquer la panique.

En conséquence, le travail de vérification peut être plus difficile dans les situations où fournir des informations précises est d'une importance capitale. Lors d'une catastrophe, que la cause soit naturelle ou humaine, les risques d'inexactitude sont amplifiés. Il s'agit alors littéralement d'une question de vie ou de mort.

Mais même au milieu du bruit et des rumeurs, il y a toujours un signal fort qui met en évidence les informations importantes. Quand un vol d'US Airways a été forcé d'atterrir au milieu de la rivière Hudson, un homme sur un ferry a pris une photo dans l'urgence, si puissante et éclairante, que seul un spectateur ou un témoin immédiat aurait pu la prendre à ce moment:

<http://twitpic.com/135xa> - There's a plane in the Hudson. I'm on the ferry going to pick up the people. Crazy.

— Jānis Krūms (@jkrums) [January 15, 2009](#)

Les témoins sont encore plus précieux sur le terrain dans des endroits où les journalistes ou les organisations humanitaires ont peu ou aucun accès. Aujourd'hui, ces témoins, équipés d'un téléphone, arrivent à documenter et à partager tout ce à quoi ils assistent; il peut s'agir d'un homme en bateau sur la rive Hudson - ou d'un homme qui vient de vivre un



accident d'avion, comme dans cet exemple de 2013:

I just crash landed at SFO. Tail ripped off. Most everyone seems fine. I'm ok. Surreal... (at [[@flySFO](https://twitter.com/flySFO)](https://twitter.com/flySFO)) [pic] — <https://t.co/E6Ur1XEfa4>  
— David Eun (@Eunner) [July 6, 2013](#)

Le public s'appuie sur des sources officielles telles que les agences de presse, les services d'urgence et les organismes gouvernementaux pour fournir des informations crédibles à temps.

Mais dans le même temps, ces organisations et institutions se tournent de plus en plus vers le public, vers la foule des utilisateurs, pour « crowdsourcer » les informations et pour mettre en contexte et en perspective une actualité importante. Quand cela fonctionne, cela crée un cercle vertueux: les sources d'information officielles et établies - les agences gouvernementales, les ONG, les médias - fournissent des informations indispensables, et travaillent en étroite collaboration avec les gens sur le terrain qui sont les premiers à voir et à documenter une urgence.

Pour ce faire, les journalistes et les travailleurs humanitaires doivent se former à l'utilisation des réseaux sociaux et et d'autres sources non traditionnelles pour recueillir, recouper et vérifier les informations souvent contradictoires, qui émergent lors d'une catastrophe. Cela exige des processus, des techniques et des outils fiables et éprouvés. Il est surtout indispensable d'acquérir ces connaissances et savoir-faire avant qu'une catastrophe

n'arrive.

En pleine catastrophe, il est trop tard pour tenter de vérifier les faits à la volée, pour chercher à savoir quelles normes, processus et pratiques suivre pour « crowdsourcer » l'information. C'est pourtant ce que beaucoup - trop - de salles de rédaction et d'autres organisations font aujourd'hui.

Il existe heureusement une vaste quantité d'outils, de technologies et de bonnes pratiques qui ont émergé ces dernières années, permettant à tous de maîtriser l'art nouveau de la vérification; d'autres sont toujours en cours d'élaboration.

En résumé, l'important est de réussir à harmoniser deux éléments essentiels: d'un côté la préparation, la formation et la coordination des gens à l'avance et en cas d'urgence; et d'un autre côté, de leur fournir l'accès à des ressources pour leur permettre de tirer pleinement parti des outils en constante évolution qui peuvent aider à la vérification.

La combinaison du facteur humain du facteur technologique, avec diligence et dans la bonne configuration est ce qui permettra au final d'accélérer et de perfectionner la vérification. Il faut néanmoins être conscient que les meilleures configurations évoluent, et que les outils et technologies changent rapidement.

Ce livre synthétise les meilleurs conseils et expériences, en s'appuyant sur l'expertise des praticiens de premier plan de certains des principaux médias au niveau mondial, des ONG, des bénévoles et des communautés technologiques ainsi que des Nations Unies. Il offre des conseils essentiels, des outils et des processus pour aider les organisations et les professionnels à fournir au public une information fiable quand elle est la plus nécessaire.

\*\*

En réalité, les bons professionnels tombent souvent sur de mauvaises informations, et la technologie ne peut nous aider à les vérifier ou à les informer que dans une certaine mesure; cela peut être d'autant plus vrai lorsque des grands volumes d'informations se déplacent à un rythme rapide, lorsque tant de salles de rédaction et organisations manquent de programmes de formation et de processus de vérification formels.

"La vérification et la démystification du contenu généré par le public s'appuient beaucoup plus sur des intuitions journalistiques que sur des technologies à la mode », écrit David Turner dans [un article de Nieman Reports](#) sur l'équipe de vérification de contenu généré par l'utilisateur de la BBC. «Alors que certains appellent cette nouvelle spécialisation du journalisme 'l'expertise médico-légale de l'information', on n'a pas besoin d'être un expert en informatique ou d'avoir un équipement spécial pour poser et répondre à des questions fondamentales utilisées pour juger si une image est mise en scène ou non. »

Cette prise de conscience qu'il n'y a pas de solution miracle, pas de test parfait, est le point de départ de tout examen de vérification pour fournir des informations fiables en cas de catastrophe. Pour cela les journalistes et les autres acteurs de la chaîne de l'information doivent d'abord respecter les principes fondamentaux de vérification qui existent depuis des décennies et qui ne deviendront jamais obsolètes.

Steve Buttry se étudie dans son chapitre les bases de la vérification. Il faut y ajouter la liste suivante, les fondamentaux de la vérification:

- Mettre en place un plan et des procédures avant les catastrophes et avant que les actualités de dernière minute ne se produisent.
- Entretenir un réseau de sources humaines.
- Contacter des personnes, leur parler.
- Être sceptique quand quelque chose semble trop beau pour être vrai.
- Consulter des sources crédibles.
- Se familiariser avec la recherche, les méthodes de recherche et les nouveaux outils.
- Communiquer et travailler avec d'autres professionnels - la vérification est un sport d'équipe.

Une autre maxime a été ajoutée à la liste ci-dessus ces dernières années: lorsque vous essayez d'évaluer l'information - que ce soit une image, un tweet, une vidéo ou autre type de contenu - vous devez vérifier la source *et* le contenu.

Lorsque l'Associated Press a promu Fergus Bell comme acteur clé de la définition et la pratique de son processus de vérification des vidéos générés par les utilisateurs, celui-ci s'est d'abord basé sur les normes de vérification traditionnelles, plutôt que sur les nouveaux outils et technologies.

« AP a toujours eu ses règles qui n'ont pas vraiment changé, et c'est parce que nous avons travaillé en les suivant que nous avons pu mettre en place des processus de travail spécifiques et de meilleures pratiques pour traiter le contenu provenant des réseaux sociaux », déclare Bell. « AP a toujours cherché à trouver la source d'origine de sorte que nous puissions couvrir l'information autour d'elle. Et c'est toujours la voie que nous allons suivre pour la vérification de contenus créés par l'utilisateur. Nous ne pouvons pas vérifier quelque chose si nous ne parlons pas à la personne qui l'a créé, dans la plupart des cas. »

En commençant avec ces principes fondamentaux, il est possible commencer à élaborer un processus reproductible fiable pour vérifier l'information dans les situations d'urgence. La vérification des informations sur les réseaux sociaux, que ce soit des faits, photos ou vidéos, devient plus facile une fois que vous connaissez vos règles et que vous savez comment les appliquer.

C'est à ce moment qu'il est possible de faire le meilleur usage des outils décrits dans ce livre, tels que les lecteurs d'EXIF, les plug-ins d'analyse de photos, la recherche avancée sur Twitter, les recherches de domaine whois et les autres outils.

Outre les outils, les règles et les processus pour utiliser ces outils, il y a aussi l'élément crucial du crowdsourcing: amener le public au coeur du processus et travailler lui pour s'assurer que nous avons tous une meilleure information quand on en a le plus besoin.

Andy Carvin, jusqu'à récemment en charge de la stratégie réseaux sociaux chez NPR, est peut-être le professionnel le plus célèbre et expérimenté de la vérification collaborative. Selon lui, l'essentiel est de travailler avec la foule, pour, selon le slogan NPR « créer un

public mieux informé. »

« Quand une nouvelle information arrive, nous ne devrions pas utiliser les médias sociaux uniquement pour diffuser les gros titres ou pour demander aux gens leurs commentaires » déclare-t-il lors d'un discours au Festival International du Journalisme de Perugia.

Il continue:

Nous ne devrions même pas demander l'aide des gens en essayant de couvrir une actualité brûlante. Nous devrions être plus transparents sur ce que nous savons et ce que nous ne savons pas. Nous devons répondre activement aux rumeurs qui circulent en ligne. Plutôt que de prétendre qu'elles circulent pas, ou qu'elles ne font pas partie de nos préoccupations, nous devons les aborder de front, encourager le public à les questionner, à les examiner, à comprendre d'où elles viennent, et pourquoi.

Ce livre est un guide pour aider chacun d'entre nous - des journalistes, des humanitaires, des journalistes citoyens, tout le monde - à acquérir les compétences et les connaissances nécessaires pour travailler ensemble lors d'événements critiques, pour séparer l'information du bruit, et, finalement, pour améliorer la qualité de l'information disponible, quand on a le plus besoin d'elle.

- [Précédent](#)
- [Suivant : Étude de cas 1.1: Séparer une rumeur d'un fait dans une zone de conflit nigériane](#)

# Étude de cas 1.1: Séparer une rumeur d'un fait dans une zone de conflit nigériane



**Stéphanie Durand** gère les partenariats stratégiques avec les médias et une série de projets au sein de [L'Alliance des civilisations des Nations Unies](#) à New York. Elle est en charge de l'organisation de formations média, de réunions entre experts et journalistes, du développement de projets multimédias, et de la gestion d'un portefeuille de plus de 80 partenaires. Elle a travaillé à Sciences Po Paris en tant que directeur associé de l'American Center, puis à l'École supérieure de journalisme, où elle a développé la stratégie internationale. D'origine franco-allemande, elle est titulaire d'un B. A. / M. A. de Sciences Po Paris et d'une maîtrise (Sc) de la London School of Economics en affaires internationales. Elle tweete sous le pseudo [[@steffidurand](#)](<https://twitter.com/steffidurand>).

La région de Jos dans le centre du Nigeria est traditionnellement connue comme la «Maison de la paix et du tourisme ». Aujourd'hui, et depuis un certain temps, elle est le lieu d'une guerre en cours autour de lignes religieuses et sectaires.

Jos est à cheval sur la frontière nord-sud du Nigeria. La partie nord du pays est à prédominance musulmane; le sud est à prédominance chrétienne.

La crise de Jos a généré des gros titres alarmants tels que « Des centaines d'assaillants islamiques tuent des chrétiens près de Jos » et « Des musulmans abattent des chrétiens dans le centre du Nigeria. » Ces titres et d'autres du même acabit, ont incité certains chefs religieux à critiquer les médias pour incitation à la violence, à cause de la nature provocatrice de ces articles.

Une violence meurtrière existe effectivement à Jos, et les médias doivent couvrir ces faits précisément. Pour ce faire, ils doivent passer au crible un nombre croissant de rumeurs qui se propagent via SMS, les réseaux sociaux et les blogs - et faire attention à éviter la publication d'informations fausses qui pourraient envenimer la situation.

Les journalistes locaux sont également exposés à l'intimidation, l'autocensure et à la peur de représailles de la part des autorités ou des militants. En outre, les médias en général font face à des défis tels que la diminution de leurs ressources, qui a pour effet de réduire le nombre de journalistes étrangers, qui finissent pas travaillent seuls pour couvrir toute une région.

Cela peut affecter leur connaissance et leur sensibilité par rapport au contexte local. Cela augmente également leur dépendance du contenu recueilli et distribué par des témoins (souvent inconnus) sur le terrain. Les journalistes doivent être prudents et doivent vérifier ce qu'ils découvrent, pour éviter que le risque de tensions croissantes et de représailles ne repose que sur des rumeurs.

En Janvier 2010, lorsque des médias ont commencé à parler d'un nouveau conflit majeur à Jos, des rumeurs ont commencé à se répandre à propos de monstres armés de couteaux et de machettes rôdant autour des maisons, des mosquées et des églises. Des témoins ont

évoqué des causes très différentes pour expliquer le conflit: pour certains la cause était la reconstruction de maisons détruites par des émeutes en 2008; pour d'autres un combat lors d'un match de football; d'autres évoquaient l'incendie d'une église.

Les SMS ont également joué un rôle important dans l'incitation directe à la violence, avec des messages tels que « Abattez-les avant qu'ils ne vous abattent. Tuez-les avant qu'ils ne vous tuent. »

Dans le même temps, des blogs publient régulièrement des photos des victimes de la violence.

Le processus de vérification est plus crucial que jamais dans ce type de situation, où une perception biaisée et la peur envahissent toutes les parties prenantes. Il est essentiel pour les journalistes de s'écarter des passions de ceux qui sont impliqués, et de vérifier l'exactitude des témoignages qui racontent la violence ethnique ou religieuse. Démystifier une fausse rumeur à propos d'une attaque meurtrière ou d'une crise imminente peut littéralement sauver des vies.

Comme c'est le cas ailleurs, à Jos, alors que les réseaux sociaux perpétuent la désinformation, ils permettent également aux journalistes de se connecter et d'interagir avec des utilisateurs dans le cadre de leur travail. Les réseaux sociaux fournissent une plate-forme pour répondre aux rumeurs, et permettent de vérifier les informations qui vont créer la confiance et la transparence nécessaire pour éviter une escalade du conflit.

À Jos, la vérification méticuleuse, effectuée en collaboration avec des utilisateurs, aide les médias à jouer un rôle en faveur l'apaisement de la tension et du conflit. Il en résulte une information juste et précise, une nécessité.

Bien qu'ils ne soient certainement pas la seule réponse nécessaire pour atténuer les tensions, de tels articles permettent d'avancer dans le lent processus de la dissipation de la peur, de la suspicion et de la colère qui sont au cœur des conflits ethniques et religieux.

- [Précédent](#)
- [Suivant: Chapitre 2: Les bases de la vérification: Règles à appliquer](#)

## 2: Les bases de la vérification: règles à appliquer



**Steve Buttry** est rédacteur en chef en charge de la transformation digitale pour Digital First Media. Il a été rédacteur en chef, journaliste et responsable de la formation pour sept journaux américains et a eu des rôles de dirigeant à TBD.com l'Institut de la presse américaine. Il a dirigé plus de 40 séminaires, ateliers et webinaires sur l'éthique à travers le monde. Il a été nommé [Rédacteur en chef de l'année](#) en 2010 par le magazine Editor & Publisher.

Buttry a poursuivi sa carrière de journaliste pendant 42 ans à travers les États-Unis, au Canada, en Irlande, au Venezuela, au Mexique, en Allemagne, au Japon, en Arabie saoudite, Equateur, Sibérie, France et Italie. Il blogue sur [stevebuttry.wordpress.com](http://stevebuttry.wordpress.com) et tweete comme [[@stevebuttry](https://twitter.com/stevebuttry)](<https://twitter.com/stevebuttry>).

En 1996, j'ai travaillé sur un projet dans un lycée américain [sur une équipe féminine de basket-ball qui avait remporté le championnat de l'Etat de l'owa 25 ans plus tôt](#). J'ai interviewé les 12 membres de l'équipe de Farragut, ainsi que la star et l'entraîneur de Mediapolis, l'équipe battue par Farragut en championnat.

Je leur ai demandé comment Farragut avait gagné le match. Ils m'ont donné différentes versions, souvent des faits très vivants, de la même histoire: la star de l'équipe opposée, Barb Wischmeier, qui mesurait 1m85, marquait facilement et elles ont rapidement pris l'avantage.

L'entraîneur de Farragut a envoyé Tanya Bopp, qui mesurait à peine 1m50, bloquer Wischmeier. Bopp a provoqué plusieurs fautes (certains se rappelaient précisément qu'il s'agissait de trois ou quatre fautes) ce qui a énervé Wischmeier. Farragut a réussi ainsi à changer le match, et à reprendre l'avantage.

Je n'ai pas remis en question ces souvenirs cohérents dans mon article, mais j'ai appris presque par accident qu'ils étaient exagérés. Une des filles m'a prêté une vidéo du match. Je l'ai regardée à la recherche de plus de détails qui pourraient compléter mon reportage. À la fin de la vidéo, j'avais la sensation d'avoir manqué quelque chose. Je l'ai regardée à nouveau.

La petite Tanya Bopp avait provoqué seulement une faute sur la fille de l'équipe adverse. Cela a troublé la star de l'équipe de Mediapolis, ce qui a fait tourner le match, mais c'est arrivé une seule fois. Toutes les histoires, qui étaient de première main, étaient inexactes, alimentées par les émotions (de joie ou d'angoisse) d'un moment important dans leur vie, qui a été déformé jusqu'à devenir une légende.

La légende, et la possibilité de lui rendre hommage en dévoilant la réalité, m'a donné un fil narratif idéal pour [mon article](#) mais elle m'a aussi appris une leçon de vérification: ne vous fiez pas aux témoins, même aux gens honnêtes. Demandez la documentation.

Les légendes sont très positives, et même amusantes, pour les athlètes et les fans qui revivent les jours de gloire de leur équipe. Mais les journalistes, les militants des droits de l'homme ne doivent s'intéresser qu'à la vérité, et doivent s'engager à trouver et dire la

vérité, en particulier dans des situations d'urgence.

Que ce soit dans la narration d'une catastrophe naturelle, une actualité de dernière minute ou une histoire basée sur la tradition populaire, les reporters doivent se rappeler que nous sommes en train d'écouter le fruit de mémoires défectueuses ou d'une perspective limitée. Si dire la vérité est notre objectif, la vérification doit être notre règle.

Nous avons besoin de regarder et d'écouter avec sérieux les histoires de nos sources en cherchant des occasions de les vérifier. La source possède-t-elle une vidéo, photographie, lettre ou un document qui pourrait nous permettre la vérification ou l'exploration en détail de l'histoire, ou de corriger une mémoire floue? Quand on nous fournit ce matériel, en particulier dans les situations d'urgence, où le temps est compté, nous devons l'étudier et appliquer les principes fondamentaux de la vérification.

Quel que soit le moment et votre rôle dans le reportage, les principes de vérification sont intemporels et peuvent être appliqués à n'importe quelle situation, que ce soient des informations importantes, une catastrophe naturelle ou le récit d'une histoire apocryphe datant d'un quart de siècle.

## **L'essence de la vérification**

L'une des boutades les plus appréciées du journalisme, lancée par les rédacteurs en chef expérimentés, est la suivante: "Si votre mère vous dit qu'elle vous aime, vérifiez-le. »

Mais cette boutade n'explique pas au journaliste, ou au professionnel de l'humanitaire, comment vérifier. La vérification est l'essence du journalisme, mais elle illustre aussi la difficulté du journalisme et de la nécessité de standards élevés: le processus de vérification peut varier en fonction de chaque fait.

Ce manuel ne présentera donc pas aux journalistes, aux travailleurs des droits de l'homme et autres professionnels de l'humanitaires un système de vérification universel avec des étapes simples, mais des stratégies pour vérifier - quelles que soient vos motivations ou votre rôle.

La question clé de toute vérification: "Comment le savez-vous?"

Les journalistes doivent poser cette question à leurs sources; les rédacteurs en chef doivent la poser aux journalistes. Journalistes, éditeurs, producteurs et professionnels des droits de l'homme doivent se poser la question à la troisième personne à propos des sources auxquelles ils ne peuvent pas la poser directement: Comment le savent-ils?

La consultante média Rosalie Stemer ajoute une seconde question qui illustre le processus de vérification et son éthique; persistance et ingéniosité sont de mise au cours de la vérification: Avez-vous une autre source?

Dans la mesure où nous questionnons les sources et les documents, et où nos collègues nous questionnent, nous devons chercher de multiples sources de vérification, plusieurs chemins qui puissent nous mener à la vérité. (Ou qui nous permettent de trouver des

« blancs » dans l'histoire ou dans les données.)

La vérification est une combinaison de trois facteurs:

1. L'ingéniosité, la persévérance, le scepticisme et les compétences de la personne
2. Les connaissances, la fiabilité, l'honnêteté, la quantité, la variété des sources, que vous pouvez trouver et convaincre de parler
3. La documentation

La technologie a changé la façon dont nous combinons ces trois facteurs: Le cycle 24/7 des informations et la montée des réseaux sociaux et du contenu généré par les utilisateurs exigent de couvrir des événements alors même qu'ils se déroulent, de prendre des décisions rapides dans la mesure où l'information a été suffisamment vérifiée; les outils numériques nous donnent de nouvelles façons de trouver et d'atteindre les sources; les bases de données et la prolifération des téléphones portables avec appareils photo génèrent des quantités massives de documentation à rechercher et évaluer. Une vérification réussie est le résultat de l'utilisation efficace de la technologie, et du respect des règles intemporelles de précision.

Le besoin de vérification vient tout d'abord du simple fait que beaucoup de nos sources d'information ont tort. Ces fausses informations peuvent être répandues à dessein ou innocemment transmises par manque d'information. Les sources peuvent avoir des souvenirs partiels, manquer de contexte ou de compréhension. Elles peuvent avoir des difficultés ou être incapables de restituer tout ce qu'elles savent, ou de voir le panorama complet des événements tels qu'ils se déroulent.

Notre travail n'est pas de répéter comme des perroquets ce que disent nos sources et les documents qu'elles fournissent, mais de les contester, recouper ce qu'elles fournissent avec d'autres sources crédibles et vérifier ce qui est vrai (avant de publier, localiser ou diffuser) de ce qui est faux ou non vérifié.

Chacune des nombreuses options de vérification que nous pouvons choisir a ses défauts: dans les situations d'urgence, nous pouvons trouver une abondance de sources officielles et des sources de première main, c'est à dire des gens qui ont réellement vu - ou même participé - aux événements en question. Mais leurs témoignages peuvent être biaisés.

Le gouverneur de West Virginia Joe Manchin a déclaré en 2006 que 12 des 13 mineurs coincés sous terre avaient été [sauvés de la mine Sago](#). Quel journaliste n'aurait pas couru publier cette histoire?

Mais sa déclaration ne correspondait pas à la vérité. Douze des mineurs étaient morts; un seul a été sauvé. Le gouverneur s'appuyait sur des déclarations de deuxième et de troisième main, sans remettre en cause les sources qui lui indiquaient que les mineurs étaient vivants. Nous devons remettre en question les sources des autorités aussi agressivement que nous contestons toute autre source.

# Nouveaux outils

La documentation a changé avec la technologie. La vidéo qui m'a aidé à démystifier la légende en 1996 n'aurait pas été disponible si j'avais travaillé sur cet article 15 ans plus tôt (même si dans ce cas j'aurais toujours pu chercher dans les archives de la chaîne de télévision). Dans les années qui ont suivi, j'ai utilisé la vidéo pour la vérification; la disponibilité des téléphones portables et des caméras de sécurité a augmenté le volume et l'importance de la documentation vidéo. Mais la facilité du montage vidéo numérique souligne l'importance du doute permanent. Et, bien sûr, n'importe quelle vidéo ne capture qu'une partie de l'histoire.

La technologie a également changé la façon dont nous trouvons et nous nous mettons en relation avec les sources et les informations. Tandis que les personnes participent à des événements et témoignent avec leurs mots, photos et vidéos sur les réseaux sociaux et les blogs, les journalistes peuvent trouver plus rapidement, communiquer et crowdsourcer les informations plus facilement en utilisant des outils de recherche et d'autres technologies numériques.

Nous pouvons utiliser ces nouveaux outils de manière plus efficace en leur appliquant les questions traditionnelles: comment savent-ils cela? de quelle *autre* manière le savent-ils?

Cette vieille boutade sur la vérification de l'amour d'une mère? J'ai vérifié la source (la vieille Chicago City News Bureau) à partir de multiples sources en ligne: le [Chicago Tribune](#), [AJR](#) et le [New York Times](#). Même là, cependant, la légende complique la vérification. En 1999 [un article du Baltimore Sun](#) de Michael Pakenham affirme que la légende est attribuée au rédacteur de nuit du Chicago City News Bureau, [Arnold Dornfeld](#) (comme les trois articles en lien ci-dessus), mais "Dornie dit qu'en fait, c'est un autre ancien journaliste, [Ed Eulenberg](#), qui a dit cela le premier. »

Votre mère vous aime probablement, comme elle le dit. Vous pouvez le vérifier en interrogeant ses amis et votre famille, en détarrant des photos et des vidéos où elle montre ou exprime son amour. Trouver des lettres ou des mises à jour Facebook qui expriment son affection. Documenter les cadeaux et les actions qui prouvent son amour. Puis faire la même chose pour chaque article, chaque événement et chaque projet.

- < [Précédent](#) - [Suivant : Étude de cas 2.1: Utiliser les médias sociaux comme une radio de la police](#)

## Étude de cas 2.1: Utiliser les médias sociaux comme une radio de la police



**Anthony De Rosa** est rédacteur en chef chez [Circa](#), une média d'information mobile. Il était auparavant responsable des réseaux sociaux chez Reuters et possède plus de 15 ans d'expérience en tant que spécialiste de technologies pour des sociétés comme Newmark Knight Frank-, Merrill Lynch, Bristol-Myers Squibb et Reuters Media. En 2011, il a remporté le prix de la couverture la plus innovante de Reuters pour la couverture en direct des événements en utilisant les blogs et les réseaux sociaux, et a récemment remporté un prix de journalisme d'El Mundo . Il tweet sous le pseudo: [\[@AntDeRosa\]\(https://twitter.com/AntDeRosa\)](https://twitter.com/AntDeRosa).

Le moyen par lequel nous recueillons de l'information peut changer, mais les principes de vérification s'appliquent dans tous les cas. Remettre en cause ce que vous voyez et entendez, rechercher et vérifier la source, et parler à des sources officielles et primaires restent les meilleures méthodes pour couvrir les événements de manière précise.

Chez Circa, nous couvrons l'actualité du monde entier, mais nous publions seulement ce que nous pouvons confirmer. Cela exige d'utiliser les réseaux sociaux pour suivre les derniers événements tels qu'ils se déroulent et les vérifier.

Les informations diffusées sur les réseaux sociaux doivent être traitées de la même façon que toute autre source: avec un extrême scepticisme.

La plupart du temps, je visualise l'information de la même manière que je le ferais si je l'avais entendue sur une radio de la police. J'écoute beaucoup et je sélectionne très peu. J'utilise l'information comme une piste à suivre de manière plus traditionnelle. Je passe des coups de téléphone, j'envoie des emails et je contacte des sources primaires qui peuvent confirmer ce que j'entends et ce que je vois (ou pas).

Dans le cas de la fusillade de 2013 de l'aéroport de Los Angeles par exemple, nous avons obtenu des informations venant de témoins oculaires à l'aéroport et nous avons contacté la LAPD, le bureau de terrain du FBI et les autorités locales de Los Angeles. Si nous n'avions pas pu vérifier de manière indépendante ce que nous avons vu et entendu, nous aurions retardé la publication aussi longtemps que nécessaire.

Même dans les cas où les principaux organes de presse ont publié des informations, nous avons attendu jusqu'à avoir pu confirmer l'information avec des sources primaires. Souvent, ces organisations citent des sources anonymes provenant des autorités, et comme nous l'avons vu avec l'attentat du marathon de Boston, la fusillade à Navy Yard, la fusillade à Newtown et d'autres tragédies, les sources anonymes des autorités sont souvent peu fiables.

## **L'utilisation de TweetDeck pour le suivi de mises à jour**

Si les réseaux sociaux sont comme une radio de la police, TweetDeck est votre radio. Il y a différentes manières de créer un tableau de bord pour contrôler le flux des mises à jour.

J'élabore des listes Twitter à l'avance sur des thématiques spécifiques. Les sujets de ces listes comprennent l'application de la loi dans les grandes villes, les reporters locaux fiables, les organismes de presse et les journalistes spécialisés. Je peux organiser ces listes en colonnes sur TweetDeck et effectuer des recherches à l'intérieur des listes, ou simplement les consulter comme un flux à suivre.

## Un petit avion atterrit dans le Bronx

Voici un exemple d'utilisation de TweetDeck pour couvrir l'atterrissage d'urgence d'un petit avion sur une autoroute du Bronx en Janvier 2014, pour détecter l'arrivée d'informations et pour recouper et vérifier les informations reçues.

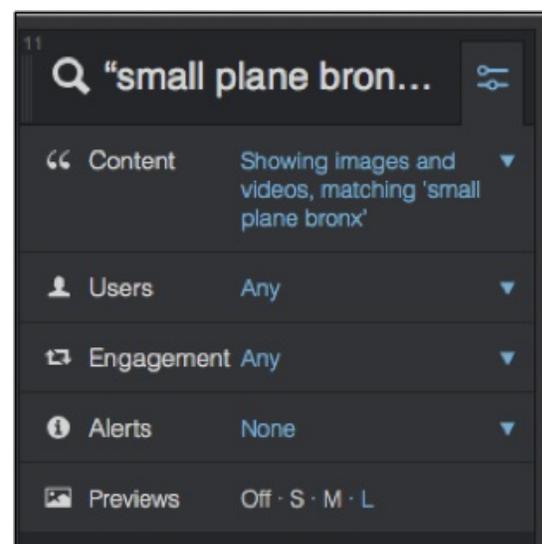
J'ai remarqué plusieurs tweets apparaissant dans mon flux Twitter mentionnant l'atterrissage d'avion sur la voie rapide Major Deegan dans le Bronx à New York, ce qui n'est pas un phénomène normal.

Bronx \*Plane Down\* Major Deegan Expy. E-81 confirming a small plane down, no fire, appears to be an emergency landing.

— NYC Fire Wire (@NYCFireWire) [January 4, 2014](#)

L'avion a atterri autour de 15h30 heure locale à New York. (Le tweet est daté de l'heure du Pacifique). C'est l'un des premiers tweets à signaler l'atterrissage. J'ai étudié quelques comptes de la ville de NYC qui agissent comme une sorte de radio de la police pour ce qui se passe dans la région. Je n'ai rien signalé avant d'avoir pu confirmer les informations, mais les informations recueillies ont été utiles comme éléments à approfondir.

Après avoir rassemblé les informations initiales, j'ai réalisé une recherche sur TweetDeck en utilisant la fonction permettant de ne montrer que les tweets présentant des images ou vidéos. J'ai utilisé les termes de recherche "petit avion" et "Bronx."



Les résultats ont montré que des sources crédibles d'informations locales avaient évoqué l'atterrissage de l'avion, et publié des images. J'ai aussi trouvé des informations et des images supplémentaires en faisant une recherche plus en profondeur en utilisant un filtre par pays (à moins de 10 km de New York) avec les mots-clés "petit avion" et "bronx" :

J'ai aussi interrogé ma liste spécialisée des comptes vérifiés gérés par l'État et des agences de la ville de New York, en utilisant à nouveau des filtres de localisation. Ces sources crédibles (ci-dessous) m'ont permis de confirmer

**NYC** **New York City Alert...** 1m  
 Bronx: Major Deegan Expy at East 233 St. 3 injured after small plane lands on the Major Deegan Expy.  
[pic.twitter.com/T1cmSQiSr8](http://pic.twitter.com/T1cmSQiSr8)

Open



Mark Spourer retweeted

**KGW News** @KGWN... 7m  
 Small plane makes emergency landing on Bronx expressway  
[bit.ly/1cQaEQX](http://bit.ly/1cQaEQX)  
[pic.twitter.com/HH56fslz9N](http://pic.twitter.com/HH56fslz9N)

Open



l'événement.

À ce stade, j'ai contacté le bureau d'information du public de FDNY pour confirmer et demander plus de détails. On m'a dit qu'il y avait trois personnes à bord, deux passagers et un pilote. Nous avons par la suite indiqué la marque et le modèle de l'avion, le nom de la personne ayant enregistré l'avion et l'hôpital où le pilote et les passagers ont été transférés. Les réseaux sociaux nous ont conduit à l'événement - mais nous avons dû suivre les détails de manière plus traditionnelle.

Avec la sensation que nous avons assez d'informations crédibles, nous avons publié notre article (voir ci-dessous). L'application Circa offre aux lecteurs la possibilité de «suivre» une thématique, et de recevoir des mises à jour chaque fois que de nouvelles informations sont ajoutées. Notre processus permet d'obtenir un article dès que possible avec des informations vérifiées, et de continuer à ajouter des mises à jour par la suite. TweetDeck nous permet de détecter une information en développement et de rechercher des personnes fiables (autorités, sources primaires), pour les contacter et confirmer la validité des mises à jour sur les réseaux sociaux. Dans certains cas, nous contactons la personne qui a envoyé l'information sur Twitter et essayons de déterminer sa fiabilité.

## Comment construire un dossier solide

Les informations que vous voyez sur les réseaux sociaux devraient être la première étape d'un processus pour tenter de vérifier ce qui a effectivement eu lieu, et non pas être considérées comme des informations en tant que telles.

La clé est d'observer autant que vous pouvez, de rassembler des informations et de les comparer avec d'autres contenus et d'autres informations pour élaborer un ensemble de preuves. Trouver des moyens pour corroborer ce que vous trouvez en contactant directement les sources et en vérifiant les personnes qui sont liées au contenu.

Il faut, comme je l'ai indiqué ci-dessus, traiter les réseaux sociaux comme une sorte de radio de la police.

Q "small plane bron..."

Content

Showing

all Tweets

matching

small plane bronx, near

excluding

Enter words to exclude

written in

any language

retweets

included

[Suivant : Chapitre 3: Vérification du contenu généré par l'utilisateur](#)

Users Any

Engagement Any

Alerts None

Previews Off · S · M · L

Share Clear Remove

 **Stuart DiMartini** @s... 35s  
Small plane makes emergency landing on Bronx expressway, no major injuries reported [nj.com/news/index.ssf...](http://nj.com/news/index.ssf...)  
Open

 **soulupdates** @soulu... 53s  
Small Plane Crash Lands On Bronx Expressway, No One Dies: If you are traveling northbound on the Major Deegan ... [bit.ly/1i5O73v](http://bit.ly/1i5O73v)  
Open

Ryan Pollydore retweeted

 **New York City Alert...** 8m  
Bronx: Major Deegan Expy at East 233 St. 3 injured after small plane lands on the Major Deegan Expy. [pic.twitter.com/T1cmSQiSr](http://pic.twitter.com/T1cmSQiSr)  
8



Open

12 NY State/City Age...

Content

Showing all Tweets

matching plane

excluding Enter words to exclude

retweets included

Users Any

Alerts None

Edit list

< > Share Clear X Remove

plane down on Deegan Expressway. #FDNY firefighters removing plane's fuel. [pic.twitter.com/a4xcEALmj](https://pic.twitter.com/a4xcEALmj)



Open ← ↻ ★ ...



**FDNY @FDNY** 1h  
Now: Plane on Deegan Expswy. Three non-life threatening injuries. No cars affected. #FDNY removing plane fuel. [pic.twitter.com/V03PIQng1](https://pic.twitter.com/V03PIQng1)



Open



**NYPD NEWS @NYPD...** 1h  
A Cessna plane made an emergency landing on Major Deegan Expwy at Exit 13 minor injuries ALL N/B lanes closed [pic.twitter.com/cg1fsA1Jkt](https://pic.twitter.com/cg1fsA1Jkt)



Open

# Small plane makes emergency landing on Bronx expressway

U.S. - JANUARY 6, 2014 9:20PM

*A private plane was forced to land suddenly along the Bronx's Major Deegan Expressway.*



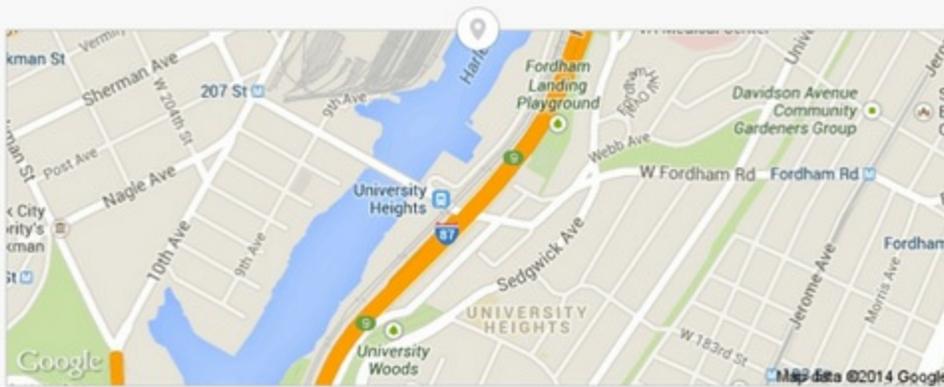
FOLLOW  
STORYLINE

SHARE



SOURCE: EN.WIKIPEDIA.ORG

1



### 3: Vérification du contenu généré par l'utilisateur



**Claire Wardle** est chargée de recherche au Tow Centre à l'Université Columbia, a travaillé sur un important projet de recherche sur le contenu généré par l'utilisateur et les informations télévisées. Elle a conçu le programme de formation aux réseaux sociaux pour la BBC en 2009 et a continué à former les journalistes à travers le monde sur la collecte de l'information sociale et la vérification. Ces deux dernières années Claire a travaillé avec [Storyful](#). Claire a un doctorat en communication de l'Ecole de communication Annenberg de l'Université de Pennsylvanie. Elle est [\[@cward1e\]\(https://twitter.com/cward1e\)](#) sur Twitter et blogue sur [clairewardle.com](#).

En moins d'une décennie, la collecte d'informations a été transformée par deux développements significatifs.

La première est la technologie mobile. Pendant l'été de 2013, un point de basculement important a été franchi. Pour la première fois, [plus de la moitié \(55%\) des téléphones mobiles vendus étaient des smartphones](#).

Par définition, un smartphone dispose d'un appareil photo de haute définition avec fonction vidéo, et il permet à l'utilisateur de se connecter facilement au Web pour diffuser les images. En conséquence, de plus en plus de gens ont la technologie dans leurs poches pour filmer très rapidement les événements qu'ils regardent autour d'eux, pouvant les partager directement avec des personnes intéressés spécifiquement, ainsi qu'avec un public plus large via les réseaux sociaux.

Le second développement est le Web social. Lorsque le Hub « User Generated Content » de la BBC a commencé ses travaux au début du 2005, il se nourrissait du contenu que les contributeurs envoyaient à une adresse e-mail centrale. À ce moment Facebook avait un peu plus de 5 millions d'utilisateurs (plus d'un milliard aujourd'hui). YouTube et Twitter n'existaient pas encore. Maintenant, à chaque minute de la journée, [100 heures de contenu sont téléchargées sur YouTube](#), 250,000 tweets sont envoyés et 2,4 millions de contenus sont partagés sur Facebook.<sup>1</sup> Le comportement du public a sensiblement changé.

Plutôt que de filmer quelque chose et, lorsque la personne est en mesure de le faire, de l'envoyer à un média, le public a tendance aujourd'hui à le télécharger sur Facebook, YouTube ou Twitter. Des études ont montré que très peu de personnes comprennent assez bien le processus d'information qui leur ferait penser à leurs images comme assez précieuses pour les envoyer, spontanément à un média ou une autre entité<sup>2</sup>. Essentiellement, ils téléchargent le contenu pour partager leurs expériences avec leurs amis et leur famille.

Il y a de plus en plus de «journalistes accidentels»: des personnes au bon endroit au bon moment avec un smartphone dans leurs mains. Comme Anthony De Rosa, l'ancien rédacteur en chef des réseaux sociaux pour Reuters et actuel rédacteur en chef de Circa, [writes](#): "La première pensée de la personne qui prend la photo n'est pas généralement: «J'ai besoin de le partager avec une grande chaîne de télévision» parce qu'ils ne

s'intéressent pas à ces réseaux plus traditionnels ou ils n'ont même pas entendu parler d'eux. Ils ont, cependant, entendu parler d'Internet et c'est là qu'ils décident de partager ces photos ou vidéos avec le monde entier.”

De même, lors d'une actualité de dernière minute, le public est souvent plus susceptible de se tourner vers les réseaux sociaux pour obtenir des informations, ce qui signifie que les premiers intervenants sur les événements et les organismes de secours sont eux mêmes en train d'utiliser les réseaux sociaux pour s'informer. Malheureusement, ces événements d'actualité sont propices à la circulation de fausses informations, délibérément ou par accident. Par conséquent, les journalistes et les professionnels de l'humanitaire devraient toujours penser au départ qu'il s'agit d'un contenu incorrect. En cas d'urgence, lorsque l'information peut littéralement affecter des vies, la vérification est une partie essentielle du processus de collecte d'information et de la diffusion d'information.

## **L'importance de la vérification**

La possibilité pour quiconque de télécharger du contenu, et de le catégoriser ou le décrire comme étant partie d'un certain événement fait que de nombreux journalistes, et des rédacteurs en particulier, ont peur de tomber sur une fausse information, un rumeur ou un canular.

Certaines personnes ont comme objectif de tromper délibérément les agences de presse et le public en créant de faux sites Web, en inventant des comptes Twitter, en modifiant des images avec Photoshop ou en utilisant des logiciels d'édition de vidéos. Plus souvent, les erreurs qui se produisent ne sont pas délibérées. Les gens, en essayant d'être utiles, trouvent souvent des contenus d'archive mal indexés et les partagent. Voici un exemple d'un homme qui a dû s'excuser après [avoir tweeté une photo](#) que sa femme lui avait envoyé. Elle lui avait envoyé une image pour lui montrer que le typhoon Usagi allait se diriger vers Hong Kong; en fait, c'était une vieille image d'un autre événement.

My apologies to all for jumping to conclusion about the image my wife sent me of typhoon. Not a hoax, just an error. Lesson learned.

— Roy Grubb (@roygrubb) [September 22, 2013](#)

Les gens qui téléchargent du contenu à partir de YouTube et en le chargeant sur leurs propres comptes, et revendiquent ce contenu comme le leur, causent d'autres problèmes. Il ne s'agit pas d'un canular, mais de l'utilisation d'une méthode appelée «scrapping» : cela signifie que nous devons travailler plus dur pour trouver la personne qui a mis le contenu en ligne au départ.

Un exemple de la difficulté de trouver des images originales a été démontré quand la commission du renseignement du Sénat américain [a publié une liste de 13 vidéos](#) trouvées sur YouTube, qui ont été utilisées comme preuve de l'attaque chimique de la Ghouta en Syrie en 2013. Un certain nombre de ces vidéos ont été prises à partir d'une chaîne YouTube bien connu du public syrien qui réédite et agrège régulièrement des vidéos

provenant des canaux d'autres personnes. Cela suggère que les vidéos de cette chaîne n'étaient pas des vidéos originales mais des vidéos récupérées (en utilisant le « scrapping »). À l'aide de différentes techniques de vérification, Felim McMahon de Storyful a trouvé les versions originales de ces vidéos et a dévoilé le processus suivi [ici](#). Cet exemple montre que ces questions ne sont plus seulement une préoccupation pour la communauté journalistique.

## Contrôles de vérification

La vérification est une compétence clé, rendue possible grâce à des outils en ligne gratuits et des techniques de journalisme à l'ancienne. Aucune technologie ne peut pas vérifier automatiquement du contenu généré par les utilisateurs avec 100% de certitude. L'œil humain et les enquêtes traditionnelles ne suffisent pas non plus. Seule la combinaison des deux rend la vérification possible. .

Quand un journaliste ou un professionnel humanitaire trouve un élément d'information ou de contenu via les réseaux sociaux il y a quatre éléments à vérifier et à confirmer:

1. Provenance: S'agit-il du contenu original?
2. Source: Qui a mis en ligne le contenu?
3. Date: Date à laquelle le contenu a été créé?
4. Lieu: Où le contenu a été créé?

## 1. Provenance: Confirmation de l'authenticité du contenu

Si vous trouvez le contenu sur un profil sur les réseaux sociaux, vous devez exécuter un certain nombre de contrôles sur ce profil pour vous assurer qu'il est réel.

Dans le cas d'un tweet, il faut savoir que le site [lemmetweetthatforyou.com](http://lemmetweetthatforyou.com) rend incroyablement facile de créer un faux tweet, qui peut être ensuite partagé comme une image.

Une autre façon utilisée pour propager de fausses informations sur Twitter est en présentant l'information fautive comme un retweet. Par exemple: "vraiment? RT @JoeBiden j'annonce ma retraite de la politique."

Les personnes créant des fausses publications créent souvent de faux comptes vérifiés pour faire semblant d'être légitimes, seulement en ajoutant l'image d'un « coche » bleu sur la photo de profil. Pour vérifier si un compte est effectivement vérifié, survolez le « coche » bleu, et vous verrez le texte "compte vérifié". Si ce n'est pas le cas, ce n'est pas un compte vérifié.

Facebook propose un système de vérification similaire, en utilisant le coche bleu, pour les célébrités, des journalistes et des responsables gouvernementaux. Ces coches bleues peuvent apparaître sur les pages Facebook ainsi que sur des profils personnels. (Comme

avec Twitter, Facebook gère le programme de vérification, et décide quelles demandes de vérification accepter.) Sur les pages Facebook, comme ci-dessous de Usain Bolt, le coche bleu apparaît sous la photo de couverture, à côté du nom de la personne.



Sur des profils personnels, le coche bleu apparaît sur la photo de couverture. Voici le profil de Liz Heron, rédacteur en chef de médias émergents au Wall Street Journal:



Il est intéressant de noter que, comme avec Twitter, les gens ajoutent des photos modifiées avec Photoshop pour rajouter des coches directement sur la photo. Donc, comme

avec Twitter, si vous passez votre souris sur le coche, le texte «profil vérifié» devrait apparaître.



Comme avec Twitter, il faut se souvenir que le processus de vérification est loin d'être transparent, de sorte qu'avec des personnes moins célèbres, il peut être difficile de savoir si

un compte non vérifié est faux ou s'il est tout simplement pas assez célèbre pour être vérifié!

Même avec ces programmes de vérification officiels mis en place, il n'y a pas de moyen rapide de vérifier si un compte est réel, autre qu'avec des contrôles minutieux de tous les détails disponibles sur le profil. Les aspects à examiner incluent les sites web liés au compte, la situation, les photos et vidéos du profil, les mises à jour ou les tweets précédents. Qui sont leurs amis ou abonnés? Qui ont-ils suivi? Est-ce qu'ils ont sur des listes de quelqu'un d'autre?

Si vous cherchez un contenu riche, comme une photo ou une vidéo, une des premières

questions est s'il s'agit d'un contenu original. En utilisant des outils de recherche inversé d'images tels que TinEye ou Google Images<sup>3</sup>, vous pouvez savoir si l'image a été mise en ligne précédemment. (Pour plus de détails sur l'utilisation de ces outils, voir le chapitre 4.)

Alors que les canulars délibérés sont rares, ils existent. Au cours des dernières années il y a eu des fausses vidéos relativement inoffensives produites par des [agences publicitaires cherchant de la visibilité](#), et par [des étudiants dans le cadre d'un travail de fin d'études](#). Il y a également eu des tentatives délibérées de créer de faux contenu, en particulier en Syrie et en Egypte, utilisant des contenus apparemment sérieux et en les diffusant sur les réseaux sociaux avec l'objectif de discréditer «l'ennemi».

Les techniques comprennent la création d'un faux site Web, mais d'apparence identique [revendiquant la responsabilité d'un attentat à la bombe](#), ou la mise en scène d'un terrible incident en accusant l'adversaire. La manipulation est relativement facile à faire aujourd'hui, et si vous êtes Nancy Pelosi [en essayant de créer une photographie de tous les femmes députées](#) même si certaines d'entre elles ne sont pas encore arrivées, ou un groupe de militants syriens partageant une vidéo [d'un homme semblant d'être enterré vivant](#), tout professionnel de journaliste ou humanitaire doit commencer en supposant qu'un contenu généré par l'utilisateur est faux. (Voir le chapitre 5 de ce manuel pour plus de détails sur la vérification des vidéos.)

## 2. Confirmer la source

Le but ultime lorsque l'on tente de vérifier le contenu généré par l'utilisateur (UGC) est d'identifier la personne qui l'a mise en ligne au départ et entrer en contact avec elle.

Dans cette conversation, les questions clés impliquent de découvrir quand quelqu'un était debout en train de prendre les images, ce qu'ils pouvaient voir à cet endroit, et le type de caméra utilisé pour enregistrer les images. (Ces questions fournissent des données essentielles pour répondre à la question clé proposé par Steve Buttry dans le chapitre précédent: "Comment le savez-vous".)

Si quelqu'un essaie de diffuser des informations fausses, que ce soit délibérément ou non, poser des questions directes permet souvent que la personne interrogé admette si elle n'a pas modifié elle-même les images. En outre, il est possible de croiser les réponses avec les informations disponibles en examinant les données EXIF d'une photo, ou en comparant l'emplacement spécifique d'une vidéo avec Google Street View, ce que nous détaillerons dans les chapitres suivants.

D'abord il faut trouver la personne responsable du contenu. Les recherches sur l'historique d'une personne qui a mise en ligne des images ou des vidéos peut imiter les caractéristiques d'une enquête policière à l'ancienne, et peut vous faire sentir peut-être plus comme un « harceleur obsédé» que comme un journaliste ou un chercheur.

Certaines personnes font mention d'un grand nombre d'informations personnelles sur leurs profils sociaux, et un nom réel (ce qui n'est pas trop commun) peut fournir une mine

d'informations. Aujourd'hui il y a des personnes qui racontent différents aspects de leur vie sur les différents réseaux sociaux, et elles ignorent souvent que ces indices peuvent être combinés pour constituer un dossier substantiel d'informations. Un profil YouTube avec peu de renseignements personnels, mais qui comprend un site Web URL peut conduire un journaliste, via le site [who.is](http://who.is).<sup>3</sup> à trouver l'adresse d'une personne, e-mail et numéro de téléphone personnel.

### 3. Confirmation de la date de l'événement

La date d'une vidéo peut être l'un des éléments les plus difficiles à vérifier. Certains militants sont conscients de ce fait et c'est pour cela qu'au moment de filmer ils montrent un journal du jour où on peut clairement reconnaître la date. Cela n'est évidemment pas infaillible, mais si une personne qui met en ligne des vidéos devient connue et considérée fiable par des organisations, soient elles des organisations médias ou humanitaires, c'est une pièce supplémentaire d'information utile.

Il faut prendre en compte que YouTube date les vidéos avec le fuseau horaire du Pacifique. Cela peut parfois signifier que la vidéo semble avoir été téléchargée avant qu'un événement ait eu lieu.

Une autre élément qui peut aider à vérifier la date est d'utiliser les informations météorologiques. L'outil de calcul en langage naturel [Wolfram Alpha](http://WolframAlpha) vous permet, entre autres choses, de vérifier la météo d'une date donnée. (Il suffit de taper une phrase telle que « Quelle était la météo à Caracas le 24 Septembre, 2013 » pour obtenir un résultat.) Cette information peut être croisée avec des informations issues des tweets et des données de prévisions météorologiques locales, ainsi que avec d'autres publications du même endroit sur le même jour.

### 4. Confirmation de l'emplacement

Seul un petit pourcentage de contenu est automatiquement géolocalisé, mais des plateformes tels que Google Maps, Google Earth, Wikimapia - vous permettent de cartographier où aurait été localisé l'appareil photo/vidéo en question. Ces ressources sont l'une des premières vérifications qui doit être effectuée pour la vidéo et les photos, et il est surprenant à quel point elles sont efficaces.<sup>4</sup> Cependant, lorsque l'imagerie n'est pas à jour, la géolocalisation est toujours plus difficile. Par exemple comme dans le cas de la Syrie, sous réserve de dommages causés par des bombes ou des obus, ou sur Long Island après l'ouragan Sandy.

Les militants qui sont conscients des défis de vérification, capturent souvent une image panoramique avant ou après le tournage de quelques séquences pour identifier un bâtiment qui pourrait être situé sur une carte, visant par exemple une haute tour, un minaret ou une cathédrale, ou panneau. Cette pratique s'est répandue grâce aux demandes faites par les

groupes de presse<sup>5</sup>, et au [partage de bonnes pratiques par les activistes eux-mêmes](#) quand il s'agit de contenu du type UGC.

## La vérification comme processus

Malheureusement, on considère souvent la vérification comme une question simple à laquelle on peut répondre par « oui » ou « non ». Cela a-t-il été vérifié, oui ou non?

Dans la pratique, tel que décrit ci-dessus et dans les chapitres suivants, la vérification est un processus. Il est relativement rare que tous ces contrôles puissent apporter des réponses claires. C'est donc une décision éditoriale de savoir s'il faut utiliser un certain contenu qui provient d'un témoin ou non.

Deux récentes études universitaires ont effectué une analyse de la production de contenu de la BBC et de Al Jazeera en arabe. Ils ont constaté que, bien que leurs contrôles de vérification sont réalisées par la rédaction, et que ces contrôles sont considérés comme absolument nécessaires, les résultats des contrôles sont rarement partagés avec le public.

Comme Juliette Harkin l'a conclu dans [son étude de 2012](#), “ni la BBC en arabe, ni Al Jazeera en arabe n'expliquent dans leurs programmes ou vidéos si les sources ont été vérifiées ou étaient fiables. L'explication commune à l'antenne «ces images ne peuvent pas être vérifiées », été absente pour tout le contenu évalué pour cette étude.”<sup>6</sup>

Il y a des initiatives récentes visant à accroître la transparence avec le public sur les contrôles de vérification faits par les journalistes quand un contenu UGC est utilisé par un média. L'AP et la BBC travaillent sur la mise en place d'un processus de vérification plus clair; en Août 2013, la BBC [a déclaré](#) que depuis [une étude approfondie sur l'utilisation des UGC pendant le printemps arabe](#), “la BBC a adopté un nouveau libellé pour toutes les séquences générés par l'utilisateur où la vérification indépendante n'a pas été possible », permettant au public de savoir ce que la BBC peut assurer.

Il est probable que dans les prochaines années, une nouvelle grammaire de vérification émerge. Cette nouvelle grammaire servira à un public qui s'attend à être informé de ce qui est vérifié ou pas, en terme de contenu provenant de réseaux sociaux. Dans un contexte où le public accède aux mêmes images que les agences de presse, ce niveau de transparence et de responsabilité est nécessaire.

- 
1. Ces statistiques changent tout le temps, mais celle-ci est la plus récente tentative de mesurer l'activité sur les réseaux sociaux les plus populaires <http://blog.qmee.com/qmee-online-in-60-seconds/>
  2. <http://www.bbc.co.uk/blogs/knowledgeexchange/cardiffone.pdf>
  3. Un journaliste doit toujours vérifier ces deux outils. Parfois, les résultats peuvent apparaître sur l'un et pas sur l'autre. \_\_

4. Consultez ce post sur la géolocalisation d'une explosion d'un réservoir en Syrie:  
<http://blog.storyful.com/2013/03/13/the-changing-nature-of-conflict-and-technology/>
5. Consultez l'étude de Harkin \_\_
6. Harkin, p. 31\_\_

- [< Précédent](#) - [Suivant: Étude de cas 3.1: Suivi et Vérification pendant l'élection parlementaire ukrainienne](#)

## Étude de cas 3.1: Suivi et Vérification pendant l'élection parlementaire ukrainienne



**Anahi Ayala Iacucci** est la conseillère principale en innovation pour le [Internews Center for Innovation & Learning](#) et le Internews Humanitarian Media Project. Au cours des quatre dernières années, elle a travaillé sur les applications de la technologie et de l'innovation aux crises humanitaires, le développement des médias, la prévention des conflits et les droits de l'homme partout dans le monde pour des organisations comme la Banque mondiale, l'ONU, le NDI et Freedom House, entre autres. Elle blogue sur [anahiayala.com](http://anahiayala.com) et tweete comme [@anahi\\_ayala](https://twitter.com/anahi_ayala) ([https://twitter.com/anahi\\_ayala](https://twitter.com/anahi_ayala)).

Lors des élections parlementaires ukrainiennes de l'automne 2012, [Internews Ukraine](#), une ONG locale soutenue par l'organisation à but non lucratif [Internews](#), a mis en place un projet de suivi des élections appelé Elect.UA. L'organisation a utilisé des techniques de crowdsourcing, les téléphones portables, les réseaux sociaux, les techniques de suivi des processus électoraux professionnels et les médias pour superviser la campagne électorale, et les possibles violations qui peuvent interférer avec les résultats.

Le projet a été construit sur une structure assez complexe: 36 journalistes à travers le pays ont couvert des histoires pendant la campagne électorale et le jour du scrutin. En même temps, trois organisations de surveillance électorale ont travaillé via des SMS, des formulaires en ligne et des e-mails. Elect.UA a également invité les Ukrainiens à partager leur expérience électorale à travers les réseaux sociaux (Twitter et Facebook), des technologies mobiles (SMSs et un numéro de hotline), via une application smartphone ou via un formulaire en ligne ou e-mail.

194

Повідомлення про порушення

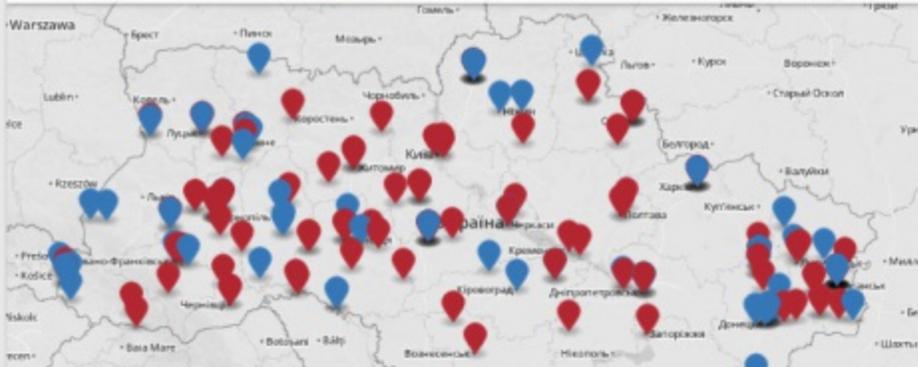


Останні повідомлення

Соціологічне дослідження, оприлюднене в авіаційному ...  
 На ВО 163 кандидат Михайло Ратушняк здійснює підкуп виб...  
 Політична реклама на громадському транспорті в Зап...

Перейти до перегляду звітів

Карта порушень



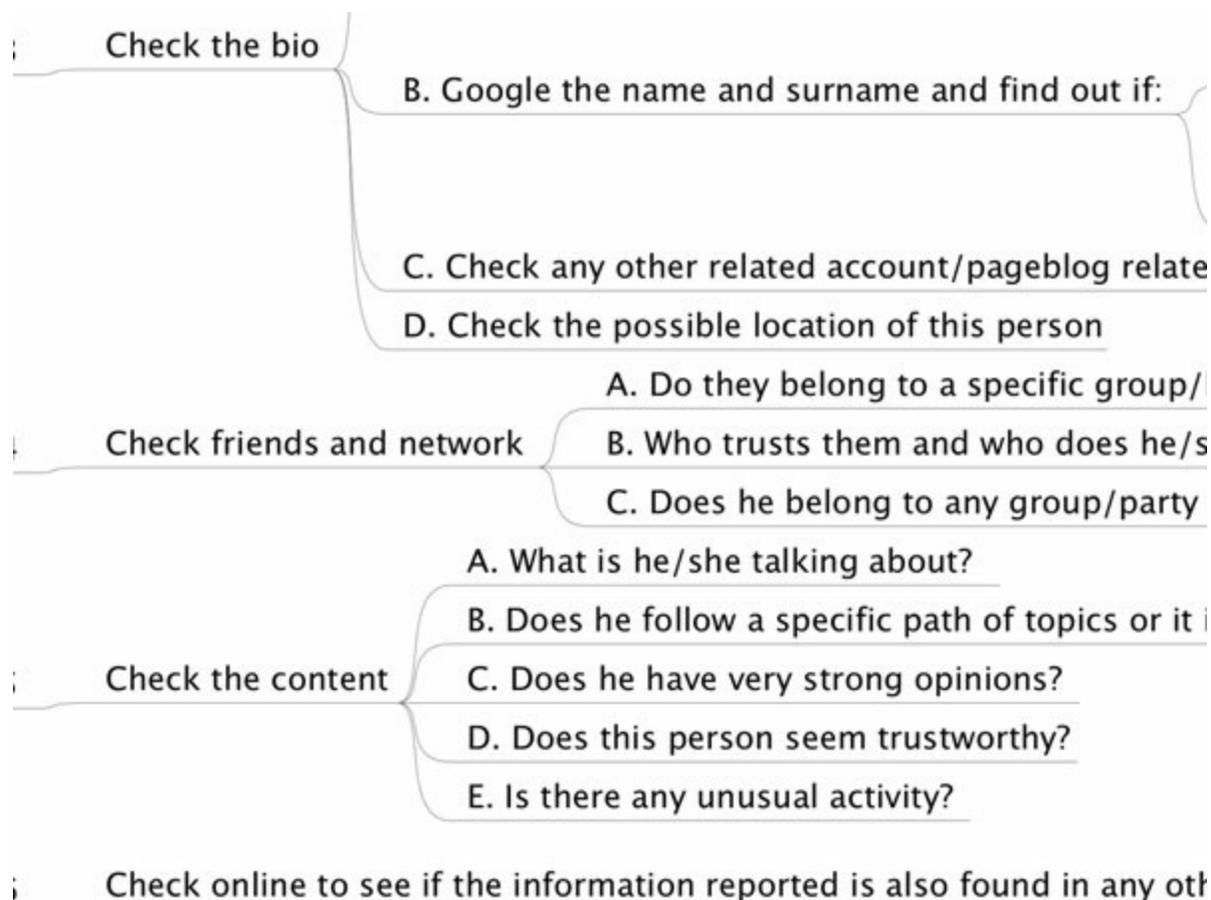
Toutes l'information provenant des journaliste formés et observateurs électoraux d'Internews a été cataloguée comme vérifiée, tandis que les messages provenant du public en général ont été examinées par une équipe de 16 administrateurs à Kiev.

Pour les messages provenant du public, l'équipe d'administration a mis en place un protocole de vérification basé sur la source de l'information: la technologie mobile, le type de réseau social, le formulaire en ligne ou e-mail.

Pour chaque source, l'équipe a essayé de vérifier l'expéditeur de l'information (si possible), le contenu de l'information et le contexte. Pour chacun de ces

composants l'équipe a également essayé d'établir si quelque chose pouvait être vérifiée à 100 pour cent, ou si elle pouvait seulement être partiellement vérifiée.

Pour les informations provenant des réseaux sociaux, l'image ci-dessous montre le modèle d'arbre de décision utilisé par les administrateurs dans le processus de vérification.



[Cliquez sur l'image pour l'afficher en taille réelle](#)

La première étape a consisté à effectuer une recherche en ligne de l'information et de sa source pour identifier toutes les traces numériques possibles de la personne, et du contenu. (Par exemple, nous avons examiné les autres comptes liés sur les réseaux sociaux, les mentions faites par des articles de

presse, des informations sur leur université, des affiliations, etc.). La recherche visait à déterminer si la personne était une source fiable, et s'il y avait la trace d'une information similaire en ligne.

La deuxième étape a consisté à utiliser les informations recueillies pour établir un profil de la personne, ainsi que le profil du contenu fournis. Pour chacun des QQQQCCP (qui, quoi, quand, où et pourquoi) les administrateurs devaient déterminer soigneusement ce qu'ils pouvaient prouver, et ce qu'ils ne pouvaient pas prouver.

Quand un élément d'information n'a pas pu être vérifié avec un degré suffisant de certitude, le rapport a été renvoyé à un moniteur électorale ou un journaliste sur le terrain en temps réel, pour qu'il fasse une vérification en personne.

Par exemple, le 28 Septembre 2012, Elect.UA a reçu un message anonyme sur son site Internet assurant que le candidat parlementaire Leonid Datsenko avait été invité par un étranger à une réunion où il a été intimidé et forcé à se retirer des élections.

Le lendemain, les administrateurs de la plateforme ont trouvé [un article](#) dans une source médiatique fiable qui incluait un enregistrement de l'échange. On a retenu le rapport de vérification, jusqu'au 1er Octobre, quand des journalistes locaux [ont diffusé cette information par accident lors d'une conférence de presse](#). Les journalistes locaux de Elect.UA ont également mené des interviews avec les services de police locaux, qui ont reconnu ce cas comme vrai.

L'équipe de Elect.UA a réussi à vérifier une quantité incroyable d'informations en utilisant

ces protocoles, et a également remarqué que plus les administrateurs se sont familiarisés avec le processus de vérification, plus vite ils ont pu travailler. Cela prouve que la vérification de contenu généré par l'utilisateur est une compétence qui peut être systématisée et apprise, résultant en des solutions efficaces et fiables.

- [< Précédent](#)
- [< Suivant: Chapitre 4: Vérification des Images](#)

## 4: Verification des images



**Trushar Barot** est rédacteur en chef adjoint du Hub « Social Media et User Generated Content » de la [BBC News](https://www.bbc.com/news). Il a travaillé dans les médias britanniques, dans la presse TV, radio, et les médias en ligne pendant les 15 dernières années. Au cours des 4 dernières années, il a aidé à élaborer et à mettre en œuvre la stratégie des réseaux sociaux de la BBC News et la « salle de rédaction sociale » de son nouveau siège à Londres. Il tweete sous le nom [[@trushar](https://twitter.com/trushar)](<https://twitter.com/trushar>).

Une image puissante peut définir une histoire.

C'était certainement le cas pour le Hub UGC de la BBC News au début de Juillet 2005. Il avait une semaine que l'équipe de projet pilote initial avait été mise en place pour aider à rassembler le contenu venant du public avant d'être envoyé à la BBC News, et aider à en obtenir le meilleur pour le diffuser à la télévision, la radio et sur Internet.

Puis les attentats du 7 Juillet sont arrivés.

Ce matin-là, la BBC et d'autres organisations de presse ont rapporté une surtension dans le métro de Londres, l'équipe UGC a commencé à recevoir de nombreuses informations envoyées par le public.



Photo: Alexander Chadwick

Ce fut l'une des premières images que l'équipe a reçu. Avant sa diffusion, l'image a été examinée de près et l'auteur a été contacté pour vérifier son histoire et les détails de ce qu'il a vu. La photo est devenue par inadvertance un des premiers exemples du processus de vérification de l'image UGC qui a depuis

évolué vers une pratique courante dans le secteur.

Cette image, et d'autres similaires, ont montré la terreur et le chaos à Londres pendant les

instants immédiatement après les attentats. Elle a été la responsable du changement rapide de l'histoire racontée. C'était le premier exemple significatif qui prouvait que le contenu UGC pouvait aider la BBC News à raconter une histoire importante avec plus de précision, d'une meilleure manière et plus vite.

Aujourd'hui, l'équipe UGC a été incorporée au cœur de la rédaction de la BBC. Ses 20 journalistes travaillent dans la télévision, la radio, en ligne et sur les réseaux sociaux pour produire du contenu provenant soit directement du public de la BBC soit du Web au sens large.

La vérification est essentielle pour le succès de ce que l'équipe UGC produit. La technologie a considérablement évolué depuis 2005, apportant une augmentation exponentielle de l'utilisation des réseaux sociaux et de la puissance des téléphones mobiles. Ces changements offrent de grands avantages à nos processus de collecte d'information, en particulier sur les dernières nouvelles; mais ils apportent également de grands défis.

Une organisation média de confiance internationale comme la BBC ou un professionnel humanitaire sur le terrain a la nécessité d'être rapide, équilibrée, avec la nécessité de s'assurer que les images sont crédibles et authentiques. Nous devons également veiller au respect du droit d'auteur et à recueillir les autorisations appropriées soient.

Depuis ce jour, en 2005, l'équipe UGC a développé un certain nombre d'approches pour aider ce processus. Bien que la technologie continue à changer - ainsi que les outils que nous utilisons - les principes de base de la vérification de l'image restent les mêmes:

1. Établir l'auteur / créateur de l'image.
2. Corroborer l'endroit, la date et l'heure approximative à laquelle l'image a été prise.
3. Confirmer que l'image correspond avec ce qui est avancé comme étant ce qu'elle montre.
4. Obtenir la permission de l'auteur/expéditeur pour l'utilisation de l'image.

Étudiez ces points plus en profondeur.

## **1. Établir l'auteur / créateur de l'image.>**

Contactez la personne qui a mis en ligne le contenu et lui demandez directement s'il s'agit bien de la personne qui a pris l'image, est la façon de le faire la plus évidente, et généralement la plus efficace .

Contactez la personne responsable via son compte du réseau social ou à travers de l'adresse électronique liée à l'image partagée, est une première étape, mais il est également important d'essayer de s'assurer de l'identité de la personne. Ces détails peuvent aider à déterminer s'il s'agit en fait de la source originale de l'image.

Comme indiqué dans le chapitre précédent, dans de nombreux cas, les gens croient être utiles en re-publiant des images qu'ils ont vues ailleurs. Cela arrive fréquemment à des

organisations de presse - les images sont envoyées par les membres bien intentionnés du public qui veulent aider à informer sur une histoire. Demander à l'expéditeur de confirmer si l'image lui appartient peut faire gagner beaucoup de temps aux journalistes dans le processus de vérification.

Faire le chemin inverse pour identifier la source d'une image commence avec la personne qui l'a téléchargé, et se termine souvent par une personne différente, celle qui a réellement capturé l'image.

Comme il a été mentionné dans un chapitre précédent, une étape importante est d'utiliser un service comme [Google Reverse Image Search](#) ou comme [TinEye](#). Il faut coller l'URL de l'image ou une copie de l'image et ces services scanneront le web pour voir s'il existe des correspondances. Si plusieurs liens vers la même image apparaissent, on peut cliquer sur "Voir d'autres tailles" pour chercher plus en profondeur.

Habituellement, l'image avec la plus haute résolution / taille devrait nous emmener à la source originale. (Sur Google Images, la résolution pour chaque résultat d'image est listée juste à côté de l'image elle-même.) On peut ensuite vérifier avec l'image qu'on a pour voir si la source semble être authentique.

Très souvent, sur un événement qui vient de se produire, il n'y aura pas d'images que vous souhaitez pour illustrer l'histoire, en particulier si l'événement implique des personnes ordinaires. En même temps il peut arriver de vouloir confirmer qu'une image corresponde à quelqu'un en particulier et non pas à quelqu'un d'autre avec le même nom.

Pour cela , le site Pipl.com peut être particulièrement utile, car il vous permet faire des références croisées à partir de noms de personnes, noms d'utilisateurs, des adresse e-mail et numéros de téléphone avec des profils en ligne des personnes. Pour les recherches internationales, WebMii est une ressource supplémentaire qui peut aider. LinkedIn s'avère également être un excellent moyen de vérifier les identités et fournit souvent des pistes supplémentaires (liées à leur expérience professionnel) a propos d'une personne.

## **2. Corroborer l'endroit, la date et l'heure approximative à laquelle l'image a été prise**

Il existe quelques moyens journalistiques et techniques utiles pour l'établissement d'informations telles que la date, le lieu et d'autres détails importants. Poser des questions basiques au créateur/responsable de la mise en ligne de l'image est essentiel pour collecter cette information. Ces cinq questions sont toujours les mêmes:

- Qui sont-ils?
- Où sont-ils?
- Quand sont-ils arrivés?
- Que peuvent-ils voir (et qu'est-ce que la photo montre)?
- Pourquoi sont-ils à cet endroit?

Un aspect important à prendre en compte à ce stade est si l'image provient d'un endroit conflictuel, toujours vérifier que la personne à qui vous parlez n'est pas en danger parce qu'elle vous parle. Il faut être également conscients de toutes les dangers possibles de révéler l'identification de la source à travers tous les détails que vous diffusez sur lui ou ses images.

À partir de notre expérience à la BBC, les gens qui étaient vraiment où ils disent d'avoir été, donnent des réponses visuelles, décrivant souvent les détails en temps présent. («Je suis au milieu de la rue « X », je peux depuis cet endroit voir et entendre «Y».) Plus la réponse est vague, plus il faut être prudent sur ce que la source vous dit.

Une autre technique utile est de demander à la personne d'envoyer des images supplémentaires prises en même temps. Il est rare que quelqu'un prenne uniquement une photo dans une situation digne d'intérêt. Avoir plus d'une image vous aide à apprendre plus sur la façon dont les événements en question se sont déroulés.

Une fois que vous avez recueilli les déclarations de la source sur la façon dont l'image a été prise, il faut travailler pour corroborer les informations complémentaires. Deux méthodes principales peuvent être utilisées pour étudier le contenu de la photo elle-même et pour croiser ces informations avec ce que la source a déclaré.

Tout d'abord, il faut vérifier si l'image a toutes les métadonnées. Les métadonnées, également dénommés "données EXIF" lorsqu'il s'agit des images numériques, sont l'information incorporée dans une image. Si l'image est originale, il y aura une bonne chance de trouver des informations sur la marque et le modèle de la caméra, l'horodatage de l'image (Il faut cependant faire attention s'il y en a un parce qu'il pourrait être de-configuré ou réglé selon un autre fuseau horaire, par exemple avec le fuseau horaire du fabricant), et les dimensions de l'image d'origine, entre autres détails. Vous pouvez utiliser un logiciel comme Photoshop (regardant sur l'information du fichier), ou des outils gratuits en ligne comme [Fotoforensics.com](http://Fotoforensics.com) ou comme [Findexif.com](http://Findexif.com) pour trouver les données EXIF de l'image.

Télécharger l'image et le lecteur EXIF peut donner toute l'information contenue par l'image. Certaines des informations sont utiles pour avoir une compréhension plus technique de la photographie numérique. Mais pour une personne quelconque, des données telles que la date quand la photo a été prise à l'origine ou le type de caméra peuvent parfois aider à dévoiler sa source cachée.

Attention: La plupart réseaux sociaux (si ce n'est pas le cas pour tous) tels que Twitter, Facebook et Instagram nettoient la plupart des métadonnées des images d'origine quand elles sont téléchargés sur leurs plate-formes. Flickr semble être une exception.

Deuxièmement, on doit échanger des références sur l'image avec d'autres sources. Très souvent, il y aura des indices qui peuvent vous aider à vérifier l'emplacement et l'heure de la prise de l'image:

- Plaques d'immatriculation sur les véhicules

- Les conditions météorologiques
- Points de repère/monuments
- Types d'habillement
- Signalisation / lettrage
- Y a t-il un magasin ou un bâtiment identifiable?
- Quel est le type de terrain / environnement?

### 3. Confirmer que l'image correspond avec le contenu suggéré

Une image peut être authentique, mais elle peut comporter des erreurs de catégorisation/description. Par exemple, lors de l'ouragan Sandy, cette image largement répandue sur Twitter a été décrite comme étant une photo de trois militaires en train de monter la garde devant la tombe du Soldat Inconnu:



L'image montrait bien des soldats devant la Tombe. [Mais elle avait été prise un mois plus tôt, et non pas pendant l'ouragan Sandy.](#) La photo avait été publiée sur la page Facebook de la Première division militaire Est des Etats Unis.

Dans le cadre de la vérification de la date, l'heure et l'emplacement approximatif d'une image, il est

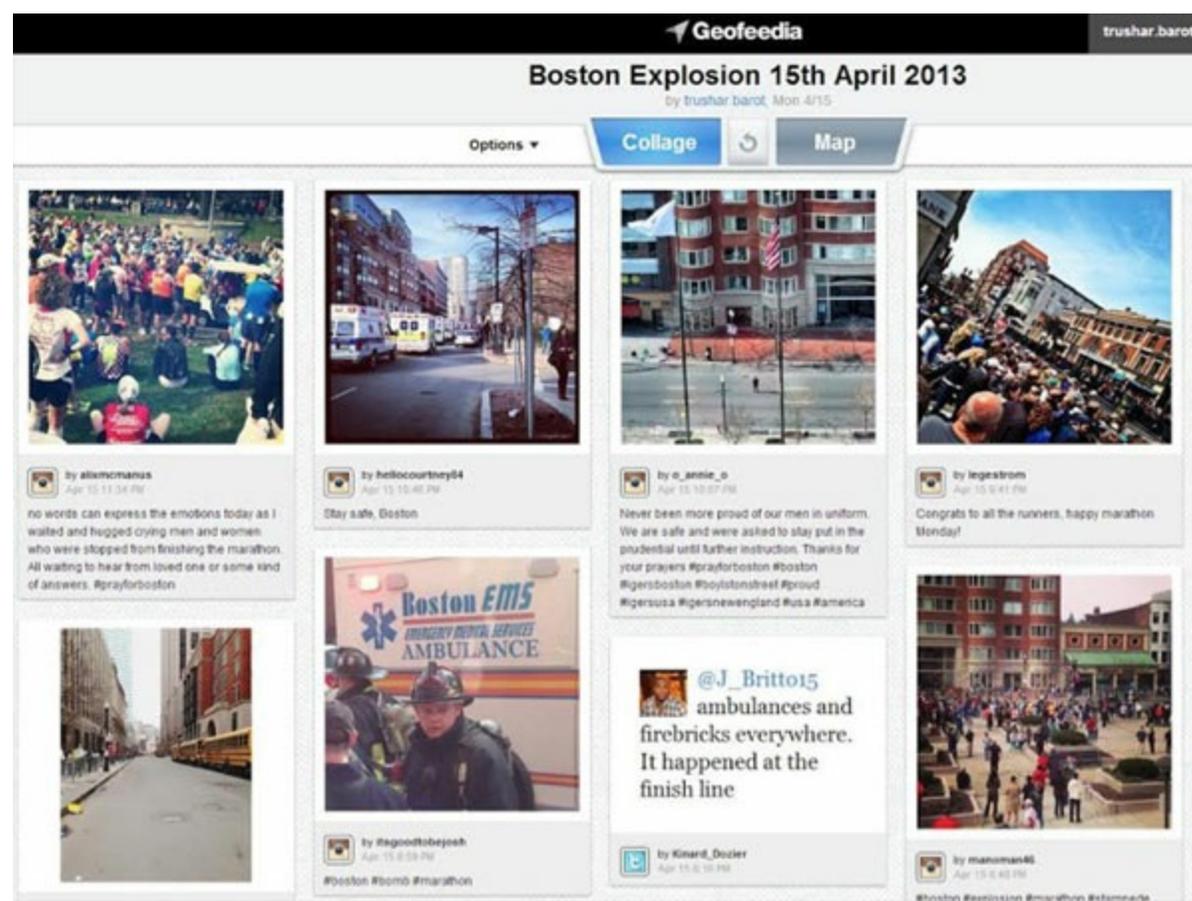
également important de confirmer que l'image est ce qu'il prétend être. Une image authentique peut encore être placée dans un faux contexte.

On peut utiliser [Google Maps](#), [Bing Maps](#) ou [Wikimapia](#) pour avoir des pistes pour vérifier la localisation de la photo. Les images UGC sont de plus en plus marquées sur ces services maintenant, et ils peuvent également fournir des pistes utiles pour assurer le suivi, des angles différents à des endroits étudiés. (En savoir plus sur l'utilisation de ces services de cartographie pour la vérification dans le chapitre 5: Vérification de la vidéo)

On peut utiliser des sites météorologiques qui peuvent nous donner des rapports précis du temps à l'endroit et à la date cherchée pour confirmer si cela correspond avec l'image. Comme indiqué dans le chapitre précédent, [Wolfram Alpha](#) est un site recommandé pour la recherche de rapports météorologiques aux dates et lieux spécifiques.

Si on a des affiches ou des lettres, par exemple sur un signe, dans une langue différente de l'image, l'utilisation [Google Translate](#) peut aider à voir s'il s'agit d'un autre indice de l'emplacement. L'outil de lecture optique de caractères [free-ocr.com](#) peut également être utile pour extraire le texte d'une image et pour ensuite faire une traduction en ligne.

Les plateformes de localisation comme [Geofeedia](#) et [Ban.jo](#) peuvent également aider à établir l'emplacement à partir duquel une image a été mise en ligne. Ces services utilisent les données GPS de l'appareil mobile qui met en ligne l'image. Alors qu'ils capturent actuellement seulement un petit pourcentage de tout le contenu sur les réseaux sociaux téléchargés à partir d'un endroit donné, ils fournissent un filtre initial utile. L'image ci-dessous est un exemple de certaines des photos capturées par Geofeedia au lendemain des attentats du marathon de Boston:



Avec ces outils et techniques, pour les images, il est également utile de vérifier pour voir si des images similaires sont distribuées par les agences de presse officielles ou non. Y a-t-il des images de cet endroit qui ont été téléchargées sur les réseaux sociaux par d'autres personnes? D'autres images pourraient montrer une scène similaire sous un angle différent, ce qui

serait également utile pour définir la crédibilité de l'image.

Enfin, pour la couverture d'un événement important, il est toujours utile de faire un double contrôle d'une image si elle apparaît sur [Snopes](#), un site qui se spécialise dans la démystification des légendes urbaines et des fausses informations sur Internet.

#### 4. Obtenir la permission de l'auteur/expéditeur pour

# **l'utilisation de l'image**

Obtenir la permission du détenteur du droit d'auteur des images est toujours la meilleur pratique. En outre, les lois du droit d'auteur dans de nombreux pays sont de plus en plus claires sur le fait que des réparations peuvent être demandées si l'autorisation de la publication n'a pas été accordé.

Les modalités et les conditions en ce qui concerne le droit d'auteur à des contenus téléchargés sur les réseaux sociaux varient d'un service à l'autre. Certains sites, comme Flickr, montrent clairement aux côtés de l'image si le photographe a conservé les droits d'auteur, ou s'il permet leur utilisation en Creative Commons. (Il recommandé de lire les conditions sur [Creative Commons licenses](#) pour se familiariser avec les différentes licences.)

Lorsque on demande de la permission pour publier des photos, il est important de garder à l'esprit quelques détails:

- Être clair sur l'image (s) que vous souhaitez utiliser.
- Expliquer comment l'image (s) sera utilisée.
- Préciser comment le photographe souhaite être crédité (nom, nom d'utilisateur, etc., en gardant à l'esprit que, dans certains cas, il pourrait préférer peut-être rester anonyme).

Surtout, n'oubliez pas que si vous avez passé les contrôles et procédés ci-dessus et vous avez encore un doute de la véracité de l'image...n'utilisez pas l'image!

- [< Précédent](#) - [Suivant : Étude de cas 4.1: Vérification d'un ballon de plage bizarre lors d'une tempête](#)

## Étude de cas 4.1: Vérification d'un ballon de plage bizarre lors d'une tempête



**Philippa Law** et **Caroline Bannock** sont en charge de la plateforme de journalisme ouvert GuardianWitness de The Guardian, qui permet aux lecteurs de partager leurs vidéos, images et leurs histoires. Bannock était auparavant productrice senior d'information et rédactrice à l'étranger pour Channel 4 News. Elle tweete sous le nom [[@carlanine](https://twitter.com/carlanine)](<https://twitter.com/carlanine>). Law était auparavant productrice de radio de la BBC et soutient un doctorat sur la participation du public sur les médias de langue minoritaire. Elle tweete sous le nom [[@philonski](https://twitter.com/philonski)](<https://twitter.com/philonski>).



La force de la tempête, le vent et la pluie ont provoqué des inondations et des pannes de courant dans le sud du Royaume-Uni en Octobre 2013. Cet événement a affecté un grand nombre de personnes. Afin d'élargir et d'enrichir la couverture de cet épisode, The Guardian a demandé à ses lecteurs de partager leurs photos, vidéos et histoires de la perturbation via la plateforme de contenu généré par l'utilisateur, GuardianWitness.

Parmi les contributions reçues on a trouvé une [photo bizarre](#) de ce qui semblait être un ballon géant de plage multicolore, au moins deux fois plus haut qu'un autobus à deux étages, à la dérive au rond-point de Old Street à Londres. C'était une de ces images qui fait vous demander: "Est-ce trop beau pour être vrai?" Nous étions très conscients que cela pourrait être un canular .



Nous avons commencé la vérification de la photo de l'utilisateur à travers de la recherche sur Google reverse image et de TinEye pour voir si l'image n'avait pas été empruntée à un autre site. Les utilisateurs essaient souvent de nous montrer que quelque chose vient de se passer en envoyant des photos qui ont été publiées sur d'autres sites , ou partagées sur

Twitter et Facebook. Ainsi, une recherche d'images inversée est toujours la première vérification que nous faisons.

Dans le cas de l'énorme ballon de plage, Google n'a pas donné de résultat - ce qui a suggéré que la photo était soit originale, très récente et qu'elle n'avait pas été reprise par d'autres médias, ou pas encore. Ce qui donne aussi des pistes, car le bon contenu peut se publier rapidement.

L'outil de vérification le plus important que nous avons, c'était une conversation directe avec l'utilisateur. Chaque contributeur chez GuardianWitness doit partager une adresse e-mail. Cependant, il n'y a aucune garantie qu'elle soit toujours une adresse valide. Nous avons envoyé une question à l'utilisateur pour essayer de prendre un premier contact. Dans l'intervalle de temps, nous avons continué nos contrôles de vérification.

Comme d'habitude, nous aurions vérifié où la photo avait été prise en la comparant avec des images sur Google Street View, mais comme notre équipe était familière de la région d'Old Street, nous avons reconnu visuellement la photo et nous avons considéré que la photo avait bien été prise là-bas. Même si nous connaissons la région, nous n'avons aucun souvenir d'avoir vu un ballon de plage géant aux alentours, nous avons donc cherché en ligne des preuves de l'existence du ballon. Nous avons trouvé qu'il avait déjà été attaché au sommet d'un immeuble voisin. Cette constatation nous a fait penser que l'image avait moins de possibilités d'être un canular, comme nous l'avions d'abord pensé.

Nous avons vérifié Twitter pour trouver des mentions du ballon le matin du jour même de la tempête et nous avons pu confirmer qu'il y avait d'autres témoins. Cette recherche sur

Twitter nous a permis de trouver une photo prise par un autre utilisateur une heure plus tard, quand le ballon avait dégonflé.

Enfin, l'utilisateur nous a répondu et en lui parlant au téléphone, nous étions en mesure de confirmer qu'il avait pris lui-même la photo.

Ayant pris toutes ces mesures pour vérifier l'image, nous étions contents que la photo soit finalement authentique. L'image d'un énorme ballon de plage en fuite sous la pluie battante a été publiée sur le live-blog du Guardian, et a été largement partagée sur les réseaux sociaux.

- [< Précédent](#)
- [Suivant: Étude de cas 4.2: Vérification de deux "requins urbains" suspects pendant l'ouragan Sandy](#)

## Etude de cas 4.2: Vérification de deux "requins urbains" suspects pendant l'ouragan Sandy



**Tom Phillips** est rédacteur senior chez [BuzzFeed UK](#). Il a auparavant travaillé pour le journal britannique [Metro](#), était rédacteur international chez [MSN](#), et plus récemment a contribué au lancement de [UsVsTh3m](#), une start-up expérimentale axée sur le social pour le Trinity Mirror. Dans ses temps libres, entre autres choses, il écrit sur [Is Twitter Wrong?](#), un blog où il essaie de faire la vérification en temps réel des tweets et des images virales. Il tweet sous le nom [[@flashboy](#)](<https://twitter.com/flashboy>).

Lorsque l'ouragan Sandy a frappé New York et le New Jersey, j'animais un blog intitulé "Is Twitter Wrong?" (Twitter Se trompe-t-il?), une expérience de vérification des images publiées sur Twitter.

Quand une catastrophe naturelle majeure frappe une zone densément peuplée, ayant de nombreux utilisateurs des réseaux sociaux ainsi que diverses organisations médias, cela donne comme résultat un grand nombre d'images à analyser et filtrer. Différencier la bonne image de la mauvaise a soudainement pris d'assaut l'ordre du jour éditorial.

Deux images particulièrement virales montraient un requin qui aurait été aperçu nageant dans les rues inondées d'un quartier dans le New Jersey. J'ai fait équipe avec Alexis Madrigal de The Atlantic pour tenter de vérifier ces images.

Un aspect de ces images (ci-dessous), c'est qu'elles étaient assez étranges pour être considérées suspectes, mais elles n'étaient pas assez invraisemblables pour les rejeter. Elles étaient finalement très difficiles à discréditer *définitivement*.



Des images qui ont été cataloguées comme fausses (connues communément comme « fakes») peuvent souvent être vérifiées en quelques secondes à travers de la recherche d'image inversée. Les photos d'événements ou crises importantes peuvent souvent être au moins partiellement vérifiées à partir de l'identification de plusieurs sources de la même photo.



Mais aucune d'entre elles ne peuvent être vérifiées en un coup d'oeil. (Mon expérience est que pour les images qui ne peuvent pas être vérifiées en quelques minutes, leur vérification a tendance à prendre beaucoup plus de temps.)

En fin de compte, il n'y a parfois pas d'alternative: il faut retracer le chemin inverse de la propagation de l'image à travers des réseaux sociaux pour découvrir l'originale; marcher dans les rues de Google Street View pour repérer un emplacement approximatif; et / ou faire défiler les pages de résultats de Google Image pour un mot clé en particulier pour la recherche d'images sources possibles.

Pour l'image du requin, l'approche de recherche Google d'Image a été la clé. Nous avons réussi à trouver l'image exacte de l'aileron de requin qui avait été modifié avec Photoshop dans l'une des photos.



Malgré cette découverte, nous étions incapables de dire que l'autre image était définitivement fausse. Parce qu'il s'agissait d'un requin différent.

Nos tentatives pour trouver l'origine des deux images de requins n'allaient plus loin que des déclarations de personnes disant vaguement que ce était des images provenant "de

Facebook." Nous avons finalement trouvé sur une publication Twitter [un lien vers un site d'information](#) qui disait avoir trouvé la vraie source de l'image sur Facebook. L'information sur le site ainsi que la publication Facebook ont depuis disparu du Web.) Mais même cela n'a pas réellement aidé à vérifier l'authenticité de l'image, sachant que la page de l'utilisateur Facebook montrait d'autres photos réelles des inondations dans le même emplacement de Brigantine, New Jersey. L'utilisateur a également insisté dans des commentaires à des amis sur le fait que les photos des requins étaient réelles. (En rétrospective, il semblait vouloir simplement mener ses amis Facebook en bateau, et non lancer un canular sur Internet.)

Le fait qu'il déclarait réelle une image clairement fausse était suffisant pour nous pour considérer l'autre image du requin comme «presque certainement fausse » sans avoir toute la certitude. C'est seulement le lendemain, lorsque le site de vérification des faits [Snopes a réussi à identifier la source de l'image](#), que nous avons été 100% sûrs. Snopes a publié l'image du requin qui a été utilisé pour créer le montage:

C'est peut-être la principale leçon de Sandy: particulièrement lors des situations qui se développent rapidement, la vérification ne recherche pas la certitude absolue, il s'agit plutôt d'estimer le niveau de vraisemblance acceptable. Soyez ouvert sur vos incertitudes, échangez sur votre travail, et expliquez clairement aux lecteurs ce qui vous



semble faux quand vous demandez information sur une image.

- [< Précédent](#)
- [Suivant: Chapitre 5: Vérification de la vidéo](#)

## 5: Vérification des vidéos



**Malachy Browne** est rédacteur chez [Storyful](#), la première agence d'information à l'ère des réseaux sociaux. Basée à Dublin avec une équipe en Asie et aux États-Unis, elle aide ses clients à découvrir, vérifier et distribuer le contenu généré par l'utilisateur sur les réseaux sociaux. Précédemment, Browne a créé et édité [Politico.ie](#), un site Web et d'information politique irlandais. Il a travaillé pour le magazine politique Village Magazine entre 2006 et 2008 et a été rédacteur en chef du site Web de la revue, Village.ie. Ancien programmeur informatique, Browne croit fermement à l'innovation au sein des salles de rédaction et à la capacité technologique pour renforcer le journalisme. Browne est originaire de Broadford, comté de Limerick, et habite à Dublin. il tweete sous le nom [[@malachybrowne](#)](<https://twitter.com/malachybrowne>).

La convergence entre l'accès aux smartphones et à Internet, le développement des technologies vidéo, et les réseaux sociaux ont été responsables en grande partie de l'explosion de la couverture citoyenne des événements. Un sous-produit de ce phénomène est l'énorme quantité de vidéos qui sont mises en ligne et partagées à chaque minute, à chaque heure.

la révolution des technologies de l'information n'est pas finie et le volume de contenu généré par l'utilisateur (UGC) digne d'intérêt ne fera que croître. Les journalistes ont une nouvelle responsabilité, celle de réunir rapidement, vérifier et contrôler les droits d'utilisation du contenu UGC. Les valeurs traditionnelles d'investigation s'appliquent également à ce nouveau type de contenu, mais pour des médias comme la vidéo, un nouveau niveau de compétences est nécessaire.

la Vérification de la vidéo à partir d'une source inconnue sur les réseaux sociaux peut initialement sembler intimidante, mais ce n'est pas extrêmement complexe.

Voici ce dont vous aurez besoin pour le faire: la détermination d'enquêter sur la trame de fond du contenu, ainsi qu'un niveau sain de scepticisme et une familiarité avec la multitude d'outils gratuits qui peuvent aider à établir des pistes sur une vidéo. Ce chapitre vous aidera à vous équiper de ces trois conditions.

Un premier point: les vidéos générées par l'utilisateur se propagent à travers les réseaux sociaux, ce rend peu probable que la version que vous regardez d'abord soit la version d'origine. Les vidéos peuvent être modifiées et diffusées avec des contextes différents. Des traces importantes de la vidéo originale peuvent disparaître. Votre travail consiste à extirper les faits qui soutiennent ou nient ce que la vidéo en question vise à montrer.

Comme avec n'importe quelle histoire, il faut commencer avec les questions de base: qui, quoi, quand, où et pourquoi. Dans ce contexte, les métadonnées associées à une vidéo peuvent aider à répondre à certaines de ces questions en vous fournissant des détails sur la source d'origine, la date et le lieu.

Une règle à suivre, cependant, est qu'un élément de preuve ne suffit pas à vérifier une vidéo

-généralement un ensemble de preuves doivent être recueillies pour avoir une idée complète. Soyez prêt pour voir comment l'adrénaline monte pendant que vous réussissez à résoudre le casse-tête.

Voici un guide étape par étape pour la vérification des vidéos sur les réseaux sociaux.

## Origine de la vidéo

Identifier l'origine d'une vidéo est la première étape. Parfois, il est évident que la vidéo appartient au compte Facebook ou YouTube où elle a été trouvée. Mais, comme décrit dans le [Chapitre 3](#), il faut toujours partir de l'hypothèse qu'une vidéo a été reprise ou dupliquée.

La plupart des vidéos sont accompagnées d'une description, d'une balise, un commentaire ou un morceau de texte d'identification. On peut extraire les mots-clés utiles pour commencer la recherche. Des acronymes, des noms de lieux et d'autres pronoms peuvent être des mots-clés d'utilité. Si la description de la vidéo se trouve dans une langue étrangère, on peut la coller sur Google Translate et traduire ainsi les mots-clés.

Recherchez les premières vidéos correspondant à ces mots clés en filtrant les résultats selon la date. Sur YouTube, on peut regarder directement sous la barre de recherche du menu Filtres et sélectionner la date de transfert, comme dans l'image ci-dessous. Vimeo, Youku et d'autres plates-formes de vidéo ont des filtres similaires. Faites défiler les résultats et comparez les vignettes des vidéo pour trouver la version la plus ancienne (les vignettes des vidéos originales correspondent habituellement avec celles des doublons).

Filters ▾

About 668 r

Upload Date	Result Type	Duration	Features	Sort by
Last hour	Video	Short (~4 minutes)	HD (high definition)	Relevance
Today	Channel	Long (20~ minutes)	CC (closed caption)	<b>Upload date</b>
This week	Playlist		Creative commons	View count
This month	Film		3D	Rating
This year	Show		Live	
			Purchased	



**Actual collapse of church belfry**

by **ABSCBN News** • 3 months ago • 759,880 views

Watch the **belfry** of the Sto. Nino Church in Cebu City collapse when the magnitude 7.2 earthquake struck on Tuesday. Shot by ...

HD



**Actual collapse of church belfry**

by **NewsUpdateNow** • 3 months ago • 401 views

Une autre méthode pour trouver la première version d'une vidéo est de réaliser une recherche des aperçues de la vidéo en utilisant Google Image Search ou TinEye (comme a été expliqué dans le chapitre précédent). Cela peut permettre d'identifier l'identité la première vignette de la première vidéo mise en ligne. L'utilité de ces outils dépend de la qualité de l'image; un fort

contraste dans la vidéo et une couleur distinctive peut également aider.

Une fois que vous avez trouvé la source de la vidéo, vous pouvez contacter la source pour passer à la prochaine étape.

## Verification de la source

Pour examiner la source, il faut le faire de la même manière qu'on examine toute source d'information plus traditionnelle. En effet, on trouve souvent beaucoup plus d'informations sur une source en ligne, en la contactant via une ligne téléphonique par exemple, que sur une source traditionnelle.

Les profils en ligne laissent une empreinte numérique qui nous permet d'examiner l'historique et l'activité de l'utilisateur. La plupart des plates-formes nous permettent de contacter les propriétaires des comptes, ce qui est une étape essentielle dans la vérification. L'objectif est de contacter la personne qui a mis en ligne la vidéo, lui poser des questions pour nous assurer que la personne qui a mise en ligne la vidéo est la personne qui a filmé les images.

Les questions suivantes sont utiles lors de l'examen empreinte numérique d'un utilisateur:

- Avons nous connaissance de ce compte? Leurs vidéos et leur couverture d'événements ont-elles été fiable dans le passé?
- Où est enregistré le compte?

- Où est basé l'utilisateur, à en juger par l'historique du compte?
- Les descriptions de la vidéo sont-elles compatibles avec un emplacement spécifique? Sont-elles datées?
- Si le compte a un logo, est-ce logo uniforme pour le reste des vidéos? L'avatar sur le compte YouTube correspond-il à celui du compte Vimeo?
- Est-ce que l'utilisateur reprend des vidéos qui appartiennent à des organisations de presse et à autres comptes YouTube, ou a-t-il téléchargé uniquement du contenu original?
- L'utilisateur écrit-il en argot ou en dialecte, et cette manière de parler est-elle aussi présente dans la narration de la vidéo?
- Les vidéos sur ce compte sont-elles d'une qualité constante? (Sur YouTube, on peut vérifier sur Réglages, puis en Qualité pour chercher la meilleure qualité disponible.)
- Les descriptions de la vidéo ont-elles des extensions de fichiers tels que AVI ou MP4 dans le titre de la vidéo? Cela peut indiquer que la vidéo a été téléchargée directement à partir d'un dispositif.
- Est-ce que la description d'une vidéo YouTube indique: "Posté sur YouTube Capture"? Cela peut indiquer la vidéo a été filmée avec un smartphone.

Rassembler les réponses à ces questions permet d'envisager une certaine image de la source, de son historique en ligne et de son type de contenu. A partir de cela on doit essayer de mettre en lien l'activité de ce compte avec d'autres comptes en ligne liées également à la source. Voici quelques étapes pour guider ce processus.

- Recherchez sur Twitter ou Facebook le code unique de la vidéo pour voir si cela vous amène à des comptes utilisateur. Chaque contenu UGC est identifié par un code unique qui apparaît dans l'URL (le code unique est placé entre "v =" et le "& amp;" suivant du URL) sur YouTube et Facebook, par exemple.
- A-t-il d'autres comptes ( Google Plus, un blog ou un site web) liés au profil vidéo ou autrement lié à cet utilisateur?
- Quels renseignements, sur les comptes affiliés, indiquent un récent emplacement, activité/ordre du jour, fiabilité, ou récente preuve de partialité du titulaire du compte?
- Combien de temps ces comptes ont-ils été actifs? De quelle manière sont-ils actifs?
- Quels sont les comptes liés sur d'autres réseaux sociaux, qu'est-ce que cela nous apprend de l'utilisateur?
- Peut-on trouver des informations WHOIS d'un site lié à l'utilisateur?
- La personne indiquée se trouve-t-elle dans les annuaires téléphoniques locaux, sur Spokeo, Pipl.com ou WebMii ou sur LinkedIn?
- Le cercle social en ligne de la source indique-t-il une proximité avec l'emplacement du contenu?

Poser ces questions et y répondre, nous donne une impression quant à la fiabilité d'une source de contenu. Et, surtout, cela fournit un moyen de contacter la personne qui a mis en ligne la vidéo et aide à chercher d'autres questions et des conseils sur la façon dont la vidéo peut être utilisé par les médias.

Lorsque l'on parle à la source, n'oubliez pas de poser des questions sur les informations que vous avez trouvées. Si les réponses ne correspondent pas et si la source n'a peut-être pas été honnête avec vous sur l'information, vous devez être très suspicieux avec le contenu.

## Localiser la vidéo

Avec la source identifiée et examinée, il est temps d'essayer de vérifier le contenu de la vidéo elle-même. Cela commence par la confirmation ou l'identification de l'emplacement de la vidéo.

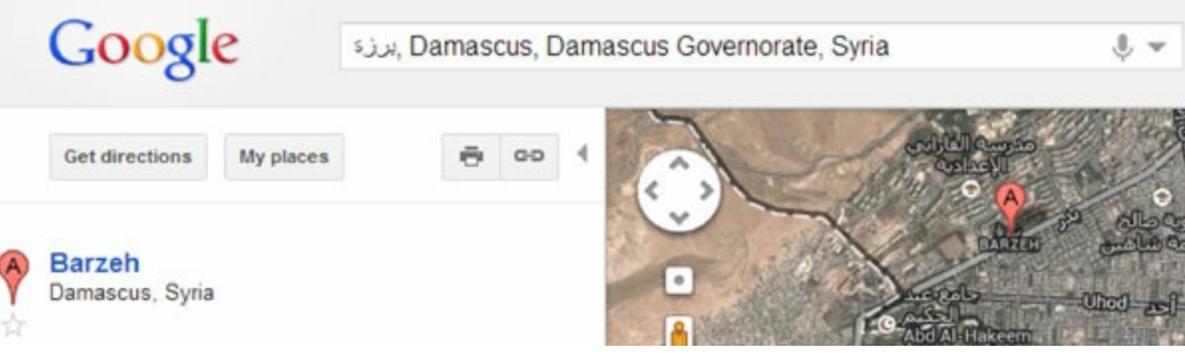
La vérification d'où une vidéo a été filmée dépend beaucoup des indices que la vidéo présente. Un paysage urbain, un bâtiment, une église, une ligne d'arbres, les montagnes, le minaret ou un pont, sont tous de bons points de référence à comparer avec des images satellites et avec des photographies géolocalisées. Si la caméra a capté un panneau commercial, cela pourrait être répertorié dans des petites annonces en ligne ou sur un répertoire local. Une signalisation de la rue pourrait donner des indices sur l'emplacement précis. Les plaques d'immatriculation des voitures ou des panneaux publicitaires peuvent indiquer des détails sur la province ou région à laquelle appartient l'emplacement en question. La lumière du soleil, les ombres et le temps approximatif des jours de l'événement peuvent également être utiles. Si la vidéo contient un dialogue, vérifiez si les accents ou dialectes correspondent aux circonstances que la vidéo est censée de représenter.

Le point de départ, encore une fois, est d'examiner toute sorte de texte qui accompagne la vidéo et les indices dans la vidéo. Visez l'emplacement en utilisant Google Maps et essayez de cartographier l'emplacement vidéo. Si possible, zoomez sur Street View pour obtenir l'angle de la caméra. Si Street View n'est pas disponible, cherchez les Photos dans les options de Google Maps et vérifiez si les photos géolocalisées correspondent à l'emplacement de la vidéo. Les photos géolocalisées peuvent également être recherchées en utilisant les fonctions de recherche avancée sur Flickr, Picasa et Twitter.

S'il s'agit d'une vidéo en langue étrangère, insérez le texte sur Google Translate et identifiez le nom du lieu. Cependant, il faut faire attention avec des erreurs de Google Translate qui confond par exemple (pour les traductions de l'arabe à l'anglais) la ville syrienne de Lattaquié avec «Protoplasme» et la ville de Deraa avec «Shield» (blason). Sachez également que les noms des villes changent selon la langue: Djeddah ou Jiddah, par exemple. En prenant le nom en arabe de ces endroits et en les cherchant sur Google Maps, on peut trouver le chemin qui conduit à la ville. L'image ci-dessous montre les recherches avec Google Translate et Google Maps.



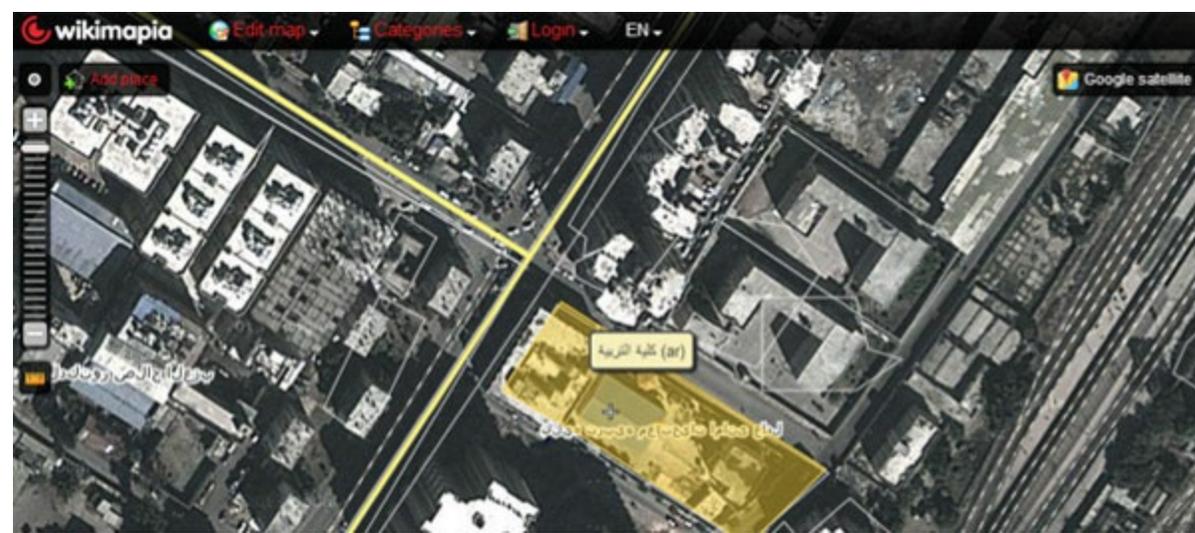
Lors d'une traduction, utilisez les compétences linguistiques disponibles auprès de vos collègues et contacts. Traduire des caractères japonais ou des caractères mandarins vers des caractères coréens donne une traduction plus précise que du



japonais à l'anglais. Dans ce cas, si quelqu'un dans votre entourage parle une langue proche de la langue cherchée, lui demander son aide pourrait faciliter et accélérer votre recherche.

Wikimapia est une version crowdsourcing de Google Maps dans laquelle les bâtiments, les banlieues, les sites militaires et d'autres points d'intérêt sont présentés et décrits. Cette plateforme est utile pour identifier les endroits et le contexte de la région. Comme il est possible de rencontrer des erreurs, ou des informations délibérément trompeuses, cette information doit être corroborée par d'autres moyens.

Le cas de la journée de "désobéissance civile" qui eu lieu à Port-Saïd, en Egypte, en Février 2013 est un exemple de la façon dont Wikimapia peut être utile. Les manifestants étaient [filmés en marchant](#) autour de la Faculté d'éducation de l'Université de Port-Saïd, selon un utilisateur YouTube. L'endroit en question, était difficile à identifier au milieu des rues denses de Port-Saïd sur Google Maps. Cependant, la Faculté d'éducation (كلية التربية) était identifié sur Wikimapia; après avoir examiné de ce point de référence a confirmé l'emplacement de la manifestation, comme indiqué ci-dessous.



Google Earth est un autre outil pratique qui fournit un historique des images satellites. Ceci est utile lors de l'examen des vidéos anciens où le terrain peut avoir changé.

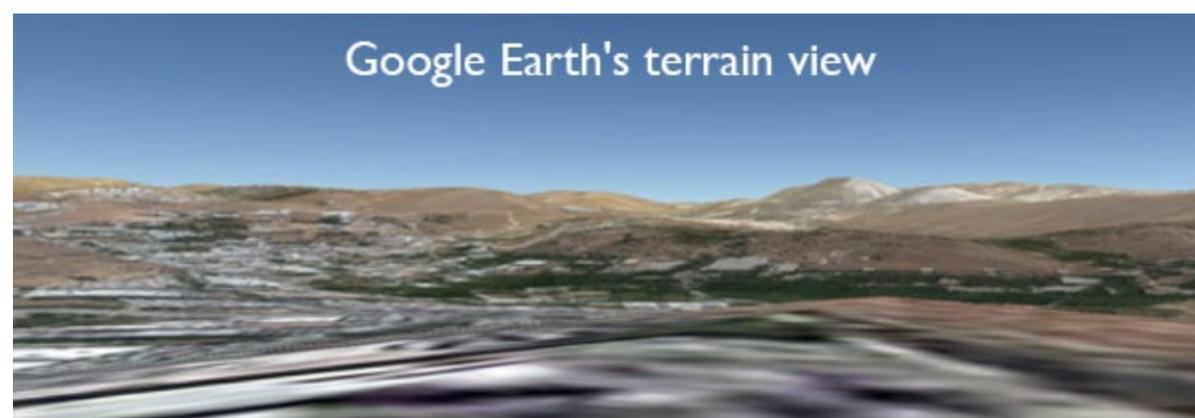
Le point de vue du relief de Google Earth est également

intéressant lors de l'examen du terrain et des dimensions relatives aux bâtiments. Récemment, lorsque l'équipe de Storyful envisageait d'utiliser une vidéo comme preuve d'un supposé attentat israélien contre la Syrie, le relief des montagnes au nord de Damas aperçu sur Google Earth a permis vérifier l'emplacement du créateur d'une vidéo mise en ligne sur YouTube, comme vous pouvez constater dans la comparaison ci-dessous.



## Verifier la date

Confirmer la date de vidéos téléchargées à partir d'un événement planifié comme peut être un rassemblement politique ou une manifestation est généralement simple. D'autres vidéo du même événement peuvent avoir été



créées par des agences de presse, et des images généralement concordantes peuvent avoir été partagées sur Twitter, Facebook, Instagram et d'autres réseaux sociaux. Rechercher sur les plates-formes originales avec des mots clés et hashtags pertinents est généralement suffisante pour découvrir des éléments de vérification, comme par exemple des bâtiments ou du mobilier urbain, des pancartes ou des conditions météorologiques.

Cependant, pour des vidéos plus obscures, la date est généralement la partie des de

métadonnées la plus difficile à vérifier. Les vidéos YouTube sont horodatées en heure normale du Pacifique (HNP) à partir du moment où le téléchargement commence. Cela a conduit le ministère d'Affaires étrangères de la Russie à [douter](#) des vidéos montrant une attaque aux armes chimiques contre Ghouta près de Damas : les vidéos ont été mises en ligne pendant les premières heures du 21 Août, et ont donc été datées sur YouTube comme étant du 20 Août. L'ignorance du ministère des Affaires étrangères de cette particularité de Youtube a fait cataloguer les vidéos de mise en scène et d'avoir été mises en ligne avant de l'heure déclarée de l'attaque.

Les rapports météorologiques seuls, sont insuffisants pour vérifier les dates, mais ils peuvent aider. Comme détaillé précédemment, Wolfram Alpha fournit des informations météo d'un lieu à une date donnée. Par exemple, Rita Krill a mis en ligne une [étonnante vidéo](#) qui été censé d'être un coup de foudre dans son jardin en Floride le 5 d'octobre du 2012. Pour le vérifier, Wolfram Alpha a montré que les orages ont été actifs dans la région. Cherchant sur Twitter des informations sur Naples, en Floride, à cette date, on a trouvé une publication d'un météorologue locale demandant a ses contacts des photos de nuages d'orage à Naples. Voici une image de la recherche de Wolfram Alpha et le tweet.

WolframAlpha computational knowledge engine

Weather, Naples Florida on October 5 2012

Input interpretation:

weather	Naples, United States
	Friday, October 5, 2012

Recorded weather for Naples, United States: [Show non-metric](#) [More](#)

time range	day of Friday, October 5, 2012
temperature	(22 to 32) °C (average: 26 °C)
conditions	rain, thunderstorm, fog, overcast, cloudy, partly cloudy
relative humidity	(65 to 100)% (average: 91%)
wind speed	(0 to 9) m/s (average: 3 m/s)

Units >

> Tweet your weather pics > [#SWFL!](#) Storm clouds, > rainbows, downpours, etc. let's see what's happening near you! > [#FortMyers](#) > [#CapeCoral](#) > [#Naples](#) > > — John Patrick (@jpweather) [October 5, > 2012](#)

**Les vérifications finales:**

## Qu'est-ce que la vidéo nous montre?

Maintenant il est temps de rassembler toutes vos données ensemble et poser les questions évidentes: La vidéo a-t-elle un sens dans le contexte dans laquelle elle a été filmée? Il y a-t-il quelque chose qui heurte mon instinct journalistique? Y a-t-il quelque qui n'est pas à sa place? Les indices suggèrent-ils que la vidéo n'est pas légitime? Rappelez-vous que votre

hypothèse est que la vidéo est fausse. Les preuves confirment-elles (ou nient) cette hypothèse?

Gardez à l'esprit que les canulars élaborés ont existé, et continuent à exister. Des étudiants canadiens ont réussi à créer une [vidéo truquée d'un aigle dans un parc de Montréal qui ramassait un bébé](#). Cette vidéo a été découverte comme fausse après avoir divisé la vidéo image par image ce qui a permis de découvrir que l'ombre de l'aigle manquait dans certains cadres. Pour diviser une vidéo en cadres constitutifs si vous avez des doutes sur sa construction, les personnes avec des connaissances plus techniques peuvent utiliser des logiciels libres de montage vidéo comme [VLC media player](#) ou [Avidemux video editor](#), ou des logiciel propriétaires tels que [Vegas Pro](#).

- [< Précédent](#) - [Suivant: Étude de cas 5.1: Vérification d'une vidéo clé du Bombardement à Boston](#)

## Étude de cas 5.1: Vérification d'une vidéo clé du bombardement de Boston



**Malachy Browne** est rédacteur d'information chez [Storyful](#), la première agence de nouvelles à l'ère des réseaux sociaux. Basée à Dublin avec une équipe en Asie et aux États-Unis, aide ses clients à découvrir, vérifier et distribuer le contenu généré par l'utilisateur sur les réseaux sociaux. Précédemment, Browne a créé et édité [Politico.ie](#), un site Web et d'information politique irlandais. Il a travaillé pour le magazine politique Village Magazine entre 2006 et 2008 et a été rédacteur en chef du site Web de la revue, Village.ie. Ancien programmeur informatique, Browne croit fermement à l'innovation au sein des salles de rédaction et à la capacité technologique pour renforcer le journalisme. Browne est originaire de Broadford, comté de Limerick, et habite à Dublin. il tweete sous le nom [[@malachybrowne](#)](<https://twitter.com/malachybrowne>).

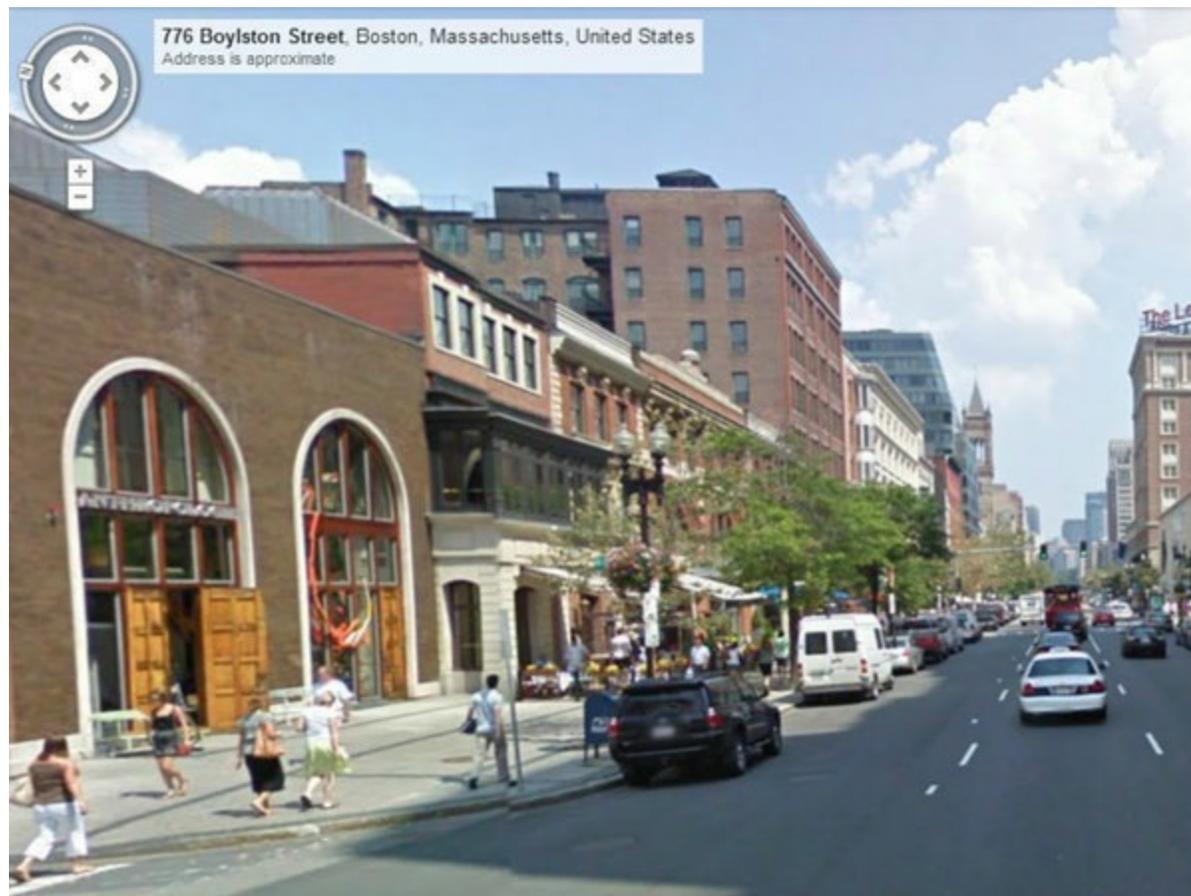


Une des [vidéos iconiques](#) du [bombardement du marathon de Boston](#) a été filmée par un athlète qui courait son dernier kilomètre du marathon. Quand il s'approchait de la ligne d'arrivée sur Boylston Street, la deuxième bombe a explosé quelques mètres plus loin. C'était une vidéo convaincante, mais nous avons besoin de la vérifier.

Une photo qui montrait le moment de l'explosion a été publiée par le journaliste Dan Lampariello (ci-dessous), qui était un membre d'une de nos listes Twitter; il était aussi quelqu'un de familier pour Storyful. Le tweet de Lampariello a été géolocalisé à Boylston Street; cette information, qui provenait d'une source fiable, a contribué à confirmer l'emplacement de l'explosion. Il nous a aussi donné un point de référence à utiliser avec ce qui a été montré dans la vidéo de l'athlète.

Second explosion going off @ Copley Square. [#marathonmonday](#)  
[[@universalhub](#)](<https://twitter.com/universalhub>) [pic.twitter.com/rOQ9EnTkx1](https://pic.twitter.com/rOQ9EnTkx1)

La recherche sur Google Street View de la rue Boylston (ci-dessous) a confirmé à la fois la photo de Dan Lampariello et le point de vue de l'athlète quand il s'approchait de la ligne d'arrivée. En effet, certains des athlètes filmés dans la vidéo apparaissaient également sur la photo de Lampariello, si on regarde de près.



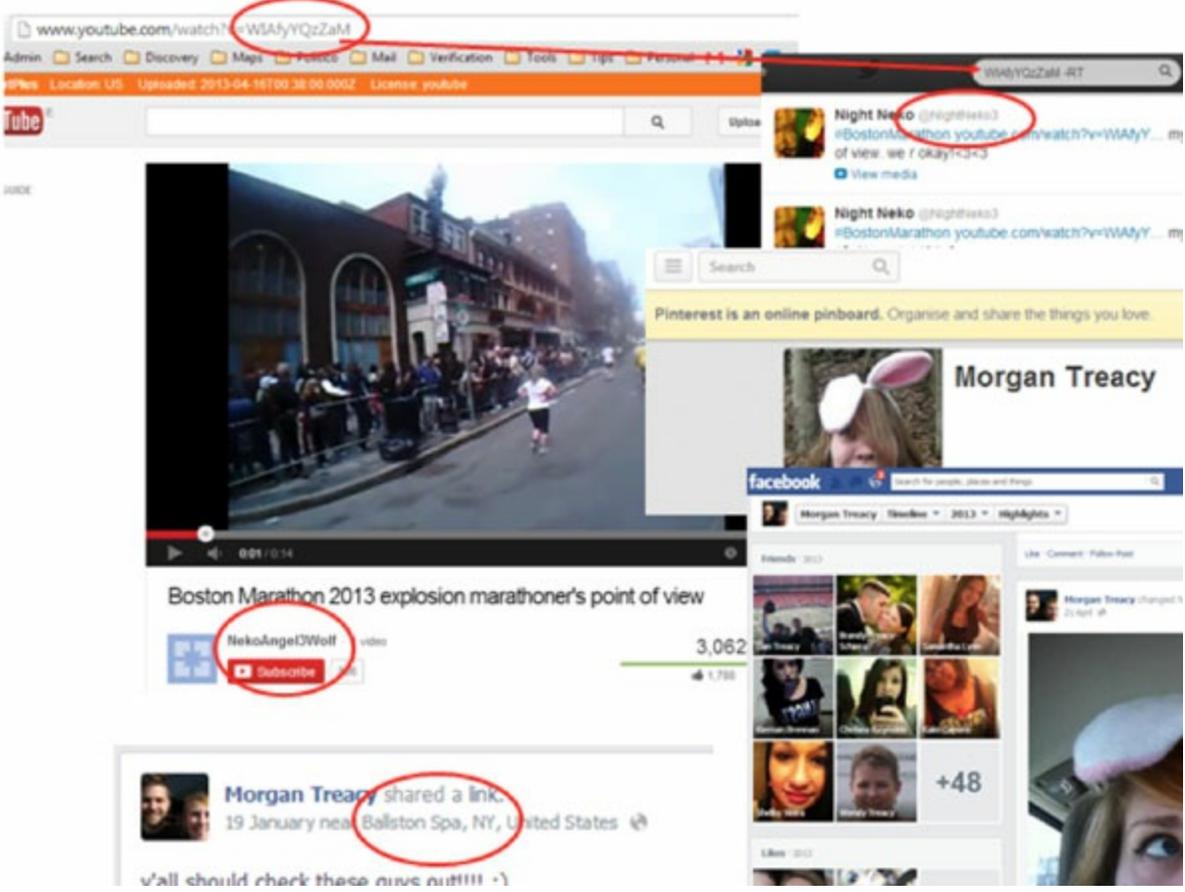
Cette procédure a confirmé le contenu de la vidéo. Trouver la source d'origine de cette vidéo était moins simple.

La vidéo elle-même a été mise en ligne à travers un compte YouTube qui n'apportait pas d'informations sur l'identité de la personne responsable, avec, en plus un nom d'utilisateur obscur: NekoAngel3Wolf.

Une recherche

Twitter pour le code vidéo unique nous a conduit sur quelqu'un avec le nom d'utilisateur: NightNeko3, et encore une fois, sans détails personnels. La référence "Neko" dans les deux profils suggéré que les deux comptes étaient affiliés.

En cherchant des profils semblables sur les réseaux sociaux, nous avons trouvé un compte Pinterest également enregistré comme NightNeko3, lié au nom: Morgan Treacy. Notre équipe à Storyful à rapidement localisé un compte Facebook pour Morgan Treacy, une adolescente dont les postes ont été géolocalisées à Ballston Spa dans l'État de New York.



Morgan a expliqué que la vidéo sur Twitter était prise depuis la perspective de sa mère au moment de l'explosion. Sachant que le prestigieux marathon de Boston garde les détails des athlètes, nous avons vérifié le nom de famille "Treacy" sur la page des inscrits au marathon de la Boston Athletic Association. Cette recherche a donné un seul résultat: Jennifer Treacy, 45-

49 ans, de l'État de New York. Les données du temps de course de Jennifer Treacy montre son passage de la barre des 40 km à 14h38 et en franchissant la ligne d'arrivée deux kilomètres plus tard. Jennifer a eu en moyenne de 10 minutes par mile, ce qui la plaçait autour de l'explosion de l'explosion à 14h50, lorsque les bombes ont explosé.



# 2013 BOSTON MARATHON

John Hancock

Home    Entrants    Athlete Tracking    Race Results    Race Coverage

## person details

participant	
Name	Treacy, Jennifer (USA)
age group	Female 45-49
bib number	19367
Age	46
State	NY

totals	
place (M/W)	
place (ag)	
place (total)	
time total (net)	
time total (oun)	

splits		
Split	time of day	time
5K	11:08:40AM	00:27:52
10K	11:37:43AM	00:56:56
15K	12:05:56PM	01:25:09
20K	12:34:49PM	01:54:02
HALF	12:41:09PM	02:00:22
25K	01:03:56PM	02:23:08
30K	01:34:48PM	02:54:00
35K	02:06:18PM	03:25:31
40K	02:37:55PM	03:57:08
Finish Net	-	-

Le site de recherche de personnes Spokeo.com nous a donné une entrée pour Jennifer L. Treacy, 47, avec domicile à Ballston Spa, New York. LinkedIn nous a aussi donné un profil pour Jennifer Treacy de Ballston Spa, qui est employé par le Département de la Santé de l'Etat de New York.

Une dernière preuve a confirmé notre enquête. Un homme

du nom Gerard Quinn, qui est un ami Facebook de Morgan Treacy, (pour laquelle nous étions maintenant presque 100 pour cent sûrs qu'elle était la fille de Jennifer) avait commenté des vidéos familiales postées par Morgan. Donc il y avait un lien entre lui et la famille. Nous avons vu sur le profil Facebook de Quinn (ci-dessous) qu'il avait exprimé avec fierté que sa nièce, Jennifer, courait la marathon de Boston. Il avait re-publié la carte de Jennifer et son temps lors de la marathon. Il a également commenté plus tard sur Facebook que Jennifer était OK après l'explosion et qu'elle rentrerait bientôt chez elle.



Gerard Quinn  
15 hours ago

So extremely proud of my niece Jennifer, who is running the Boston Marathon today!



Nous avons trouvé le numéro de téléphone de Jennifer Treacy dans un annuaire, ce qui nous a permis de parler directement avec elle. Elle a confirmé que la vidéo était la sienne et que les organisations de presse ont été autorisées à l'utiliser. Elle nous a dit qu'elle avait également informé les autorités appropriées de la vidéo.

En résumé, tous les renseignements à

l'appui de la véracité de cette vidéo étaient disponibles en ligne via des outils gratuits - des informations de localisation, corroborant les données de l'événement, l'histoire numérique de la personne qui l'a mise en ligne, et les coordonnées du propriétaire. Notre expérience avec ces outils nous a permis de vérifier la vidéo en 10 minutes environ.

- [< Précédent](#) - [Suivant: Étude de cas 5.2: Examen de la couverture d'un « Massacre » en Côte-d'Ivoire](#)

## Suivant: Suivant: Étude de cas 5.2: Examen de la couverture d'un « Massacre » en Côte-d'Ivoire



**Malachy Browne** est rédacteur d'information chez [Storyful](#), la première agence d'information à l'ère des réseaux sociaux. Basée à Dublin avec une équipe en Asie et aux États-Unis, aide ses clients à découvrir, vérifier et distribuer le contenu généré par l'utilisateur sur les réseaux sociaux. Précédemment, Browne a créé et édité [Politico.ie](#), un site Web et d'information politique irlandais. Il a travaillé pour le magazine politique Village Magazine entre 2006 et 2008 et a été rédacteur en chef du site Web de la revue, Village.ie. Ancien programmeur informatique, Browne croit fermement à l'innovation au sein des salles de rédaction et à la capacité technologique pour renforcer le journalisme. Browne est originaire de Broadford, comté de Limerick, et habite à Dublin. il tweete sous le nom [[@malachybrowne](#)](<https://twitter.com/malachybrowne>).

En mars 2011 [une vidéo graphique qui prétendait être la mort d'au moins six femmes](#) par la main des forces de sécurité ivoiriennes (FDS), lors d'une manifestation à Abobo, se répandait sur YouTube. Les événements ont eu lieu au cours d'une période de troubles quand le président Laurent Gbagbo s'accrochait au pouvoir après sa défaite aux élections présidentielles du

mois de novembre précédent.

À la demande d'un client, Storyful a commencé la vérification de la vidéo deux ans après qu'elle soit diffusée. La vidéo montre un grand groupe de femmes chantant "ADO" (une référence à Alassane Dramane Ouattara, le rival de Gbagbo). Puis, à la minute 3:32, des convois de troupes blindés apparaissent et des tirs de gros calibre retentissent. Plusieurs personnes semblent être mortellement blessées. À l'époque, certains Ivoiriens affirmaient que les blessures étaient fausses. Le ministre de la Défense, et plus tard du pays, [a jeté le doute](#) sur la vidéo et les partisans de Laurent Gbagbo ont déclaré la vidéo comme

« fausse » lors des reconstructions YouTube de la vidéo:([Ici](#) et [ici](#)).

La vérification d'une vidéo qui présente un scénario d'un événement récent est à certains égards plus facile à réaliser que cette forme d'enquête rétrospective. L'information qui corrobore ou démystifie une vidéo est plus accessible dans les délais récents; les informations relatives à un événement sont souvent cachées plus profondément dans les réseaux sociaux. La recherche archivistique s'avère soit difficile, soit impossible.

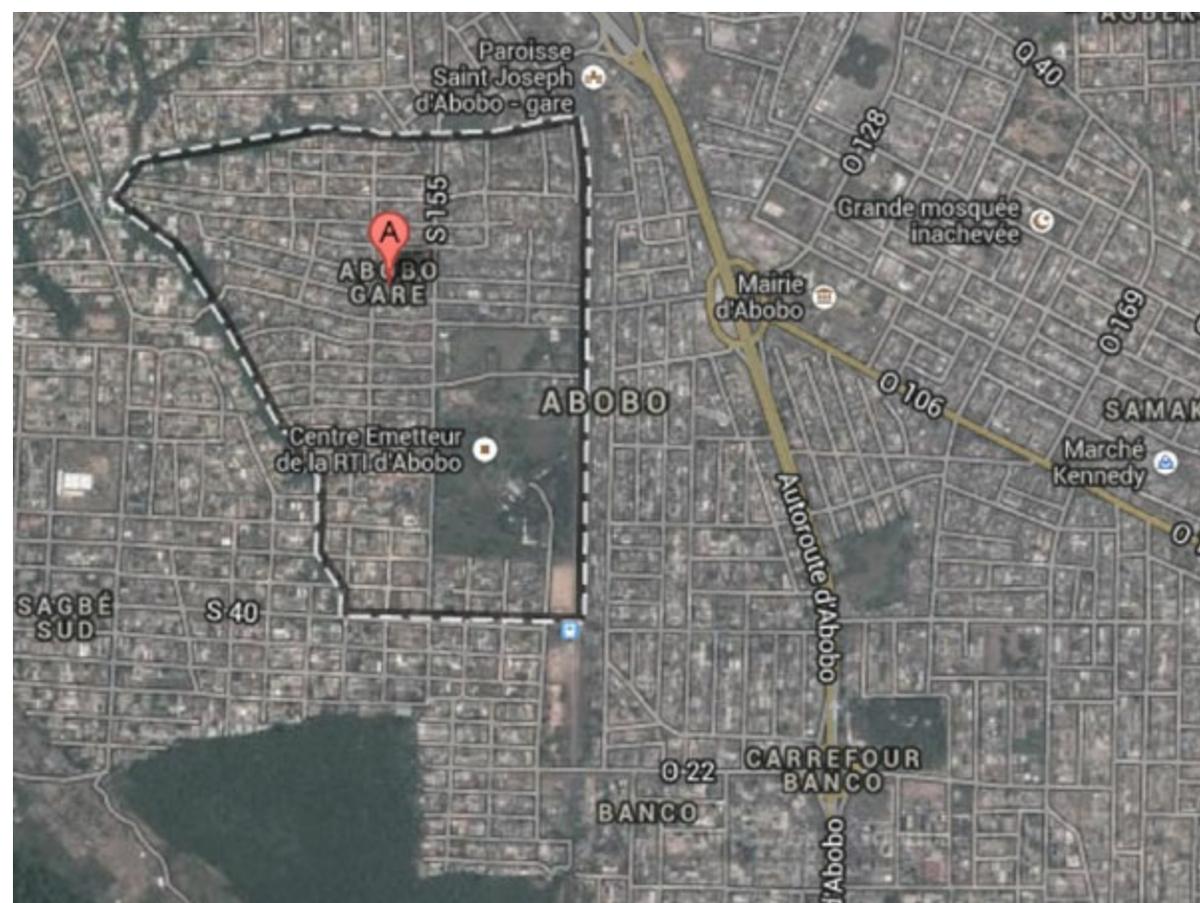
Avec ces limites à l'esprit, voici les étapes que j'ai suivies pour essayer de vérifier la vidéo.

## Rassembler le contexte sur l'événement

Avec peu de connaissances sur les détails du massacre signalé, j'ai cherché sur Google avec les mots clés « femmes tuées Gbagbo Mars 3 2011 ». Plusieurs investigations sont apparues telles que ([celle-ci](#) et [celle-ci](#)) décrivant l'emplacement approximatif et la séquence des événements. Cette recherche a également [donné comme résultat](#) une déclaration sur l'événement faite par le ministre de la défense, puis du pays, qui a affirmé que les images étaient scénarisées.

Un élément important de cette recherche est qu'elle a fourni des mots-clés que j'ai pu utiliser pour exécuter une recherche plus ciblée sur Twitter et YouTube, où j'ai trouvé du contenu des témoins oculaires. (Vous pouvez toujours essayer de vous mettre à la place des personnes qui ont mis en ligne la vidéo et imaginez comment la personne a pu décrire la vidéo.)

## Emplacement



Selon la couverture, la manifestation et les tirs se sont produits à un rond-point à proximité d'Abobo, un quartier du nord d'Abidjan. Plus précisément, [un article](#) situe le massacre sur un grand carrefour / rond-point sur l'autoroute d'Abobo, à côté de la zone connue comme Abobo Gare. Dans cet article, un témoin déclare que les forces de sécurité sont passées par un

rond-point, doublant par l'arrière et ouvrant le feu sur les femmes « avant de retourner à Adjamé. » Adjamé se trouve au sud d'Abobo, nous donnant une piste sur le sens de la circulation.

Selon un [article](#) plus récent publié par Le Patriot le 8 mars, les manifestants se sont rassemblés a »un rond-point à l'intersection de Banco" (localisé ci-dessous). En cherchant sur un forum local, on a vérifié que le rond-point était le lieu choisi pour des rassemblements précédents.

Google Maps montre deux grands ronds-points. L'un d'eux, Carrefour Banco, se trouve à l'extrémité sud d'Abobo, vers Adjamé . Comme ce fait concordait avec l'article précédent, je l'ai utilisé comme mon point de départ.



La position des lampadaires et des feux de circulation, l'alignement de palmiers et des arbres à feuilles caduques filmés dans la vidéo à partir de 04h00 correspondait avec la vue satellite du coin nord-ouest du Banco Carrefour, comme indiqué dans les cercles blancs ci-dessus. Le grand bâtiment avec deux protubérances au sommet du toit (entouré en rouge) correspond également avec un bâtiment que nous pouvons voir au loin au moment où le convoi de véhicules

de sécurité disparaît de la scène. Cela correspond aussi avec la direction du trafic de l'image satellite ci-dessus, et la déclaration d'un témoin oculaire qui a décrit la circulation des véhicules prenant la direction sud vers Adjamé.

Cependant, un élément de preuve de la vidéo (ci-dessus), ne correspondait pas à l'image satellite. Nous avons compté trois grands arbres à feuilles caduques quand le convoi est entré dans le rond-point; Google Maps montre seulement deux de ces arbres. La vidéo a été filmée en 2011 et les images satellites ont

été datées 2013, donc peut-être qu'un arbre a été coupé. Nous avons donc cherché à travers des images satellites historiques sur Google Earth. Les images de 2009 montraient trois grands arbres à feuilles caduques dans ce coin du rond-point.

Le troisième arbre manquant sur l'image par satellite du 2013 est présenté dans l'image ci-dessous. (Elle a été retournée de 180 degrés du nord au sud). A juger par ce point de vue, nous pouvons voir que la position de la caméra était juste en face de la route. Plus tard, j'ai parlé avec une source fiable connue par Storyful qui est familière de la vidéo, et qui avait visité Abobo pour faire un reportage sur le massacre. La source a confirmé qu'il s'agissait bien du bon angle de la caméra.

## Date

La date de la prise des images a été corroborée par plusieurs reportages indépendants et par des vidéos partagées sur les réseaux sociaux. On les trouve rétrospectivement à travers des diverses recherches: sur Twitter, sur Pro ou Topsy (qui permet une plage de date à fixer), et sur YouTube avec des résultats classés par date et par date de mise en ligne.

Certaines des étapes que j'ai suivies:

- recherche Twitter sur une période de temps pour générer des résultats à partir du 3 mars 2011.
- Examiner les tweets sur cet événement ce qui m'a permis de trouver [cette publication](#) et [cette réponse](#). Ces sources étaient des témoins potentiels, ou des personnes qui pourraient identifier des témoins. La première source se localisait à Cocody, Abidjan, et la seconde à Abidjan.
- Ensuite, j'ai localisé [cette personne](#), qui a mis en ligne une vidéo tournée à Abobo lors des précédents rassemblements du RHDP. La vérification d'autres Twitvids sur son compte a conduit à une [vidéo mise en ligne un autre jour](#) sur la manifestation en question.
- J'ai cherché en profondeur sur son compte Twitter et j'ai trouvé d'autres [références à RHDP pour ce jour](#). Cela m'a amené vers d'autres liens comme ce lien vers [un article sur cet évènement](#). Cet article comprenait une photo créditée par Reuters qui montrait des victimes correspondant à celles dans notre vidéo.
- À travers une [recherche via Google Image](#) de la photo, on a confirmé qu'elle n'a pas été utilisée avant le 3 mars. Cependant, les résultats montrent également qu'un [article de The Guardian](#) créditait la photo comme AFP / Getty Images et non comme Reuters.



Cela signifiait qu'un photographe crédible était sur le terrain lors de l'événement.

J'ai creusé plus loin dans la photo ci-dessous.



L'image est compatible avec l'image de la victime à la minute 5:30 de la vidéo. La victime est couverte par des vêtements et des feuilles vertes utilisées par un grand nombre de manifestants. On peut remarquer les particularités du T-shirt bleu foncé porté par la victime sur lequel on peut distinguer un motif, un carré rouge et orange avec des lignes blanches et

sombres, illustré ci-dessous dans un close-up.

France 24 Observateurs a également publié [des photos](#) envoyées par des collaborateurs depuis Abidjan. Chez Storyful, nous avons confirmé cette publication avec France 24.

D'autres recherches nous ont fait découvrir une photo-journal publié [ici](#) par un journaliste de l'Agence France-Presse, Issouf Sanogo. Sanogo avait interviewé une

femme nommée Sirah Drane, qui disait avoir aidé à organiser la manifestation du 3 mars. Drane disait qu'elle tenait un mégaphone pour s'adresser à la foule qui se était rassemblée au rond point de Abobo. Une femme correspondant à cette description est aperçue dans la vidéo.

La vidéo est en corrélation avec trois autres vidéos de l'événement. Ces vidéos ont été documentées par Storyful à l'époque, et pourraient être trouvées en utilisant la recherche YouTube sous les mots clés identifiés précédemment.

La [première video](#) a été mise en ligne le jour même du massacre sur un compte YouTube enregistré en Côte d'Ivoire qui avait été créé spécifiquement pour télécharger la vidéo. Il n'y a aucune autre activité sur le compte qui pouvait fournir des informations concernant la source. Les mêmes femmes blessées sont filmés dans la vidéo, ainsi que le bâtiment carré dans l'arrière-plan.

[Une seconde video](#) a été transférée à un autre compte YouTube inscrit en Côte d'Ivoire dans la matinée du 4 mars à 9:06:37 GMT. La vidéo a comme description: «plusieurs femmes tuées» à la «manifestation RHDP hier," c'est à dire, le 3 mars.

Aucunes de ces vidéos ou des photos concordantes n'existaient avant le 3 mars, suggérant un haut degré de certitude que c'était la date de l'événement.

## **La personne qui a mis la vidéo en ligne au départ**

La vidéo elle-même a été mise en ligne sur YouTube le 4 mars du 2011. Elle est la

première vidéo sur le massacre trouvée sur YouTube. Cependant, il est très probable que la vidéo ait été reprise d'un compte Facebook ou ailleurs pour être ensuite mise en ligne sur YouTube.

Le compte YouTube était inscrit aux États-Unis et était lié à un site Web hors service: onemendo.com. Le compte semble être exploité par quelqu'un avec des connexions avec des migrants jamaïcains vivant à New York ou au New Jersey car le compte contenait du matériel promotionnel pour un club local: DanceHallReggae.com.

Un compte Vimeo lié indiquait qu'ils étaient basés à Rochester, New York. Un compte Facebook lié affichait également des liens vers la musique d'un DJ jamaïcain. Il n'y avait pas d'autres indices sur les origines de la vidéo et pas de liens vers la vidéo du 3 Mars 2011. Des vidéos d'un feuilleton sénégalais ont également été mises en ligne sur le même compte YouTube.

## La vidéo est-elle authentique?

La preuve ci-dessus confirme l'emplacement et établit la date de la vidéo comme hautement susceptibles d'avoir été filmée le 3 mars. Toutefois, la principale question était: la vidéo montre-t-elle que les femmes manifestantes ont été abattues par les FDS ce même jour?

Des réclamations [ont été faites](#) soutenant que le massacre avait été une mise scène et que les corps des victimes avaient été placés sur la scène après que les forces de sécurité soient passés. Ces questions graves justifient une enquête.

Dans une [déclaration publique](#), le ministre de la Défense de Gbagbo, Alain Dogou, faisait référence à cette vidéo amateur du 4 mars. Selon lui, une femme a reçu des ordres de se coucher (on peut bien entendre cela dans la vidéo). Dogou dit qu'il est «difficile» de dire « que la vidéo correspond à l'emplacement signalé par les journalistes ». (Ce que nous avons tout à fait confirmé). Il a également dit que les journalistes internationaux ne couvraient pas la manifestation parce qu'ils assistaient à une conférence de presse organisée par l'ONUCI, ou à un autre événement lié au Conseil des Ministres. Enfin, il a reconnu que la manifestation des femmes avait vraiment eu lieu à Abobo à cette date.

De graves questions se posent:

- Pourquoi la caméra ne s'éloigne pas des blessés pendant longtemps, quand le convoi est entré sur le rond-point?
- Toutes les victimes ont-elles été abattues à quelques mètres les unes des autres?
- Seraient-elles toutes tombées face au sol de la façon dont elles sont dans la vidéo?
- Une femme ensanglantée reçoit des ordres de se coucher par terre dans la vidéo, comme décrit par le ministre de la Défense Dogou. Pourquoi? Est-ce par souci de son état de santé, ou pour interpréter le rôle d'une personne blessée? Pourquoi leurs visages ont-ils été si rapidement masqués avec des vêtements?

- Le «massacre» a créé une frénésie d'émotion dans la vidéo; est-ce réel? Le reste des manifestants a-t-il été trompé/dupé, ou sont-ils complices de le «massacre» mis en scène?

Plusieurs participants à la manifestation apportent des témoignages convaincants que les blessures ont été effectivement causées lors du massacre signalé. Un médecin de l'hôpital d'Abobo Sud est cité à la page 63/64 dans ce [rapport de Human Rights Watch](#). Le médecin a signalé avoir vu les victimes de la fusillade:

Un médecin qui a soigné plusieurs des femmes qui n'ont pas

(La vidéo montre effectivement une victime dont la tête a été séparée de son corps.)

Un article du New York Times a cité deux témoins comme suit:

“Le convoi de devant a commencé à tirer ”, a déclaré un habitant d'Abobo, Idrissa Diarrassouba. "Tout de suite six femmes ont été tuées. J'étais juste là, à côté d'elles. Elles sont juste tombées.”

Il y a eu une rafale de mitrailleuse, " dit [le témoin, Idrissa Sissoko]. Il a également parlé de voir six femmes être abatues. « J'ai vu six corps couchés là, tout d'un coup," dit-il.

Selon [cet article](#), une source militaire a déclaré à un journaliste de Reuters que la fusillade était un accident résultant de la nervosité des forces de sécurité suite à des affrontements précédents.

## Conclusion

Nous pouvons affirmer que la date et le lieu ont été vérifiées à un haut degré. La source originale est absente, et nous n'avons donc pas eu l'occasion de parler à la personne qui a filmé les images.

Enfin de compte, cependant, la vidéo montre-t-elle ce qu'elle prétend montrer?

On ne peut répondre à cette question avec satisfaction à 100 pour cent à distance et prenant en compte le matériel qui a été recueilli. En plus de n'avoir pas pu contacter et interviewer la personne qui a mis en ligne la vidéo, il serait important de recueillir des témoignages et de trouver des témoins supplémentaires, tels que des médecins qui ont soigné les victimes et les familles des victimes identifiées. Pour identifier ces victimes nous pourrions tenter une enquête plus approfondie de la première vidéo, en fractionnant image par image les moments clés de la vidéo pour essayer de trouver des moyens pour identifier les victimes, pour après traquer leurs survivants.

Même avec tous les faits qui corroborent les informations qu'on a pu rassembler, on ne peut pas porter de jugement sur cette vidéo.

## 5.3: Confirmation de l'emplacement et du contenu d'une vidéo



**Christoph Koettl** est le gestionnaire d'intervention d'urgence au sein d'Amnesty International US. Il se spécialise dans l'utilisation des images satellites, la technologie mobile et les médias citoyens pour la recherche dans le domaine des droits humains et pour le plaidoyer. Koettl a de l'expertise dans le droit international humanitaire, l'analyse des conflits, la cartographie en temps de crise et la validation de la vidéo. Il participe régulièrement comme conférencier sur la technologie et les droits humains, y compris à [SXSW 2014](#). Il a témoigné sur les crimes de guerre au Sri Lanka devant le Congrès des États-Unis. De nombreux médias nationaux et internationaux, y compris AP, BBC, CNN, Al Jazeera et Reuters, couvrent son travail régulièrement. Il tweete sous le nom [[@ckoettl](#)](<https://twitter.com/ckoettl>).

Au cours des violents affrontements au Caire de Août 2013, une [video YouTube](#) a reçu beaucoup d'attention des médias. (La vidéo originale a été retirée de YouTube, mais peut être aussi consultée [ici](#).) La description largement utilisée pour cette vidéo était que les manifestants avaient poussé une voiture de police d'un pont au Caire. Cette description est par exemple apparue dans le titre d'un post de blog du [Washington Post](#).

WorldViews

### Shocking photos, video show Egyptian protesters pushing armored police vehicle off bridge

Le comportement violent montré par les manifestants est, bien sûr, pertinent lorsqu'on enquête [sur l'usage disproportionné de la force](#) par la police, comme nous le faisons dans ce cas chez Amnesty International. Nous travaillons également à vérifier la vidéo pour déterminer si les violations des droits de l'homme ont eu lieu. En

conséquence, cette vidéo contenait des images qui avaient besoin d'un examen attentif.

Ce qui se démarque de cette vidéo, contrairement à sa description et son titre, c'est qu'on ne peut à aucun moment considérer que les manifestants ont effectivement poussé la voiture du pont. Il fallait bien regarder de plus près. Voici ce que j'ai fait pour évaluer le contenu de la vidéo et pour déterminer l'emplacement exact de l'incident:

Une des premières étapes lors de la vérification de la vidéo citoyenne est la recherche de tout autre contenu qui montre le même incident [\[1\]](#). Je cherche normalement sur YouTube ainsi que sur le tableau de bord Storyful (un service payant) et sur la Open Newsroom de Storyful pour trouver du contenu vidéo supplémentaire. (Comme indiqué dans ce chapitre, je filtre mes recherches YouTube par date de mise en ligne pour réduire le nombre des résultats.) Grâce à ces outils, j'ai trouvé une [seconde vidéo](#) qui avait été filmé sous un angle différent. Elle semble être filmée à partir d'un gratte-ciel à proximité, et offre une vue magnifique sur toute la scène. Les images supplémentaires montrent que personne ne pousse la voiture de police du pont. La voiture semble plutôt être entrée en collision avec un autre véhicule, l'amenant à reculer et ainsi à tomber du pont. Cette deuxième vidéo a confirmé que l'incident était réel, mais a également révélé que la description (et le titre) étaient inexacts.

Avec le nouveau point de vue fourni par la deuxième vidéo, il est devenu plus facile de trouver l'emplacement exact de l'incident. L'article du Washington Post situe la vidéo au "Pont du 6 Octobre". Le pont étant facile à trouver sur des cartes en ligne, cette piste était suffisante pour commencer la recherche. Cependant, le pont était en fait une très longue route surélevée qui traverse de grandes zones de la ville. Cette situation rendait plus difficile de trouver l'emplacement exact.

Lors de l'examen attentif de la deuxième vidéo, un repère se distinguait: un stade de sport. En retraçant le Pont du 6 Octobre sur Google Earth, j'ai pu identifier deux stades qui se trouvent à proximité de la passerelle. Après avoir fait tourner la vue sur Google Earth pour trouver l'emplacement potentiel de la ligne de mire de la personne qui a filmé, j'ai trouvé un endroit qui correspondait avec le [second stade](#). Après avoir confirmé l'emplacement général, il était alors facile de repérer les immeubles de grande hauteur autour de l'incident. Avec l'outil de cartographie Google Earth Pro, j'ai produit une carte simple, indiquant la zone des monuments de repère pertinents et les perspectives représentés sur les deux vidéos:

[IMAGE 5.3.2]

## Cairo - Police Car Falls Off Bridge

August 14, 2013



-->

Coordonnées de la vidéo: 30.058807, 31.303089

Enfin, deux autres caractéristiques ont encore confirmé l'emplacement: Une tour de diffusion est visible en arrière-plan de la vidéo, qui est également visible sur [les images satellites](#).

En outre, j'ai activé « Photo Panoramio » sur Google Earth pour vérifier s'il y avait des photos générées par

l'utilisateur. « Photos Panoramio » contient des photos générées par les utilisateurs géoréférencées qui offrent une vue sur le terrain, et donc un niveau de détail élevé. Il existe également [plusieurs photos illustrant la zone sous le pont](#) où la voiture avait atterri, et les piliers du pont comme on les voyait sur la vidéo correspondaient parfaitement.

À travers une combinaison de recherches vidéo, Google Earth et Google Maps, j'ai été capable de vérifier rapidement où la vidéo a été tournée, et de signaler une description comme erronée qui aurait pu avoir de graves conséquences pour les manifestants au Caire.

Enfin de compte, après avoir découvert la vraie raison pour laquelle la voiture de police était tombée du pont, le Washington Post a créé [un deuxième article en corrigeant la déclaration initiale](#).

1. Pour plus d'information sur la valeur du multi-point de vue de la vidéo, vous pouvez consulter Hal Hodson: "[Multishot video can identify civil rights abusers](#)". New Scientist, 28 June 2013; et le [Rashomon Project](#). \_\_\_

- [< Précédent](#) - [Suivant: Chapitre 6: Mettre les foules au travail](#)

## **6: Mettre les foules au travail**



**Mathew Ingram** est un journaliste et consultant médias récompensé pour son travail qui a écrit pendant les deux dernières décennies sur l'industrie des médias, la technologie et les nouveaux médias et a conseillé des entreprises sur leur stratégie de réseaux sociaux. Il est actuellement rédacteur senior basé à San Francisco chez [GigaOM](#), où il écrit à propos de l'évolution des médias et de la culture web. Avant cela, il a été le premier éditeur de

communautés- spécialisé dans le développement et la stratégie des réseaux sociaux - pour le Globe and Mail, où il a développé l'approche du journal pour les commentaires en ligne, et a été pionnier comme journaliste sur Facebook et sur Twitter, poussant des dizaines de journalistes et rédacteurs à se lancer sur les réseaux sociaux. Il tweete sous le nom [[@mathewi](#)](<http://twitter.com/mathewi>).

L'idée de vérification des événements d'actualité et d'urgence à l'aide du crowdsourcing n'est pas vraiment nouvelle - la foule, de façon générale, a toujours été un élément crucial de la façon dont les nouvelles ont été conçues et comprises. Maintenant, des technologies sociales telles que Twitter, Facebook, YouTube et d'autres, nous permettent de nous engager dans ce genre de processus de prise de décision partagée sur une échelle beaucoup plus grande et plus large, ainsi que de le faire plus rapidement. Cela ne veut pas dire qu'il n'y a pas d'inconvénients dans ce processus, car il y en a - mais dans l'ensemble, nous sommes probablement mieux fournis qu'auparavant.

Il suffit de penser à la façon dont les faits et les événements d'actualité ont été établis dans un passé pas si lointain: Lorsque la guerre a éclaté, lorsqu'un ouragan a frappé une zone, ou lorsque une bombe a explosé quelque part, et qu'il y avait souvent peu de journalistes autour, à moins qu'ils ne se trouvent là par hasard. Les sources sur le terrain sont responsables de relayer l'information à un média, et c'est pour cela qu'un processus laborieux de vérification, basé sur des entretiens avec des témoins, des appels téléphoniques et ainsi de suite est important à mettre en place.

Aujourd'hui il est possible de trouver des informations, sur des événements imprévisibles, notamment soudains comme les tremblements de terre ou les massacres, sur Twitter, en quelques minutes, voire à quelques secondes de leur avènement. Au lieu de compter sur seulement une ou deux observations de témoins, nous pouvons obtenir des centaines ou même des milliers de déclarations. Certaines d'entre elles sont susceptibles d'être erronées, comme nous l'avons vu avec les attentats de Boston et d'autres situations d'urgence similaires, mais, en général, on peut progressivement construire une image assez précise de ce qui s'est produit et comment, et cela plus rapidement que jamais.

Voici un aperçu de quelques-unes des meilleures pratiques de cette nouvelle pratique de la vérification crowdsourcing, telle qu'elle est pratiquée par des innovateurs comme Andy Carvin, un ancien chargé de stratégie chez NPR, et d'autres.

## **Identifier, vérifier et contacter les sources**

Dans la plupart des cas, le point de départ est d'identifier les sources qui sont fiables pour ensuite curer, agréger et vérifier les informations qui en proviennent. Andy Carvin de NPR a construit ce qu'il appelle une «salle de presse Twitter » avec des sources au Moyen-Orient pendant le printemps arabe en commençant par des gens qu'il connaissait personnellement et en les utilisant comme un moyen pour découvrir d'autres sources.

"Ce que je trouve vraiment important, c'est de prêter attention à avec qui ces gens sont en train de parler sur Twitter, et occasionnellement sur Facebook" dit Carvin dans une interview en 2011." Pour la Tunisie et l'Egypte, j'avait déjà près d'une demie douzaine de sources déjà identifiées dans chaque pays."

Carvin a également demandé aux gens qu'il connaissait de recommander ou de vérifier d'autres sources qu'il trouvait à partir de recherches Twitter et en suivant des hashtags spécifiques. Au fil du temps, il a généré des listes de centaines de sources précieuses.

Ces listes sont devenues à leur tour le moteur qui a permis à Carvin de live-tweeter une série de guerres - recevoir les informations, les rééditer, demander à ses collègues et aux sources de l'aider à les vérifier, et finalement publier les résultats. À certains égards ceci peut être un processus chaotique, mais finalement couronné de succès.

Pour gérer ces nombreux contacts, il a construit des listes Twitter pour organiser les sources en groupes logiques basés sur des sujets ou sur la situation géographique. Aujourd'hui, ce genre d'organisation aurait pu être fait aussi avec des Listes d'intérêts Facebook, des cercles Google Plus et d'autres outils, ou en vous abonnant à de comptes YouTube à travers de playlists, parmi d'autres options.

Carvin a également suivi une autre étape cruciale, qui était de contacter ses sources directement ou de les rencontrer en personne pour développer une relation. Pour plusieurs personnes, il n'était conscient que de ce qu'il avait vérifié à travers son compte Twitter, mais il a aussi passé beaucoup de temps à communiquer avec les gens via Skype, e-mail et d'autres moyens pour vérifier leurs identités.

Comme détaillé dans les chapitres précédents, ces types de sources et les informations qu'elles fournissent doivent être vérifiées. Après avoir utilisé la recherche avancée de Twitter, la recherche YouTube et d'autres moyens de trouver des gens et des organisations sur le terrain ou avec un accès à l'information pertinente, vous devez travailler à les contacter et vérifier d'où leur information provient.

Plus vous interagissez avec vos sources, et vous apprenez à leur sujet, plus vous verrez leurs forces, leurs faiblesses, leurs préjugés et d'autres facteurs qui doivent être examinés lors de l'examen des informations qu'elles partagent. Pendant que votre liste des sources se développe, vous commencerez aussi à voir des tendances dans leur flux de contenu et sur ce qu'ils partagent, ceci fournit la matière première nécessaire pour trianguler et déterminer exactement ce qui est et ce qui n'est pas en train de passer.

"Certaines de ces personnes travaillent activement à renverser leurs régimes locaux", dit Carvin sur les sources qu'il a contacté pendant le printemps arabe [\[1\]](#). "Je dois être conscient de cela à tout moment. Peut-être que la réponse est la transparence, ainsi, une

personne pourrait me donner de bonnes informations mais je ne devrait jamais oublier qu'ils font partie de l'opposition."

## Engager vos sources

À un moment donné au cours des violence en Libye en 2011, Carvin a été contacté par quelqu'un sur Twitter qui lui a demandé - et par extension à sa salle de presse Twitter - de l'aider à vérifier si des armes israélienes avaient été utilisées en Libye. Il a détaillé la façon dont il a réagit à la demande de Storify[2]:

It all began on March 12, 2011 when I was at the SXSW Festival in Austin, Texas, participating in a session about social media and the Middle East, organized by the New York Times.



While sitting in the session, I received a tweet from @jan15egy asking me to look into something.



Carvin a « engagé » ses contacts en leur demandant d'aider à confirmer si le mortier en question était israélien. Ils ont répondu avec un mélange de conseils utiles et de points de vue, avec quelques impasses. Il a finalement reçu des informations spécifiques qui ont contribué à répondre à la question:

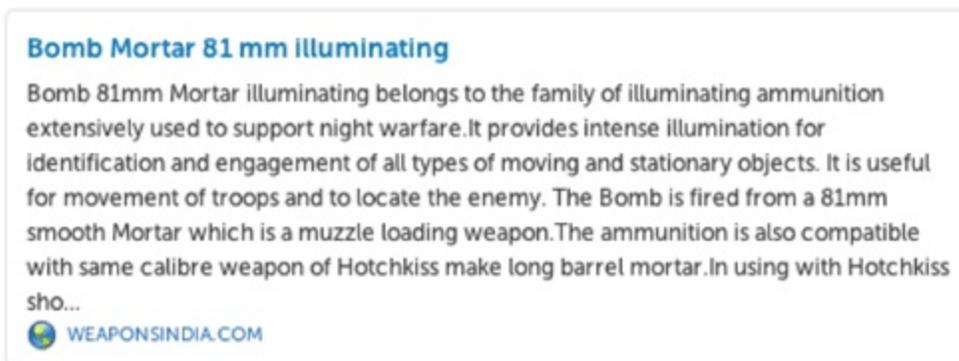
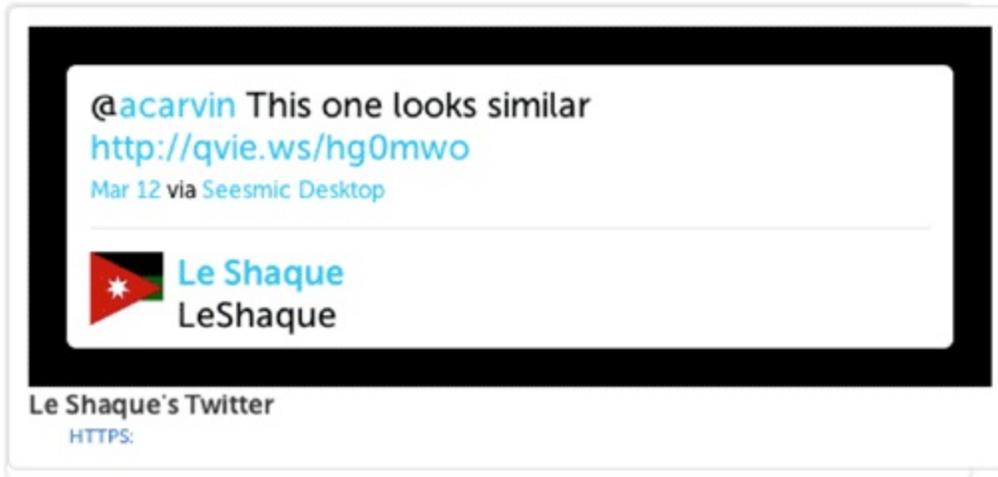
En fin de compte, l'arme n'était pas israélienne; elle était Indienne. Et il ne s'agissait pas d'un mortier du tout. Carvin indique qu'un élément qui l'a aidé à trouver la bonne information était qu'il l'avait entendu de plusieurs sources qui

n'avaient pas de liens entre elles.

"Concernant la vérification de l'origine des armes, dites israélienes, j'ai eu beaucoup de gens qui me fournissait essentiellement la même information et ils ne se connaissaient pas entre eux, de sorte que j'ai sélectionné certains dans mon Storify" at-il dit.

Il est important de se rappeler qu'une chose a aidé Andy Carvin à faire ce qu'il a fait : sa manière de solliciter d'autres personnes d'une façon très humaine et accessible. Il a également traité ceux avec qu'il est entré en contact comme des collègues, plutôt que juste comme des sources auxquelles qu'il pouvait commander pour qu'elles fassent son travail. Les journalistes et d'autres qui distribuent des ordres ou des demandes reçoivent très peu en réponse, mais traiter les gens comme des êtres humains fait toute la différence.

A Syrian living in Beirut named [@LeShaque](#) began to dig up a lot of intriguing leads from weapons manufacturers in India:



Un journaliste de guerre du New York Times CJ Chivers a adopté une approche similaire à celle de Carvin pour vérifier des bombes dans divers conflits, et dit [\[3\]](#) le processus arrive à la vérité beaucoup plus rapidement que cela

n'aurait été possible dans le passé.

Avec n'importe quel élément d'information donné, il y a probablement des gens compétents dans votre cercle social (ou dans vos connexions web plus larges) qui connaissent la vérité au sujet d'un incident ou d'un événement. Vous avez juste à les trouver.

Selon Chivers: "La preuve dans cette affaire a été rendue possible grâce à l'aide des outils standards pour couvrir des guerres sur le terrain: la volonté de travailler dans le domaine, un appareil photo numérique, une connexion Internet par satellite, un ordinateur portable, un compte e-mail et des sources ayant une connaissance spécialisée. Il y a, cependant, un changement qui est le reflet des nouvelles façons dont la guerre peut être examinée en temps réel - en utilisant des outils tels que les réseaux sociaux pour former des foules d'experts spécialisées sur un réseau social ».

Chivers a également rendu hommage aux réalisations d'un "journaliste citoyen" britannique [4] appelé Brown Moses, qui est un blagueur (de son vrai nom Eliot Higgins), qui a développé une expertise dans les armes chimiques en regardant et en vérifiant des milliers de vidéos YouTube du conflit en Syrie.

Higgins n'avait aucune formation ni dans le journalisme, ni dans le matériel militaire, mais est devenu un maillon essentiel dans la chaîne de la vérification, au point où les journalistes professionnels comme Chivers et même les agences humanitaires ont appris à compter sur lui. Des nouvelles sources critiques comme Moses peuvent émerger dans certaines situations, soit parce qu'ils travaillent à un problème dans le temps ou parce qu'ils sont au bon (ou mauvaise) endroit au bon moment.

## **Crowdsourcing responsable**

Une chose que n'importe qui doit retenir, journaliste ou non, en essayant de collecter et de vérifier les informations pendant une crise, c'est que vous êtes aussi une source d'information pour d'autres, lors de l'utilisation des réseaux sociaux comme Twitter ou Facebook ou Google Plus. Cela signifie que toutes les informations sans fondement que vous postez pendant que vous faites votre travail de vérification pourraient contribuer à la confusion autour de l'événement.

Gardez cela à l'esprit tout en communiquant ou en publiant les détails et la recherche de recoupement de l'information. La meilleure approche est d'être aussi ouvert que possible sur ce qui se passe, et de rappeler à plusieurs reprises aux abonnés à vos comptes ou à vos liens/contacts sociaux que vous cherchez de l'aide, et pas seulement que vous circulez des informations non confirmées.

Afin d'éviter toute confusion, être aussi clair que possible sur ce que vous savez et ce que vous ne savez pas, et quels éléments d'information vous avez besoin de confirmer. Avec certains types de données sensibles, il est mieux d'essayer de confirmer par des méthodes hors ligne avant de le faire à travers des méthodes en ligne ou les réseaux sociaux. Vous pouvez être prudent pour marquer l'information comme «non confirmée» ou comme rumeur, mais ces alertes peuvent disparaître souvent une fois qu'elles commencent à se répandre. Nous avons tous la responsabilité d'être conscients de cela et de ne pas accroître la confusion et la désinformation dans une situation de crise.

# La puissance de la foule

Les algorithmes et les recherches automatiques peuvent générer une énorme quantité de contenu quand il s'agit d'actualités de dernière minute, comme détaillé dans le chapitre suivant. Mais sans doute seuls les êtres humains peuvent passer au crible et donner un sens à cette quantité de contenu de manière efficace, en temps réel. À titre d'exemples comme Andy Carvin et Brown Moses l'ont montré, de loin, le meilleur outil pour le faire sont les réseaux des sources de confiance qui se concentrent soit sur un sujet spécifique, soit dans un emplacement physique spécifique - un réseau que vous pouvez utiliser une salle de rédaction crowdsourcée.

Cependant, entrer dans ce genre de relation avec les sources ne doit pas être pris à la légère. Il ne s'agit pas seulement d'un outil ou un processus qui vous permet de faire votre travail ou effectuer une tâche plus rapidement et plus efficacement - on parle d'un effort de collaboration, et vous devriez être prêt à donner autant que vous recevez.

- 
1. [http://www.cjr.org/behind\\_the\\_news/is\\_this\\_the\\_worlds\\_best\\_twitter\\_account.php?page=all](http://www.cjr.org/behind_the_news/is_this_the_worlds_best_twitter_account.php?page=all) \_\_
  2. <http://storify.com/acarvin/how-to-debunk-a-geopolitical-rumor-with-your-twit2> \_\_
  3. <http://atwar.blogs.nytimes.com/2011/06/10/following-up-part-i-battlefield-refuse-social-media-and-qaddafis-cluster-bombs/> \_\_
  4. <http://www.theguardian.com/world/2013/mar/21/frontroom-blogger-analyses-weapons-syria-frontline> \_\_

- [< Précédent](#) - [Suivant: Étude de cas 6.1: Désarçonné par la grammaire arabe](#)

## Étude de cas 6.1: Désarçonné par la grammaire arabe



**Tom Trewinnard** est chargé de communication et de recherche chez [Meedan](#), une organisation de technologie sociale à but non lucratif, travaillant sur le projet Checkdesk pour développer des outils de vérification et de collaboration en ligne. Il tweete sous le nom au[@Tom\\_El\\_Rumi](https://twitter.com/Tom\\_El\\_Rumi).



**M.SH.** est co-fondateur du groupe d'information la Shabab Souria (Jeunesse Syrien) qu'il a fondé avec des amis après l'analyse de la dynamique entre la couverture et les médias citoyens pendant les soulèvements en Tunisie, en Egypte et en Libye au début du 2011.

Shabab Souria (Jeunesse syrienne) est un réseau de Syriens à l'intérieur et à l'extérieur de la Syrie qui collaborent en utilisant des outils en ligne pour vérifier et publier des mises à jour sur le terrain à travers la Syrie. Ils s'organisent à travers d'un groupe Facebook ouvert et soigneusement administré, avec des membres qui vérifient des centaines d'informations qui émergent tous les jours sur les médias officiels et les réseaux sociaux. Après avoir vérifié les informations, ils publient le contenu en arabe et en anglais en utilisant Checkdesk.

[Checkdesk](#) est une plate-forme open source à destination des salles de rédaction des médias et des collectifs pour vérifier et publier des reportages numériques couvrant des informations de dernière minute. Checkdesk a été lancé par Meedan en Juillet 2013 avec six principaux partenaires médias du Moyen-Orient, qui ont tous mené une série d'ateliers au sein de leurs communautés pour former les citoyens à l'éducation aux médias, la sensibilisation des source et aux techniques de vérification numériques.

Un bon exemple de la façon dont Shabab Souria travaille à démythifier et à vérifier des informations [est le cas du 5 décembre 2013](#). Une personne, du nom de Sham al-Orouba, a posté une vidéo YouTube sur le groupe Facebook de Shabab Souria. Dans la vidéo, un homme barbu a été identifié comme un membre du groupe djihadiste Seyoof al-Islam, qui, selon le groupe, avait mené des attaques contre la communauté chrétienne de Saydna et le monastère de Deir Chérubins.

La voix du narrateur qui décrivait les attaques présumées était entrecoupée entre de clips flous montrant apparemment un bâtiment détruit sur une colline et une statue de Jésus-Christ. En soumettant la vidéo au réseau Shabab Souria, Al-Orouba a posé une question simple: « confirmé ou démenti »?

Mohammad Fakhr Eddin, un membre du groupe (tous les membres du groupe utilisent des pseudonymes pour se protéger) a réagi rapidement, en notant que les fautes de grammaire subtiles en arabe du présentateur sont atypiques pour un djihadiste. Sur la base de leur expérience dans l'examen des centaines de vidéos et d'autres contenus appartenant à des

djihadistes, le groupe estime qu'ils sont habituellement très éloquents dans l'utilisation de la langue.

Un autre utilisateur, Abou Nabil, a convenu que la faiblesse de l'arabe trahissait présentateur, signalant qu'il n'était pas celui qu'il disait d'être. Nabil a ajouté que l'islam interdit les attaques contre les églises, et un autre utilisateur a convenu que les groupes djihadistes ne ciblent généralement pas les églises en Syrie sauf lorsqu'il y a une raison militaire forte de le faire.

Shamya Sy et Mohammad Fakhr Eddin ont ajouté une autre piste importante sur la source: la personne qui a téléchargé la vidéo sur YouTube - Nizar Nayyounf - était connue comme n'étant pas fiable. Selon eux, Nayyounf était dans le passé responsable de la propagande du régime pro-Assad visant à diffamer les groupes anti-Assad.

"Cette vidéo ne peut pas être confirmée auprès d'autres sources", a écrit Karam Abu al-Faraty dans un message pour le groupe.

Personne ne pouvait trouver d'autres rapports, des images ou des séquences de Seyouf al-Islam, ou d'autres groupes djihadistes, attaquant Deir Chérubins ou la communauté chrétienne du Saydna.

Au fil du temps, les membres d'un groupe tel que Shabab Souria développent leurs propres domaines d'expertise, ainsi que la réputation de leur travail. Sy et al-Faraty sont des limiers reconnus: Grâce à leur diligente expertise dans la vérification pour les médias, ils se sont établis comme des experts crédibles sur les questions de vérification. Le fait qu'ils aient identifié la source de la vidéo comme étant peu fiable ajoute un poids supplémentaire à l'information.

Enfin de compte, il a fallu moins de trois heures au groupe pour déterminer que la vidéo était fautive. En réunissant l'expertise des différents membres du groupe, ils ont été en mesure d'examiner si un autre membre pouvait corroborer d'autres images ou des informations existantes, mettre en question la crédibilité de la source, et analyser le contenu de la vidéo, identifier les aspects qui remettaient en question son authenticité.

Sept utilisateurs différents ont collaboré à vérifier la vidéo et à la cataloguer comme fautive. Prise au premier degré, la fautive vidéo djihadiste aurait contribué à une guerre de propagande continue qui influence non seulement les civils à l'intérieur de la Syrie, mais aussi les décideurs à l'étranger.

Comme un membre du groupe l'indique: « Le problème est que nous savons que c'est faux, mais les médias occidentaux vont la prendre comme réelle. »

Tout cela a eu lieu à un moment où une intervention militaire internationale semblait être une possibilité réelle. Il était donc essentiel que la vidéo soit démystifiée, et qu'elle soit également publiquement reconnue comme telle via les réseaux sociaux devenus cruciaux dans la circulation de l'information du conflit en Syrie.



## 7: Ajouter la foule des ordinateurs à la foule des utilisateurs



**Patrick Meier** (Ph.D.) est un leader d'opinion reconnu internationalement sur l'application de nouvelles technologies dans les interventions humanitaires. Il est actuellement directeur de l'innovation sociale à l'Institut de la Fondation du Qatar Computing Research (qcri) où il travaille sur les prototypes de [technologies humanitaires de nouvelle génération](#). Patrick a, précédemment, co-fondé et co-dirigé le Programme de HHI sur l'alerte précoce et la cartographie en contexte de crise et a également travaillé comme directeur de la cartographie de crise à Ushahidi. Son très influent blog [iRevolution](#) a reçu plus d'un million de visites. Patrick tweete sous le nom: [\[@patrickmeier\]\(https://twitter.com/patrickmeier\)](#).

Les journalistes d'investigation et les praticiens des droits humains ont utilisé pendant des décennies un ensemble de stratégies pour vérifier les informations en cas d'urgence et d'événements de dernière minute. Cette expertise est encore plus demandée avec la croissance du contenu généré par l'utilisateur.

Nombreux sont ceux qui sont de plus en plus à la recherche de «systèmes informatiques avancés» (advanced computing) pour accélérer et éventuellement automatiser le processus de vérification. Comme avec toute autre technique, utiliser l'informatique pour vérifier le contenu des réseaux sociaux en temps quasi réel a ses avantages et ses écueils.

L'"Advanced Computing" se compose de deux éléments: le calcul par la machine (machine computing) et le calcul par l'humain (human computing). Le premier utilise des techniques de traitement du langage naturel (NLP) et le machine learning (ML), tandis que le second s'appuie sur des méthodes de crowdsourcing et de microtasking.

L'application de systèmes informatiques avancés afin de vérifier le contenu généré par l'utilisateur est limitée en ce moment parce que le domaine de la recherche est encore nouveau; les plates-formes et les techniques de vérification décrites ci-dessous sont encore en cours de développement et de contrôle. En conséquence, la valeur qu'ils ajoutent au processus de vérification reste encore à voir, mais les progrès de la technologie est encore susceptible de continuer à apporter de nouvelles façons d'aider à automatiser les éléments du processus de vérification.

C'est un moment important dans l'application de l'informatique avancée pour vérifier le contenu généré par l'utilisateur: Trois nouveaux projets dans ce domaine sont en cours d'élaboration. Ce chapitre donne un aperçu ainsi que des renseignements généraux sur la façon dont l'homme et la machine informatique sont utilisés (et combinés) dans le processus de vérification. Tout d'abord, laissez-moi ajouter un avertissement: J'ai dirigé le lancement des efforts numériques d'intervention humanitaire décrits ci-dessous - pour Haïti, les Philippines et le Pakistan. En outre, je suis également engagé dans le projet Verily et dans la création du Plugin Twitter de crédibilité (Twitter Credibility Plugin), qui seront mentionnés.

## **Informatique humaine**

En informatique humaine, aussi appelé « foule informatique » (crowd computing), une machine sous-traite certaines tâches à un humain ou à un groupe. La machine recueille et analyse ensuite les tâches traitées.

Un exemple d'utilisation précoce de l'informatique humaine en cas d'urgence a été le séisme en Haïti en 2010. Quand [Ushahidi Inc. a lancé une plateforme web basée sur le human computing](#) pour la répartition des tâches pour traduire des messages de texte urgents du créole haïtien à l'anglais. Ces messages provenaient de communautés sinistrées dans et autour de Port-au-Prince. Les textes traduits ont ensuite été triés et cartographiés sur l'Ushahidi Haïti Crisis Plan. Bien que la traduction des textes était la première et seule fois que Ushahidi avait utilisé une plate-forme de crowd computing, le succès de cette technique en cas de catastrophe a mis en évidence sa valeur ajoutée.

Le crowd computing a ensuite été utilisé en 2012 en réponse au Typhoon Pablo aux Philippines. À la demande des Nations Unies, le Réseau humanitaire numérique (DHN) [a collecté et analysé tous les tweets postés au cours des premières 48 heures](#) du typhon. Plus précisément, on a demandé à des volontaires de DHN d'identifier toutes les photos et vidéos postées sur Twitter qui ont révélé les dommages causés. Pour mener à bien cette opération, le DHN a utilisé la plate-forme de microtasking libre et open-source [CrowdCrafting](#) pour identifier des tweets et des images individuelles. Les données traitées ont ensuite été utilisées pour créer une carte des dommages en cas de catastrophe.

La réponse réussite de calcul humain au Typhoon Pablo a incité le lancement d'une nouvelle plate-forme de microtasking simplifié appelé MicroMappers. Développé à l'aide de logiciels CrowdCrafting, MicroMappers [a été utilisé la première fois en Septembre 2013 pour identifier des tweets et des images mises en ligne après le séisme au Baloutchistan](#). Cette opération a été réalisée par le DHN en réponse à une demande de l'ONU au Pakistan.

En somme, le crowd computing commence tout juste à gagner du terrain dans la communauté humanitaire. Mais l'informatique humaine n'a jusqu'à présent pas été utilisée pour vérifier le contenu des réseaux sociaux.

## **La plateforme Verily**

La plateforme Verily aide à développer l'informatique humaine pour crowdsourcer rapidement des preuves qui corroborent ou discréditent l'information affichée sur les réseaux sociaux. [Nous attendons que la plateforme soit utilisée pour aider à régler des informations contradictoires en cas d'urgence qui émergent souvent pendant et après une catastrophe majeure](#). Bien sûr, la plateforme pourrait être utilisée pour vérifier également des images et des séquences vidéo.

Verily a été inspirée par le Red Balloon Challenge, qui a été lancé en 2009 par l'Agence pour les projets de recherche avancée de défense (DARPA). Le défi demande aux participants d'identifier correctement l'emplacement de 10 ballons météorologiques rouges plantés à travers les États-Unis.

p>L'équipe gagnante, du MIT, a trouvé les 10 ballons en moins de neuf heures sans besoin de s'éloigner de leurs ordinateurs. En effet, ils se sont tournés vers les réseaux sociaux, et Twitter en particulier, pour mobiliser la foule. Au début de la compétition, l'équipe a annoncé que, plutôt que de garder le prix \$ 40,000 s'ils gagnaient, ils partageraient les gains avec les membres du public qui les aideraient à chercher les ballons. Pour avoir un grand groupe de personnes à la recherche ils ont incité leur communauté à participer [avec ce message](#): « Nous allons donner 2000 \$ par ballon pour la première personne qui nous envoie les coordonnées correctes, mais ce n'est pas tout - nous allons également donner 1000 \$ à la personne qui les a invité à participer de la recherche. Ensuite, nous allons donner \$ 500 à quiconque qui a invité la personne qui a invité à ce dernier, et de 250 \$ à celui qui a invité cet autre, et ainsi de suite.»

La plateforme Verily utilise le même mécanisme d'incitation sous la forme de points. Cependant, au lieu de chercher des ballons à travers tout un pays, la plateforme facilite la vérification des informations des réseaux sociaux lors de catastrophes afin de couvrir une zone géographique beaucoup plus petite, généralement une ville.

On peut penser à Verily comme un board Pinterest avec des éléments épinglés qui se composent de questions oui ou non. Par exemple: "Est-ce que le pont de Brooklyn est fermé en raison de l'ouragan Sandy?" Les utilisateurs peuvent partager cette demande de vérification sur Twitter ou Facebook et l'envoyer à des gens qu'ils connaissent habitant à proximité.

Ceux qui ont des preuves pour répondre à la question peuvent poster la réponse sur le board qui comporte deux sections: l'une est la preuve que répond à la question de vérification par l'affirmative; l'autre est la preuve que fournit une réponse négative.

Le type de preuve qui peut être affiché inclut un texte, des photos et des vidéos. Chaque élément de preuve posté dans le board doit être accompagnée d'une description de la personne qui a posté la réponse et doit inclure la raison pour laquelle la preuve est pertinente et crédible.

En tant que tel, un objectif parallèle du projet est de crowdsourcer la pensée critique. La plateforme Verily sera lancée au début du 2014 sur [www.Veri.ly](http://www.Veri.ly).

## Machine computing

Le tremblement de terre de magnitude 8,8 qui a frappé le Chili en 2010 a été largement couvert sur Twitter. Comme c'est presque toujours le cas, avec cette vague de tweets pendant une crise, une houle de rumeurs et de fausses informations ont été également diffusées.

Une des rumeur était une alerte de tsunami à Valparaiso. Un autre était la déclaration de pillages dans certains quartiers de Santiago. Ces types de rumeurs ne se sont pas répandus: les recherches empiriques récentes ont démontré que Twitter a un mécanisme auto-correcteur. Une [étude des tweets à la suite du tremblement de terre du Chili](#) a

constaté que les utilisateurs de Twitter ont généralement réprimé les tweets non crédibles en interrogeant sur leur véracité.

En analysant ce rejet des tweets suspects, les chercheurs ont montré que la crédibilité de tweets pourrait être prédite. Une analyse des données [a également révélé que les tweets avec certaines caractéristiques sont souvent faux](#). Par exemple, la longueur de tweets, le ton des mots utilisés et le nombre de hashtags et des émoticônes utilisés fournissent des indicateurs de crédibilité des messages du tweet. La même chose vaut pour [les tweets qui incluent des images et des vidéos](#), le texte contenu dans les tweets qui pointent vers du contenu multimédia peut être utilisée pour déterminer si ce contenu multimédia est crédible ou non.

Prises ensembles, ces données fournissent aux machines les paramètres et l'intelligence dont elles ont besoin pour commencer à prédire l'exactitude des tweets et d'autres contenus des réseaux sociaux. Cela ouvre la porte à un plus grand rôle pour l'automatisation dans le processus de vérification lors des catastrophes et d'autres situations d'urgence.

En termes d'applications pratiques, ces résultats sont utilisés pour [développer un "Credibility Plugin" pour Twitter](#). Ce travail concerne mon équipe à l'Institut de recherche d'informatique du Qatar qui travaille en partenariat avec l'Institut de technologie de l'information de Indraprastha à Delhi, en Inde pour son développement.

Ce plugin notera les tweets individuels sur une échelle de 0 à 100 en fonction de la probabilité que le contenu d'un tweet donné puisse être considéré comme crédible. Le lancement du plugin est prévu début de 2014. Le principal avantage de cette solution c'est qu'elle est entièrement automatisé, et donc plus évolutive que la plateforme de calcul humaine verily.

## Informatique hybride

La plateforme d'intelligence artificielle pour la réponse aux urgences (AIDR) est un modèle hybride entre humaine et machine computing.

La plate-forme combine l'informatique humaine (microtasking) avec le machine learning. Le Microtasking (ou la répartition des tâches) prend une grande tâche pour la diviser en une série de petites tâches. Le machine learning consiste à enseigner à un ordinateur à effectuer une tâche précise.

AIDR permet aux utilisateurs d'enseigner à un algorithme à trouver une information d'intérêt sur Twitter. Le processus d'enseignement se fait en utilisant le microtasking. Par exemple, si la Croix-Rouge est intéressé par le suivi sur Twitter des références aux dégâts faits aux infrastructures après une catastrophe, le personnel Croix-Rouge utilisera l'interface de microtasking AIDR pour marquer (sélectionner) les tweets individuels qui parlent de « endommager ». L'algorithme sera alors en mesure d'apprendre de ce processus et de trouver automatiquement tweets supplémentaires qui parlent des dégâts.

Cette approche de calcul hybride peut être utilisée pour identifier automatiquement les rumeurs fondées sur une première série de tweets faisant référence à ces rumeurs. Identifier rapidement les rumeurs et la source est un élément important de la vérification du contenu généré par l'utilisateur. Cela permet aux journalistes et professionnels de l'humanitaire de suivre les informations à sa source, et de savoir à qui s'adresser pour prendre la prochaine étape essentielle dans la vérification de l'information.

Pour être sûr, l'objectif ne doit pas seulement être d'identifier les informations fausses ou trompeuses sur les réseaux sociaux, mais de contester et corriger ces informations en temps quasi réel. Une première version de AIDR a été publiée en Novembre 2013.

## **Accélérer le processus de vérification**

Comme indiqué précédemment, les plateformes de vérification alimentées par l'informatique avancée sont encore au début de leur phase de développement et c'est pour cela que leur valeur ultime à la vérification du contenu généré par l'utilisateur reste à prouver. Même si ces plateformes portent leurs fruits, leurs premières itérations devront faire face à des contraintes importantes. Ce travail précoce est donc essentiel à la progression des applications d'informatique avancée pour une contribution significative dans le processus de vérification.

Une limitation actuelle est que l'AIDR et le plug-in de crédibilité précédemment sont entièrement dépendants d'une seule source: Twitter. Une vérification cross-média serait nécessaire pour trianguler des rapports entre les sources, les médias et la langue. Alors que Veri.ly se rapproche à répondre à ce besoin, elle repose entièrement sur une intervention humaine, ce qui n'évolue pas facilement.

En tout état de cause, ces solutions sont loin d'être la solution miracle de la vérification qui beaucoup de gens cherchent. Comme d'autres plateformes d'information, elles peuvent elles aussi être bernées et sabotées avec le temps et les efforts nécessaires pour le faire. Cependant, ces outils possèdent la possibilité d'accélérer le processus de vérification et sont susceptibles de seulement avancer si plus d'efforts et d'investissement sont faites dans le domaine.

- [< Précédent](#) - [Suivant : Étude de cas 7.1: Comment OpenStreetMap a utilisé des personnes et des machines pour cartographier les zones touchées par le typhon Haiyan](#)

## 7.1: Comment OpenStreetMap a utilisé des personnes et des machines pour cartographier les zones touchées par le typhon Haiyan



**Dan Stowell** est un informaticien qui se spécialise dans l'analyse audio. Il est également collaborateur régulier de OpenStreetMap et participe à l'équipe humanitaire OpenStreetMap, une initiative qui conçoit des cartes numériques, déploie des agents de terrain et crée un logiciel personnalisé pour la réduction des risques de catastrophe. Il a une formation en développement open-source de logiciels et en machine learning. Il est actuellement chercheur au Centre de

Musique Numérique de l'Université Queen Mary à Londres. Son site Web: [ici](#).

OpenStreetMap est une base de données cartographiques, construite sur le modèle d'édition collaborative sous copyleft que beaucoup reconnaîtront de Wikipedia. Elle fournit quelques-unes des cartes les plus détaillées disponibles en public - en particulier pour de nombreux pays en développement.

Lorsque le Typhoon Haiyan a frappé les Philippines en 2013, un groupe de cartographes bénévoles s'est réuni pour cartographier et valider les dommages connus dans la région. Cela a été coordonné par le Humanitarian OpenStreetMap Team (HOT), qui répond à des incidents humanitaires grâce à des bénévoles "d'activation" pour cartographier les zones touchées avec rotation rapide. Le travail combine la validation humaine avec l'analyse automatisée pour obtenir des résultats qui sont utilisées par la Croix-Rouge, Médecins Sans Frontières et d'autres pour guider leurs équipes sur le terrain.

Le HOT gère un réseau de bénévoles coordonnés entre autres, a travers une liste de messagerie électronique. Vingt-quatre heures avant que le typhon ait frappé, les membres ont discuté sur les zones susceptibles d'avoir été touchées et ont évalué la qualité des données existantes pour se préparer pour une réponse rapide.

Une fois que le typhon avait atteint les Philippines et avait été confirmé comme un incident humanitaire, l'équipe HOT a appelé le réseau de bénévoles pour contribuer à cartographier la zone, y compris les priorités de cartographie spécifiques demandées par les agences d'aide. Il y avait deux objectifs principaux. Le première était de fournir une carte de base générale détaillée des zones peuplées et des routes. La seconde était de fournir une image de la situation sur le terrain après la catastrophe. Où les bâtiments ont-ils été endommagés ou détruits? Quels ponts se sont effondrés?

Le travail a été coordonné et hiérarchisé sur le site Web HOT Tasking Manager (photo ci-dessous), qui est une plate-forme de microtasking pour la cartographie. Elle permet aux administrateurs HOT de préciser un certain nombre de tâches à faire - tels que la cartographie des routes et des bâtiments dans une zone définie - et divise chaque travail en petites tâches (à manière de carrés sur la plateforme) chacune gérable par un mappeur bénévole en traçant une image aérienne.

## Typhoon Haiyan - Panay Island Eastern Side Initial Mapping



Description Workflow **Task** Users Stats

1. Open the area in your favorite editing tool.

JOSM Potlatch 2 Walking Papers iD

Links to .osm and .gpx files.

None

2. Trace the elements.

Comments made by contributors who previously worked on this task:

#uniHD  
— geo-mapper2013

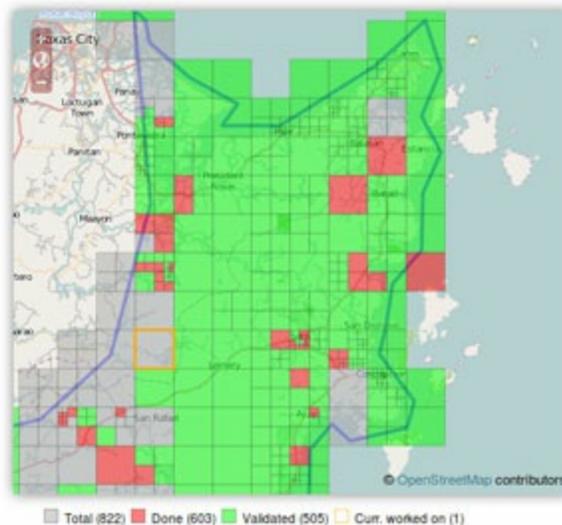
Invalidate: missing buildings and small lakes/paths  
— Papa Schlumpf

See the changesets for this area.

3. Add a comment and mark the task as done.

Comment

Mark task as done



Pendant la réponse au typhon Haiyan, plus de 1500 cartographes ont contribué, avec un maximum de 100 utilisant le Tasking Manager en même temps. Diviser chaque travail était crucial pour faire le meilleur usage de cet effort supplémentaire.

Après avoir réclamé une tâche, un utilisateur modifie sa zone sur OpenStreetMap et

peut alors marquer sa tâche (les carrés rouges sur la photo) comme « Terminé ». Toutefois, le Tasking Manager nécessite qu'un deuxième collaborateur plus expérimenté puisse surveiller le travail accompli avant que la tâche soit marquée comme "Validé" (vert). (Si la tâche n'était pas terminée correctement, le statut « Terminé » est retiré par la deuxième personne.) Les mappers peuvent laisser des commentaires sur la page de la tâche, en expliquant les raisons pour la non validation ou en mettant en évidence les problèmes rencontrés dans la cartographie.

Les images satellites sont cruciales pour permettre aux « télé-mappers » de contribuer à distance en traçant les routes, les bâtiments et autres infrastructures. Microsoft a fourni des images satellites Bing aux éditeurs OpenStreetMap, et cela a été utilisé pendant Haiyan.

Des représentants de HOT ont également assuré la collaboration avec le programme "Imagery to the Crowd" du Département d'Etat américain et avec d'autres organismes et entreprises, pour obtenir des images satellites à haute résolution<sup>1</sup>. Une fois les images satellites ont été disponibles, l'équipe HOT a créé de nouveaux emplois au sein du Tasking Manager, pour demander à des bénévoles de valider et d'améliorer encore la Basemap des Philippines.

Le Tasking Manager est l'étape la plus visible de validation, mais l'écosystème OpenStreetMap dispose également de plusieurs validations automatiques cruciales. Le logiciel d'édition de cartes ("JOSM") valide automatiquement les modifications d'un utilisateur avant le téléchargement, et averti sur les données improbables, tels que des bâtiments superposés ou des rivières traversant sans convergence.

D'autres outils automatisés scannent régulièrement la base de données OpenStreetMap et mettent en évidence les problèmes potentiels. Les cartographes expérimentés les utilisent souvent pour ces étapes de post-modération: Ils peuvent fixer ou retourner pour les modifications problématiques, ou contacter directement l'utilisateur.

Ce flux de travail (combiné avec une coordination permanente et avec de la communication par le biais des mailing lists, blogs et wikis) fournit une structure de validation qui est priorité dans le modèle de communauté OpenStreetMaps axé sur la personne.

Le modèle demeure très ouvert, sans pré-modération et avec une hiérarchie semi-formel de validateurs; mais il produit rapidement des cartes très détaillées que les organismes humanitaires trouvent très précieuses.

Comme les données étaient ouvertes, les agences qui sont allées à l'aide à la suite du typhon Haiyan ont pu les utiliser de différentes manières: elles les ont imprimé comme cartes; les ont téléchargé pour les unités SatNav; les ont utilisé pour localiser les centres de population tels que les villages; et les ont analysées pour comprendre les modèles de transmission des maladies.

Ces cartes de données mises à jour rapidement peuvent également être utilisées par les journalistes avec un peu de connaissances sur les géodonnées; par exemple, pour fournir des informations contextuelles géolocalisées provenant d'autres sources telles que les tweets, pour aider à vérifier les déclarations sur les impacts et dommages dans différentes zones, ou pour produire des infographies de l'impact et de la propagation d'une catastrophe.

- 
1. La phrase initiale était «les représentants de HOT ont également assuré la collaboration avec d'organismes / entreprises telles que la NASA, USGS et DigitalGlobe pour obtenir images satellites à haute résolution." La correction a été faite pour donner le crédit à la principale organisation qui a fourni les images. \_\_

- [< Précédent](#) -

## Chapitre 8 : Se préparer pour la couverture des catastrophes



**Sarah Knight** est directrice de contenu regional chez [ABC Local Radio](#) en Australie occidentale. Au cours de ses 25 années à l'Australian Broadcasting Corporation, Knight a été impliquée dans la couverture d'un certain nombre de situations d'urgence pour la radio locale, y compris les incendies Roleystone Kelmscott et Margaret River en 2011 et le cyclone tropical Rusty en 2013 parmi beaucoup d'autres. Elle a été formatrice sur les pratiques de couverture d'urgence au sein de l'organisation. Knight est en charge des équipes de six stations de radio en Australie occidentale, une zone qui s'étend du nord où les feux et inondations sont fréquentes, au sud où les cyclones, les incendies et des inondations sont fréquents.

Les agences de presse ont eu traditionnellement deux rôles d'information au cours des situations d'urgence. Le premier est de fournir aux gens l'information dont ils ont besoin pour répondre à une crise. Cette information doit être claire, rapide et sans ambiguïté. Souvent, cette information provient directement des organismes gouvernementaux, l'armée, les pompiers, la police ou d'une autre source officielle.

Le second rôle est ce que les salles de rédaction pratiquent (ou devraient pratiquer) chaque jour: partager des informations critiques de manière équitable et sans favoritisme ni préjugés.

Actuellement, il y a aussi un troisième rôle. Aujourd'hui, on apprend davantage d'une menace d'urgence à travers les réseaux sociaux. Plutôt que d'être le premier à informer sur une situation d'urgence, les salles de rédaction et d'autres organisations se retrouvent souvent agissant comme une seconde source cruciale de vérification, un filtre qui sépare le signal du bruit, et de la rumeur.

La préparation est la clé pour obtenir des informations précises pour les personnes qui la nécessitent - et pour vous assurer de ne pas propager des informations fausses.

Que pouvez-vous faire pour vous assurer d'obtenir les informations qui permettront de protéger les gens, et d'être pour eux une source de confiance pendant une période de chaos et de confusion? Dans ce chapitre, nous allons examiner quelques moyens simples pour vous et pour vos collègues de se préparer à assurer la qualité de l'information à temps en situation d'urgence.

### **Éléments de préparation**

La première chose à prendre en compte est de décider quel rôle informationnel votre organisation va jouer. Allez vous signaler et / ou allez vous aider la communauté en émettant des avertissements et des conseils juste à temps? L'Australian Broadcasting Corporation fait une différence entre les deux. La couverture faite par la rédaction et à travers nos émissions à la radio locale et par extension notre chaîne d'information News24 émettent des avertissements et des conseils officiels dans un premier temps, et informent plus tard.

Selon la politique de l'ABC, la diffusion d'urgence consiste à transmettre des avertissements formels et officiels relatifs à une situation d'urgence, et transmettre des informations fournies par d'autres sources, y compris les appels des auditeurs, des téléspectateurs et les messages sur les réseaux sociaux. Cette politique ne s'applique pas aux « employés et contractuels de la division d'information d'ABC (ABC News), dont la couverture des événements de situation d'urgence est exclue."

## Information locale

Une fois votre rôle défini, la prochaine étape est de fournir les informations locales nécessaires qui permettront de réagir rapidement et de comprendre les implications d'une menace potentielle. Ceci implique d'analyser quelle type de situations d'urgence sont susceptibles de se produire dans votre région, et de s'y préparer.

Quelques questions à étudier:

- Quels sont les catastrophes naturelles les plus courantes et probables qui frappent votre région?
- Quels types de crimes ou d'urgence ont tendance à se produire?
- Quelles sont les structures critiques dans la région (routes, ponts, etc.)?
- Y a-t-il des organismes gouvernementaux ou des installations militaires sensibles qui pourraient être des cibles?
- Quelles sont les routes à risque ou d'autres infrastructures qui sont souvent des scénarios d'incidents d'urgence?
- Dans quels quartiers / régions sont établis des gangs, des groupes rebelles, etc.

Maintenant que vous avez identifié certaines des situations les plus probables, vous pouvez commencer à construire une liste des sources autorisées - à la fois officielles et officieuses - qui vous fourniront des informations essentielles et utiles.

Cela inclut les premiers intervenants (sont-ils sur Twitter? Facebook? Pouvez-vous élaborer une liste?), ainsi que des experts locaux dans les universités, les ONG et les bureaux du gouvernement et les responsables de communication des organismes importants, les entreprises et autres organisations.

Rassemblez les numéros de téléphone, comptes Twitter, pages Facebook et mettez le tout dans un format accessible et central, que ce soit une base de données, un tableau partagé ou d'autres moyens. Organisez vos contacts par le genre de situation où ils pourraient être plus utiles.

## Bâtir des relations

Chaque journaliste ou travailleur humanitaire a besoin de contacts. Il ne s'agit pas

seulement des numéros de téléphone et autres détails - les contacts doivent être des relations, des sources fiables que vous savez que vous pouvez appeler pour avoir une information de qualité. Les sources qui vous donnent confiance.

Cette confiance ne va pas se développer instantanément en cas d'urgence.

Vous devez être proactif. Si possible, répondre à vos sources face à face. Invitez-les à visiter votre salle de rédaction, bureau ou installations. Montrez-leur ce que vous faites avec l'information qu'ils fournissent. Expliquez comment vous aiderez aux gens à obtenir l'information dont ils ont besoin. Prenez le temps de leur rendre visite et de voir comment ils travaillent pendant une urgence. Prenez le temps de comprendre leurs processus et les pressions exercées sur eux. Vous connaître personnellement vous aidera à obtenir l'information en priorité quand ils auront des demandes multiples.

De même que les relations avec le personnel clé dans les services de gestion des urgences et d'autres organisations / agences, vous devez examiner la relation que vous avez avec votre public.

Savent-ils que vous allez leur fournir des informations à temps? Savent-ils quand ils vont les entendre ou les voir? Savent-ils quels sont les services que vous fournissez - et que vous ne fournissez pas - en cas d'urgence?

Pour les salles de rédaction, les informations de préparation sont un moyen de communiquer que vous serez une source d'information qui peut les aider. Par exemple, à l'ABC, nous publions des rapports offrant [un pronostique de la prochaine saison de feu](#), ainsi que [des guides pour préparer des kits d'urgence](#). Ce type de contenu peut être offert par des salles de rédaction, par des organismes d'aide et d'autres organisations, et aide à préparer le terrain pour communiquer la façon dont vous pouvez être utile au public.

Il est également important d'obtenir l'information circulant dans l'autre sens aussi. Votre public et la communauté sera une précieuse source d'information importante pour vous en cas d'urgence. Encouragez votre public à appeler, à écrire par courriel ou par texte avec des informations. Cela peut commencer par informer sur les embouteillages, envoyer des photos météorologiques et d'autres informations.

## Formation du personnel

À l'ABC, nous commençons par un plan de couverture en cas d'urgence. Ce plan contient des instructions claires sur la façon de traiter les annonces officielles en direct, ainsi que des informations telles que des cartes de couverture pour s'assurer que les alertes atteignent personnes touchées.

Nous avons aussi dans notre plan les informations que les présentateurs peuvent utiliser en direct pour aider les gens. L'information provient de divers organismes de gestion des urgences. Par exemple: "Remplissez votre baignoire avec de l'eau afin que vous puissiez utiliser cette eau pour éteindre les incendies si la pression de l'eau tombe,» ou «Fixez tous

les protections anti-cyclone ou cartonnez ou scotchez vos fenêtres fortement exposées.»

Collecter des conseils peut faire partie de votre préparation pour inclure des informations qui peuvent être fournies au public en cas de catastrophe. Ces informations peuvent être collectés quand vous vous rapprochez de vos sources en amont.

Assurez-vous de créer des processus internes qui vous obligent à renouer des contacts avec vos sources pour vous assurer que cette information est actuelle. Cette mise à jour peut être prévue si votre zone est sujette aux urgences liées aux conditions météorologiques.

Dans le nord de l'Australie, par exemple, les cyclones sont une grande préoccupation. Ils sont aussi un peu prévisibles parce qu'il y a une saison où ils sont plus susceptibles de se produire. Avant la saison, nos plans locaux sont mis à jour, et les organismes d'urgence sont appelés à vérifier que les informations et si les contacts sont toujours corrects. Le personnel est réuni pour passer par les procédures en petits groupes.

Cela assure non seulement que l'information du plan est actuelle, mais contribue également à rétablir des relations qui peuvent avoir été négligées pendant une période de silence.

Un outil que nous avons trouvé très pratique lors de la formation du personnel sont les hypothèses fondées sur l'expérience précédente. Ceci oblige le personnel à réfléchir à ce qu'ils feraient dans ce scénario et peut parfois conduire à des discussions animées sur les meilleures pratiques. La technologie et les outils changent rapidement, donc cela peut être un excellent moyen pour s'assurer que vous êtes à jour.

Nous proposons par exemple ces hypothèses à différents niveaux:

- Que faire quand survient un événement météorologique catastrophique?
- Que faire quand on vous demande d'évacuer le studio?
- Que faire si vous êtes en train de travailler et qu'une alerte arrive?

La santé et la sécurité au travail sont des préoccupations majeures. Assurez vous que votre équipe a une formation adéquate s'ils se trouvent en zones dangereuses. En Australie, par exemple, les autorités d'incendie et d'urgence organisent des séances de formation pour les médias qui travaillent dans des zones d'incendie; les employés ne sont pas envoyés dans les zones de danger sans avoir terminé cette formation.

Les organismes de gestion des urgences organisent souvent des sessions de formation pour les médias pour former des journalistes - sur les dangers de se rendre dans un incendie, par exemple. Il peut être particulièrement important de participer à ces formations si seulement les journalistes accrédités par cette formation peuvent accéder à la zone pour couvrir l'information en zone de danger. (La formation en elle-même est une autre façon pour le journaliste de nouer des contacts au sein de l'organisation des secours et de commencer à bâtir la confiance.) Pour les organisations d'aide, la formation des personnes est particulièrement importante, car ils peuvent rester sur le terrain pendant de longues périodes de temps.

Enfin, ne négligez pas les nouveaux membres de l'équipe. Nous avons une politique d'introduction du personnel aux procédures de diffusion d'urgence dans les deux semaines de leur arrivé. Les urgences, malheureusement, n'attendent pas une session de formation annuelle!

## Communication interne

Il ne suffit pas d'avoir des voies rapides de communication avec les intervenants externes. Vous devez concevoir le flux de travail et un plan de communication pour le travail entre vous et vos collègues.

Quelques questions clés à considérer sont:

- Comment allez-vous communiquer ce que vous faites avec le reste de votre organisation?
- Qui est en charge de faire l'appel final sur ce qui sera partagé / publié / diffusé?
- Y a t-il un service payant qui doit être ouvert en cas d'urgence?
- Aurez-vous une section dédiée sur votre site?
- Qu'est-ce que votre équipe de support technique a besoin de savoir / faire? Votre équipe en charge du Web? Ceux qui gèrent les réseaux sociaux?

À ABC nous avons développé un rapport de situation qui est largement distribué à travers de notre système d'email quand il y a une situation d'urgence importante. Cela garantit que tout le monde a une idée de la menace et de la réponse de l'ABC et qui gèrera la situation d'urgence en interne.

Le "Sitrep" est un outil utile non seulement pour communiquer en interne, mais aussi pour être utilisé comme liste de contrôle pour les gestionnaires quand il y a un danger de paralysis à cause de la surcharge d'informations. [\[1\]](#)

Les listes de diffusion Email du personnel clé dans chaque region ont été mise en place et sont régulièrement entretenues pour assurer la facilité de la distribution. Vous pouvez également prendre en considération les listes de diffusion de SMS et d'autres façons de communiquer. (Nous utilisons Whispir, un outil e-mail / texte interne qui peut fournir des alertes d'urgence.)

Lors d'une urgence majeure, telle que les derniers feux de forets en Nouvelle-Galles du Sud (New South Wales), nous avons demandé au reste du réseau de ne pas appeler l'équipe couvrant l'urgence sur le terrain pour répondre à des interviews. Nous demandons également que les équipes en dehors de la zone touchée n'appellent pas les services d'urgence de sorte qu'ils ne soient pas surchargés. Parfois, nous assignons quelqu'un pour traiter en particulier les demandes provenant de l'extérieur afin que notre équipe puisse fournir de l'information d'urgence à la population qui se trouve sous la menace.

Quand il s'agit d'une vérification, l'élément clé à communiquer est comment le flux de travail pour combien de contenu et des informations seront recueillies, vérifiées, puis approuvés ou

refusés pour publication. Qui fait la vérification et qui examine ce travail? Comment assurez-vous que chaque contenu a été examiné par plusieurs personnes, tout en vous permettant de vous déplacer rapidement et d'obtenir des informations importantes?

## **Les émissions post-catastrophe**

Les organisations veulent toujours couvrir et répondre à une urgence au moment le plus fort de la catastrophe, mais les communautés touchées peuvent prendre plusieurs mois, voire des années, pour se rétablir. Les rédactions doivent prévoir d'être sur place à la suite de la catastrophe pour soutenir les communautés avec des informations qui peuvent être utiles. (Cela est moins problématique pour les organisations humanitaires qui ont mis cet aspect comme priorité.)

Être sur place à ce moment peut établir la confiance avec votre organisation. Une des plaintes les plus fréquentes des situations post-urgence c'est le sentiment d'abandon.

Vous devez également veiller au rétablissement de votre personnel. Un débriefing après l'urgence est essentiel pour permettre aux gens de se décharger et pour s'assurer que vous comprenez ce qui s'est passé afin d'améliorer votre service pour la prochaine fois. Il y aura une prochaine fois.

Les membres du personnel doivent également être contrôlés individuellement. Souvent, ces événements peuvent être traumatisants, et pas seulement pour ceux qui vont physiquement sur la zone sinistrée. Les membres du personnel peuvent avoir été touchés personnellement, avec des membres de leur famille en danger.

Après le samedi noir de 2009 lors feux de forêts à Victoria, en Australie, des nombreux membres de l'équipe ont déclaré se sentir impuissants après avoir reçu des nombreuses appels téléphoniques de gens désespérés prisonniers dans les zones d'incendie.

Des années après les inondations du Queensland de 2011, l'équipe qui a couvert la catastrophe a signalé des symptômes de stress post-traumatique.

Il est important que le personnel et les managers puissent reconnaître les symptômes de stress dans leur équipe et disposent des outils ou des ressources pour les aider à les gérer.

Vous pouvez couvrir une situation d'urgence sans planification, mais votre couverture sera plus efficace et moins stressante pour votre personnel si vous avez un plan. Développez des relations externes avec les intervenants, mettez en place des moyens de communication au sein de votre organisation et assurez le bien-être du personnel par la formation, offrant un soutien au cours et à travers la conduite de comptes rendus efficaces.

## **Conseil pour des organisations humanitaires**

Les organisations humanitaires doivent prendre en considération le public cible de

l'information. Visez-vous la source d'informations et la fournissez-vous à vos gens sur le terrain pour diriger leurs efforts? Donnez-vous des informations aux médias ou au gouvernement? Communiquez-vous directement avec le public en utilisant des réseaux sociaux?

N'oubliez pas que si ce n'est pas vous qui dites aux gens ce que fait votre organisation ... qui le dit? Quelqu'un d'autre pourra ne pas être précis. Assurez-vous qu'il n'y ai pas de vide d'information.

---

1. Pour plus d'information consultez Le « Checklist Manifesto » de Atul Gawande [\\_\\_\\_](#)

- [< Précédent](#) - [Suivant : Étude de cas 8.1: Comment NHK News a couvert, et appris, du tremblement de terre au Japon en 2011](#)

## Étude de cas 8.1: Comment NHK News a couvert, et appris, du tremblement de terre au Japon en 2011



**Takashi Ōtsuki** est chef adjoint du département de catastrophes au Centre météorologique de [NHK News](#), où il est en charge de la préparation aux catastrophes à grande échelle et de la planification de la couverture. Auparavant, il a travaillé dans les succursales régionales du département d'information de la ville et du département de télévision de la Ville, couvrant divers types de catastrophes naturelles, y compris l'éruption du Mont Oyama sur l'île de Miyake, du mont Usu dans la partie nord du Japon et du séisme d'Izmit 1999 en Turquie.

Au moment du tremblement de terre qui a frappé le Japon l'après-midi du 11 Mars 2011, NHK, seul radiodiffuseur public au Japon, diffusait un débat en direct sur sa chaîne principale.

L'Agence météorologique japonaise (JMA) a publié une alerte 30 secondes après que le séisme ai été détecté, et NHK a réagi en introduisant immédiatement un bandeau avec une carte (voir ci-dessous). Le bandeau affichait l'épicentre du tremblement de terre et indiquait les zones qui pourraient être atteints par le séisme; le graphique a également été accompagné par une alarme sonore. (L'AGC émet des alertes et des mises en garde sur les données de sismomètres placés dans tout le Japon.)

Une minute après l'alerte du JMA, toutes les émissions de télévision et des radios de la la NHK sont passées à la couverture en direct du tremblement de terre, et aux informations liés à l'alerte au tsunami.



NHK travaille en étroite collaboration avec l'AGC pour assurer un haut niveau de préparation aux catastrophes et la communication rapide lors des événements. NHK a mis en place un système qui permet de créer rapidement et automatiquement des produits d'information

graphique pour son personnel à l'antenne, et des formations tous les jours après minuit

lorsqu'aucun programme n'ai diffusé. Cette implication dans la préparation aux catastrophes signifiait que nous étions en mesure de nous déplacer rapidement pour faire immédiatement une couverture après que le séisme soit détecté.

La préparation aux catastrophes à NHK ne se fie pas uniquement sur les alertes du JMA. Nous exploitons et surveillons des images de 500 caméras robots mises en place dans les grandes villes, dans les zones côtières et autour des centrales nucléaires. Cela nous donne une quantité incroyable de séquences en direct en cas de catastrophe. Par exemple, pendant le tremblement de terre, une caméra a capté en image (ci-dessous) une vague de tsunami 30 minutes après que le séisme ait été détecté.



En outre, NHK a utilisé des images aériennes prises à partir d'hélicoptères pour montrer les effets du tremblement de terre et du tsunami. Cela nous a permis de diffuser en direct des images inoubliables d'un tsunami en train de raser des maisons à Sendai - seulement une heure après le séisme (voir

ci-dessous).

En 2014, nous aurons 15 hélicoptères stationnés à 12 emplacements à travers le Japon. Cela nous permettra d'atteindre, et de diffuser à partir de n'importe quel endroit du pays, en moins d'une heure.



NHK a également fait un effort pour étendre sa couverture des tremblements de terre aux différentes plates-formes. Les émissions de télévision et de radio en direct ont été diffusées en même temps en ligne sur des plateformes telles que Ustream et Niconico Live. Nous avons été submergés

de demandes de personnes qui cherchaient des informations sur les conditions de sécurité de leurs proches. Pour répondre à ces demandes massives, NHK a placé toutes les informations que nous avons sur [Google Person Finder](#), qui «aide les gens à renouer le contact avec des amis et des êtres chers à la suite de catastrophes naturelles et humanitaires.»

## S'adapter et s'améliorer

Après le séisme, la NHK a adapté son approche de couverture des catastrophes pour améliorer les zones de faiblesse et pour améliorer ce que nous faisons déjà. Voici cinq nouvelles initiatives que nous avons lancées:

1. Nous avons amélioré la couverture des catastrophes pour s'assurer qu'elles peuvent être comprises à la fois visuellement et auditivement. Notre diffusion de catastrophes précédentes montrent une approche indépendante, factuelle portée principalement sur la communication des détails d'un tremblement de terre (comme son épicentre, la hauteur attendu du tsunami, etc.). Aujourd'hui, un présentateur sera, en cas d'urgence majeure, en mesure de demander aux téléspectateurs d'évacuer, si nécessaire. Les présentateurs soulignent également la nécessité d'évacuer calmement, de façon d'éviter la panique. En outre, nous utilisons un symbole visuel qui peut apparaître quand il y a un appel à l'évacuation immédiate (voir ci-dessous). Cela garantit que les personnes ayant une déficience auditive reçoivent les informations essentielles.

東日本大震災クラスの巨大津波  
直ちに避難



2. Au début du tremblement de terre de 2011, de nombreux médias ont diffusé des informations à partir des communiqués de presse d'État et des entreprises d'énergie pour informer sur l'état des centrales nucléaires.

C'était en partie le résultat d'un accès limité aux centrales, et cela signifiait que nous n'avions pas pu vérifier de manière indépendante les informations. Afin de mieux nous préparer et de nous assurer que nous allons pouvoir présenter des informations officielles dans un contexte plus précis, nous formons maintenant les journalistes sur des sujets scientifiques et spécialisés. Nous cherchons aussi à présenter les opinions de plusieurs experts, et de fournir des prévisions de l'impact d'un tremblement de terre et des accidents des centrales nucléaires.

3. Les gens dans les zones sinistrées utilisent les réseaux sociaux pour se connecter avec des organismes de presse écrite et radio locales, et entre eux. Afin de s'assurer que nos journalistes utilisent les réseaux sociaux efficacement lors de la couverture d'une catastrophe, NHK a développé des nouvelles lignes directrices qui fournissent des protocoles pour faire face au contenu généré par l'utilisateur, telles que des notifications relatives au niveau de vérification que nous attribuons à une pièce donnée d'information. Les lignes directrices comprennent également des conseils sur la façon d'identifier des fausses informations.
4. NHK a développé sa propre plate-forme de contenu généré par l'utilisateur: NHK ScoopBox. La plate-forme rassemble les détails personnels et l'emplacement des personnes qui mettent en ligne le contenu, ce qui rend plus facile la tâche de contacter et de confirmer leur contenu directement. Quand une tornade a frappé la région de Kanto en Septembre 2013, ScoopBox nous a permis de vérifier la source et 14 contenus générés par l'utilisateur qui ont été utilisés dans les émissions nationales et locales.
5. Au lendemain du séisme, nous avons perdu les photos de plusieurs de nos caméras robot après des pannes de courant qui ont frappé les zones touchées par le tsunami. En raison de l'ampleur des dommages, ainsi que les restrictions de sécurité de

Fukushima, les équipes de NHK ont été incapables de recharger les caméras. Pour éviter cela à l'avenir, NHK a développé un système pour générer une énergie éolienne et de l'énergie solaire pour alimenter plus solidement dans les caméras robot. (Ci-dessous des images montrant une caméra NHK, et les panneaux solaires qui l'aident à se maintenir en fonctionnement.)



- [< Précédent](#) -  
[Suivant : Chapitre 9: Création d'un processus de vérification et d'une checklist](#)

## 9: Création d'un processus de vérification et d'une checklist



**Craig Silverman** est un journaliste entrepreneur et le fondateur et rédacteur en chef de [Regret the Error](#), un blog du Poynter Institute sur les erreurs des médias, la précision et la vérification. Il a également développé un [cours](#) sur la vérification à l'ère numérique pour la Poynter News University. Craig Silverman sert est directeur de contenu pour [Spundge](#), une plate-forme qui permet aux professionnels de développer et monétiser leur expertise grâce au contenu. Craig Silverman a précédemment aidé à lancer OpenFile, une plateforme d'actualités en ligne qui a livré de l'information locale dans six villes canadiennes. Il est l'auteur de "Regret The Error: How Media Mistakes Pollute the Press and Imperil Free Speech" (Regrettez l'erreur: Comment les erreurs des médias polluent la presse et mettent en péril la liberté d'expression), et son travail a été reconnu par le U.S. National Press Club, Mirror Awards, Crime Writers du Canada et le National Magazine Awards (Canada). Il tweets sous le nom [[@craigsilverman](#)](<https://twitter.com/CraigSilverman>).



**Rina Tsubaki** dirige et gère le "[Manuel de vérification](#)" et les initiatives de "[Journalisme d'urgence](#)" au sein du [Centre Européen de Journalisme](#) au Pays-bas. L'initiative «Journalisme d'urgence » rassemble des ressources pour les professionnels des médias, de rapports autour des situations volatiles à l'ère du numérique. Tsubaki a souvent parlé sur ces sujets lors d'événements, dont une réunion de l'ONU et le Festival International du Journalisme. Auparavant, elle a dirigé plusieurs projets axés sur le rôle des citoyens dans le paysage médiatique en pleine mutation, et en 2011 elle a été contributrice principale de [Internews Europe's report](#) sur le rôle de la communication lors du séisme au Japon de mars du 2011. Elle a également collaboré au Hokkaido Shimbun, un journal quotidien régional au Japon. Elle tweete sous le nom [[@wildflyingpanda](#)](<https://twitter.com/wildflyingpanda>).

## **Les bases de la vérification**

- Mettez un plan et des procédures en place pour la vérification avant que les catastrophes et les événements de crise ne se produisent.
- La vérification est un processus. Le chemin qui amène à la vérification peut varier en fonction de chaque fait.
- Vérifiez les sources et le contenu qu'elles fournissent.
- Ne jamais reproduire ou faire confiance aux sources bien qu'elles soient des témoins, des victimes ou des autorités. Les témoignages de première main peuvent être inexacts ou manipulés, alimentés par l'émotion, par une mémoire défectueuse ou par une perspective limitée.
- Défiez les sources en leur demandant «Comment savez-vous cela?» et « Par quel autre moyen peut-on le savoir? »
- Recoupez l'information avec d'autres sources crédibles, y compris des documentations telles que des photos et des enregistrements audio / vidéo.

- Demandez-vous, « En sais-je assez pour pouvoir le vérifier? » Êtes-vous assez bien informé sur des sujets aux aspects complexes liés à la diversité culturelle, ethnique, religieuse?
- Collaborez avec d'autres membres de votre équipe et des experts; ne travaillez pas en solitaire.

## **Vérification du contenu généré par l'utilisateur**

- Partez de l'hypothèse que le contenu est inexact ou a été repris, coupé, dupliqué et/ou re-diffusé avec un contexte différent.
- Suivez les étapes suivantes lors de la vérification UGC:
  - Identifier et vérifier la source originale et le contenu (y compris l'emplacement, la date et l'heure approximative).
  - Recoupez et contredisez la source.
  - Obtenir la permission de l'auteur/auteurs pour utiliser le contenu (photos, vidéos, audio).
- Toujours recueillir des informations sur les personnes qui ont mis en ligne la vidéo en question, et vérifier autant que possible avant de la contacter et de lui demander directement si elle est en effet une victime, témoin ou créatrice du contenu.

## **1. Identifier et vérifier la source originale et le contenu (y compris l'emplacement, la date et l'heure approximative).**

### ***Origine***

La première étape de la vérification du UGC est d'identifier le contenu d'origine, que ce soit un tweet, une image, une vidéo, un message texte, etc. Quelques questions pour commencer:

- Pouvez-vous trouver des messages ou de contenu identique ou similaire ailleurs en ligne?
- Quand la première version du contenu a-t-elle été mise en ligne / Filmée / partagée?
- Pouvez-vous identifier l'emplacement? A-t-elle été géolocalisée?
- Y—at-il des sites liés au contenu?
- Pouvez-vous identifier la personne qui a partagé / mis en ligne l'UGC, et la contacter pour plus d'informations? (Voir la section « Source » ci-dessous.)

Pour la vérification d'images:

- Lorsque vous travaillez avec des images et des vidéos, utilisez Google Image Search ou TinEye pour effectuer une recherche inversée de la vignette de l'image/vidéo. Si

plusieurs liens vers la même image apparaissent, cliquez sur "Voir d'autres tailles" pour trouver la plus haute résolution/taille, qui est généralement l'image d'origine.

- Vérifiez si l'image a des données EXIF (métadonnées). Utilisez un logiciel comme Photoshop ou d'autres outils gratuits tels que Fotoforensics.com ou Findexif.com pour afficher des informations sur le modèle de la caméra, l'horodatage de l'image (attention: les données pourraient être configurés par défaut selon les paramètres du fabricant), et les dimensions de l'image originale.
- Les réseaux sociaux comme Twitter, Facebook et Instagram nettoient la plupart des métadonnées. Flickr est une exception. Au lieu de cela, essayez Geofeedia et Ban.jo pour identifier les données GPS de l'appareil mobile depuis lequel on a mise en ligne l'image.

Pour vérifier l'origine de la vidéo:

- Utilisez les acronymes, les noms de lieux et d'autres pronoms pour une bonne recherche par mot clé sur les plates-formes de partage de vidéos tels que YouTube, Vimeo et Youku.
- Utilisez Google Translate lorsqu'il s'agit de contenu dans une langue étrangère.
- Filtrez par date pour trouver les premières vidéos correspondant aux mots-clés.
- Utilisez Google Image Search ou TinEye pour effectuer une recherche inverse des vignettes vidéo.

## **Source**

Une fois le contenu original identifié, recueillez des informations sur l'auteur/créateur du contenu. L'objectif est de confirmer si la personne derrière le compte est une source fiable. Examinez l'empreinte numérique de la personne en posant ces questions:

- Pouvez-vous confirmer l'identité de la personne et la contacter?
- Êtes-vous familier de ce compte? Son contenu et ses informations ont-elles été fiables dans le passé?
- Vérifiez l'historique de la personne sur les réseaux sociaux:
  - De quelle manière est-elle active sur son compte? Quel type d'information partage-t-elle?
  - Quelles informations biographiques sont évidentes sur son compte? Existe t-il un lien vers un site?
  - Quel type de contenu a-t-elle mis en ligne précédemment?
  - Où est basée la personne, à en juger par l'historique du compte?
- Vérifiez avec qui est la personne connecté sur le réseau social:
  - Qui sont ses amis et contacts?
  - Qui suit-elle?
  - Avec qui interagit-elle?
  - Est-elle listée par quelqu'un?

- Essayez de trouver d'autres comptes associés avec le même nom/nom d'utilisateur sur d'autres réseaux sociaux afin de trouver plus d'informations:
  - Si vous trouvez un vrai nom, utilisez les outils de recherche de personnes (Spokeo, Pages Blanches, Pipl.com, WebMii) pour trouver l'adresse, courriel et numéro de téléphone de la personne.
  - Vérifiez d'autres réseaux sociaux, tels que LinkedIn, pour connaître les antécédents professionnels de la personne.
- Vérifiez si un compte Twitter ou Facebook Vérifié est effectivement vérifiée en survolant sur le check/coche bleu. Si le compte est vérifié par Twitter ou Facebook, un popup montrera "Compte Vérifié" ou « Page vérifié. »

Lorsque vous êtes en train de vérifier des images et des vidéos, adoptez le point de vue de la personne qui a pris les images. (Ce réflexe peut être aussi utile pour vérifier une information écrite.) Posez-vous ces questions sur la source pour vérifier sa crédibilité:

- Qui est-elle?
- Où est-elle?
- Quand est-elle arrivée?
- Que pouvait-elle voir (et qu'est-ce que la vidéo/image montre)?
- Pourquoi est-elle là??

Connectez son activité à d'autres comptes en ligne qu'elle entretient en tenant compte:

- Après une recherche Twitter ou Facebook pour trouver le code vidéo unique - les comptes sont-ils affiliés ?
- Y a-t-il d'autres comptes - Google Plus, un blog ou un site web - mentionnés sur le profil vidéo ou liés d'une autre manière au compte de la personne qui a mis en ligne le contenu?
- Quels renseignements sur des comptes affiliés indiquent des informations relatives à l'emplacement, l'activité, la fiabilité, la partialité ou l'agenda de l'utilisateur?
- Combien de temps ont été ces comptes actifs? Comment sont-ils actifs? (Il est probable que le plus long et plus actif, le plus fiable, ils soient.)
- Quels sont les comptes des réseaux auxquels ils sont liés, que nous apprennent ils sur l'utilisateur?
- Peut-on trouver des informations sur Whois pour un site affilié?
- La personne se trouve-t-elle sur les annuaires téléphoniques locaux, sur Spokeo, Pipl.com, WebMii ou LinkedIn?
- Indiquent leurs cercles sociaux en ligne qu'ils étaient proches de cette événement / emplacement?

**Contenu**

**Date**

Vérifiez la date et l'heure approximative, en particulier lorsqu'il s'agit de photos/vidéos:

- Vérifiez les informations météo du jour et du lieu où l'événement s'est produit. Les conditions météorologiques coïncident-elles avec les prévisions météorologiques (locales) avec le contenu et des contenus similaires couvrant le même événement? Utilisez Wolfram Alpha pour effectuer une recherche (par exemple, «Quel temps faisait-il à Londres, en Angleterre, le 20 Janvier 2014?»).
- Cherchez de nouvelles sources pour des informations sur les événements de cette journée.
- Vérifiez s'il existe des contenus précédents du même événement à travers de la recherche d'images (YouTube, Google, TinEye, etc.), il faut prendre en compte que YouTube date les vidéos avec l'heure L'heure du Pacifique à partir du moment quand la mise en ligne commence.)
- Pour des images et des vidéos, regardez (et écoutez) des éléments d'identification qui puissent indiquer la date/heure, tels que des horloges, des écrans de télévision, des pages de journaux, etc..

## Emplacement

Un autre aspect essentiel de la vérification est d'identifier l'emplacement du contenu:

- Est-ce que le contenu comprend des informations de géolocalisation automatique? (Services tels que Flickr, Picasa et Twitter offrent la possibilité de géolocaliser le contenu. Cependant cette géolocalisation peut contenir des erreurs.)
- Trouver des points de référence à comparer avec les images par satellite et avec des photographies géolocalisées, comme:
  - Plaques ou pancartes sur les bâtiments, les panneaux de signalisation, des plaques d'immatriculation de voiture, les panneaux d'affichage, etc. Utilisez Google Translate ou free.orc.com pour la traduction en ligne.
  - Caractéristiques des rues et des paysages tels que la hauteur d'une montagne, une ligne d'arbres, falaises, rivières, etc.
  - Monuments et bâtiments tels que des églises, des minarets, stades, ponts, etc.
    - Utilisez Google Street View ou Google Maps pour vérifier si des photos géolocalisées correspondent au même emplacement de l'image/vidéo.
    - Utilisez Wikimapia, la version crowdsourcing de Google Maps, pour identifier les points de repère.
  - Les conditions météorologiques telles que la lumière du soleil ou les ombres peuvent aider à trouver le temps approximatif de la journée. Utilisez Wolfram Alpha pour rechercher des rapports météorologiques au moment et le lieu précis de l'évènement.
  - Plaques d'immatriculation sur les véhicules
  - Vêtements et type d'habits

### *Pour les vidéos:*

- Examinez la langue parlée dans la vidéo. Vérifiez si les accents et les dialectes correspondent à l'emplacement géographique. Méfiez-vous de Google Translate pour la traduction exacte. Demandez de l'aide à ceux qui parlent la langue.
- Les descriptions de la vidéo sont-elles cohérentes surtout avec un emplacement spécifique?
- Sont les vidéos datées?
- Le compte qui a mis en ligne la vidéo possède-t-il un logo, le même logo que la vidéo? l'avatar sur le compte YouTube ou Vimeo?
- L'utilisateur a-t-il repris des vidéos à des organisations de presse et à autres comptes YouTube, ou a-t-il mis en ligne uniquement du contenu original?
- Est-ce que la façon d'écrire de l'utilisateur en argot ou en dialecte, coïncide avec la narration de la vidéo?
- Les vidéos de ce compte sont-elles d'une qualité constante? (Sur YouTube aller sur Paramètres, puis sur la qualité pour déterminer la meilleure qualité disponible.)
- La vidéo a-t-elle des extensions de fichier tels que AVI ou MP4 dans le titre ? Cela peut indiquer que la vidéo a été téléchargée directement à partir d'un appareil.
- Est-ce que la description d'une vidéo YouTube est: "Posté sur YouTube Capture"? Cela peut indiquer que la vidéo a été filmée avec un smartphone.

## **2. Trianguler et contredire la source**

Une fois que vous êtes-passé par les étapes précédentes, demandez-vous:

- Correspond le contenu avec le contexte dans lequel il a été filmé?
- Voyez vous quelque chose qui à l'air de ne pas être à sa place?
- Par rapport aux réponses de la source, trouvez vous un détail ou réponse qui ne vas pas?
- Les médias ont-ils diffusé des images ou vidéos similaires?
- Trouvez-vous sur le site Snopes quelque chose lié à votre sujet de vérification?
- Existe-t-il quelque chose de mal ajusté ou trop beau pour être vrai?

Lorsque vous entrez en contact avec la source, posez des questions directes et croisez les réponses avec l'information que vous obtenez grâce à votre propre recherche. Assurez-vous que leurs réponses correspondent avec vos résultats.

### *Pour les images:*

- Lors de l'interrogatoire, reflétez ce que vous savez à partir des données EXIF et/ou des informations de géolocalisation à travers des outils tels que Google Street View et Google Maps.
- Demandez-leur de vous envoyer d'autres images supplémentaires qui ont été prises avant et après l'image en question.

- Si l'image a été prise à un endroit dangereux, vérifiez toujours si la personne n'est pas mise en danger par le fait de vous parler.

*Pour les vidéos:*

- Si vous avez des doutes sur la construction de la vidéo, des logiciels d'édition des vidéos tels que VLC media player (gratuit), Avidemux (gratuit) ou Vegas Pro (sous licence), peuvent vous permettre de regarder les vidéos en les coupant image par image.

### **3. Obtenir la permission de l'auteur/auteurs d'utiliser le contenu**

Les lois de Copyright varient d'un pays à l'autre, et les termes de conditions diffèrent d'un service à un autre. Obtenir la permission d'utiliser des images, des vidéos et d'autres contenus est essentielle.

Lorsque vous demandez la permission:

1. Soyez clair sur quelle image/vidéo vous souhaitez utiliser.
2. Expliquer comment elle sera utilisée.
3. Clarifiez la façon dont la personne souhaite être créditée. Veut-elle être créditée avec un vrai nom, un nom d'utilisateur ou anonymement?
4. Prenez en compte les conséquences de l'utilisation du contenu et/ou la publication du nom de la personne qui l'a prise. Est-il nécessaire de flouter les visages pour des raisons de confidentialité et de sécurité? Le créateur / uploader de la vidéo sera mis en danger si vous les créditez avec son vrai nom?

### **Planification pour la réussite de la vérification en cas de catastrophe et d'informations de dernière minute**

Voici quelques conseils pour créer un meilleur processus de vérification:

1. Construire et entretenir un réseau de sources fiables
  - Dressez une liste de sources fiables qui comprennent les premiers intervenants officiels et non officiels, des experts universitaires, des ONG, des bureaux gouvernementaux, etc. Rassemblez non seulement les comptes de réseaux sociaux, mais aussi les numéros de téléphone et courriels dans une base de données / feuille de calcul partagée.
  - Créez des listes Twitter organisées en groupes logiques autour de sujets ou de la situation géographique. Trouvez les sources fiables à travers une recherche avancée Twitter et en suivant les hashtags spécifiques. Vous pouvez également

utiliser les listes d'intérêt Facebook et des cercles Google Plus, abonnez vous à des chaînes YouTube et construisez des playlists.

- Ne traitez jamais ceux que vous rencontrez sur les réseaux sociaux comme sources seulement. Traitez-les comme des êtres humains et engagez-les dans le processus. Ils sont vos collègues.
- Dans la foule, il y a des sources fiables qui ont développé, soit professionnellement ou non, une expertise dans un domaine spécifique. Il y a aussi des sources spécialisées autour d'un emplacement physique spécifique.
- Construisez des relations de confiance sur les réseaux sociaux et rencontrez les gens en personne. Demandez-leur de recommander et / ou de vous aider à vérifier les sources. En interagissant avec eux, vous allez apprendre leurs forces, les faiblesses, les préjugés et d'autres facteurs.

2. Identifiez le rôle que vous/votre organisation allez jouer au moment indiqué, et sur les scénarios des possibles catastrophes.

- Identifiez votre rôle dans les communications en cas de catastrophe.
- Déterminez comment devriez-vous communiquer efficacement en cas d'urgence.
- Réfléchissez avec qui voulez-vous communiquer, quelles sont les informations utiles pour les groupes cibles, et quel genre de langage devez-vous utiliser pour mieux les conseiller.
- Structurez votre communication interne autant que vous structurez votre communication externe.

3. Formez, débriefez et soutenez les membres de votre équipe et vos collègues

- Établissez la boîte à outils, le flux de travail, les approbations et procédures de communication à utiliser en cas de catastrophe.
- Offrez de la formation autour de la situation en particulier pour ceux qui vivent dans des régions sensibles à des possibles catastrophes.
- Donnez au personnel la possibilité de participer à des programmes de formation en cas de catastrophe fournis par les services d'urgence.
- Préparez des scripts/messages spécifiques qui seront utilisés en cas de catastrophe.
- Planifiez des prises de nouvelles régulières avec les principales sources pour assurer la mise à jour du contact.
- Faites des comptes rendus avec l'équipe après la couverture, et ajustez vos plans d'urgence et les formations pour s'adapter aux nouveaux apprentissages.
- Ne pas sous-estimez la possibilité de «traumatisme» et de «stress» qui résulte de la couverture des crises. Fournissez du soutien en cas de besoin.

## Encadré 9.1: Évaluer et minimiser les risques lors de l'utilisation d'UGC



Comme commissaire des droits humains à la chaîne WITNESS, **Madeleine Bair** dirige une équipe de vérification des sources, et met en contexte des vidéos citoyennes qui dénoncent des abus des droits de l'homme dans le monde. Avant cela, elle a parcouru le monde pendant près d'une décennie comme journaliste pour la presse écrite, la radio et la presse multimédia. Ses articles ont été publiés dans le Washington Post, le San Francisco Chronicle et Orion, et ont été diffusés sur PRI, "Le Monde" et "POV."

Les photos et les vidéos qui émanent de régions du monde contre la répression et la violence politique, ou qui documentent des populations vulnérables, comportent des risques au-delà de la possibilité que le contenu ait été fabriqué ou manipulé. Dans ces situations, les individus derrière et devant la caméra peuvent faire face au risque d'arrestation, de harcèlement, à la torture ou la mort. Ce danger peut augmenter si les médias internationaux utilisent les images.

C'est le cas pour la révolution verte d'Iran du 2009, quand la [Garde révolutionnaire islamique](#) a utilisé des photos et des images vidéo fixes qu'ils ont trouvés en ligne pour cibler les manifestants et pour crowdsourcer leur identification, avec leurs actions, ce qui a fait frissonner la communauté militante.

L'exposition de l'identité [expose les personnes au risque de représailles par les autorités répressives](#), et peut également conduire à la stigmatisation sociale, avec des propres conséquences potentiellement graves. Tout comme les agences de presse se conforment aux normes de protection de la vie privée, les journalistes devraient tenir compte de ces mêmes normes lors de l'utilisation des vidéos qui exposent les personnes vulnérables, en particulier si elle semble avoir été prise sans leur clair consentement.

Par exemple, en 2013 les réseaux en ligne américains et les organisations de défense des droits ont signalé une tendance alarmante d'abus ciblant les jeunes LGBT en Russie. Beaucoup de leurs articles intégraient des photos et des vidéos prises par les responsables des abus aux victimes - une exposition qui [pourrait perpétuer la violence et la stigmatisation](#) contre ces victimes.

Les journalistes et les autres acteurs ne devraient pas censurer des vidéos prises par des militants qui prennent connaissance de cause des risques de se exprimer ou de documenter leur communauté. Cependant, les journalistes devraient prendre des mesures de base pour identifier et minimiser les dommages causés à ceux qui peuvent ne pas être conscients de ces risques ou qui n'ont pas la capacité de donner un consentement clair de son enregistrement. Dans les vidéos de Russie, il est clair que les victimes n'ont pas consenti au fait d'apparaître dans les séquences.

### **Évaluer préjudice potentiel**

D'abord, vous devez évaluer si une image ou une vidéo pourrait causer des dommages aux

personnes concernées. Les personnes sont-elle dans une zone dangereuse? Est-ce qu'elles risquent des représailles pour le partage de cette information, ou pour apparaître dans la vidéo? Pouvez-vous supposer que les personnes montrées dans l'image/vidéo ont consenti d'être filmées?

S'il y a un risque réel de préjudice, vous avez deux options:

1. Ne pas utiliser l'image/vidéo. Juste parce qu'elle existe ne signifie pas qu'elle devrait être partagée/diffusée/publiée. Nous pouvons couvrir le sujet par d'autres moyens, et l'utiliser comme information pour notre enquête.
2. Flouter les visages. Les télévisions floutent souvent les visages des personnes vulnérables quand ils diffusent leur image. Les photos peuvent être facilement modifiés. Pour les vidéos en ligne, vous pouvez re-télécharger la vidéo sur YouTube et utiliser sa fonction de flou du visage. [Expliquée ici](#), l'outil a été créé pour protéger l'identité des sujets vulnérables dans les vidéos, et peut être trouvé comme une «Fonctionne supplémentaire» lorsque vous cliquez sur l'outil vidéo « Améliorations pour éditer une vidéo ».

Un credo des codes standards d'éthique pour les journalistes, les intervenants de crise et travailleurs pour les droits de l'homme est de minimiser les dommages. Prendre le temps d'évaluer et de minimiser les dommages aux personnes lors de l'utilisation des médias citoyens est une façon de mettre ce credo en pratique pour le journalisme au 21 siècle.

- [< Précédent](#) - [Suivant : Encadré 9.2: Conseils pour faire face à l'imagerie traumatique](#)

## ncadré 9.2: Conseils pour faire face à l'imagerie traumatique



**Gavin Rees**, est un journaliste et réalisateur, directeur du [Dart Centre Europe](#). Le Centre Dart est un projet de l'École supérieure de journalisme de l'Université Columbia à New York et se consacre à la promotion d'approches éthiques et innovantes pour la couverture des traumatismes et de la violence. Avant cela, Gavin a été producteur d'information politique et économique pour des chaînes d'information américaines, britanniques et japonaises, et a travaillé sur la production de films documentaires et dramatiques pour la BBC, Channel 4 et pour des entreprises de cinéma indépendants. Gavin est aussi un chercheur invité à l'Université de Bournemouth et est membre du conseil d'administration de la Société européenne d'études sur le stress traumatique et la société britannique de traumatismes psychologiques.

Les images des zones de guerre, les scènes de crimes et des catastrophes naturelles sont souvent horribles et pénibles. Lorsque l'imagerie est traumatisante, les événements qui se passent loin peuvent agir comme s'ils s'infiltraient dans la tête de la personne. Les réactions négatives, comme le dégoût, l'anxiété et l'impuissance, ne sont pas inhabituelles pour les journalistes et les analystes légistes qui travaillent avec ce matériel.

Nous savons grâce à la recherche que les travailleurs des médias sont un groupe très résistant: l'exposition à des quantités limitées de l'imagerie traumatique n'est pas susceptible de causer plus que de la détresse dans la plupart des cas. Néanmoins, les dangers de ce que les psychologues appellent traumatisme secondaire ou d'autrui deviennent importante dans les situations où l'exposition est répétée. De même s'il y a un lien personnel avec les événements - si, par exemple, quelqu'un connu du journaliste est blessé.

Voici six conseils pratiques que les médias et les professionnels humanitaires peuvent suivre pour réduire la charge des traumatismes:

1. Comprendre ce à quoi vous avez affaire. La première ligne de tout moyen de défense est de connaître l'ennemi: pensez à l'imagerie traumatique comme à un rayonnement, une substance toxique qui a un effet dose-dépendance. Les journalistes et les humanitaires, comme les travailleurs du nucléaire, ont un travail à faire; en même temps, ils doivent prendre des mesures raisonnables pour minimiser l'exposition inutile.
2. **Éliminez des expositions répétitives dispensables.** Passez en revue vos procédures de tri et de marquage, et comment vous organisez les fichiers et dossiers numériques, entre autres procédures, pour réduire des visualisations inutiles. Lors de la vérification des images par des images de références croisées provenant de différentes sources, prendre des notes écrites des traits distinctifs peut aider à minimiser combien de fois vous devez vérifier à nouveau l'image originale.
3. **Essayez de régler l'environnement de visualisation.** La réduction de la taille de la fenêtre, et l'ajustement de la luminosité et de la résolution de l'écran, peut réduire l'impact perçu. Essayez de baisser le son quand vous pouvez - c'est souvent l'élément

le plus touchant.

4. **Expérimentez avec différentes façons de prendre de la distance au moment de visionner des images.** Certaines personnes considèrent que se concentrer sur certains détails, comme les vêtements au lieu des visages, peut aider. Envisagez de masquer temporairement certaines zones pénibles de l'image. Les réalisateurs des vidéos devraient éviter d'utiliser la fonction de lecture en boucle lors de l'analyse d'une image montrant le moment de la mort, ou penser à l'utiliser avec parcimonie.
5. **Prenez des pauses fréquentes** .Regardez quelque chose d'agréable, promenez-vous, étirez-vous ou cherchez le contact avec la nature (comme la verdure et de l'air frais, etc.). Tous ces éléments peuvent contribuer à atténuer les réactions de détresse du corps. En particulier, évitez de travailler avec les images bouleversantes juste avant d'aller dormir. cela pourrait remplir votre espace mental.
6. **Élaborez un plan délibéré de soin.** Il peut être tentant de travailler deux fois, trois fois, quatre fois plus dur sur une histoire ou un projet d'urgence. Il est cependant important de préserver un espace de respiration pour vous-même en dehors du travail. Les gens qui sont très résistants à un traumatisme sont souvent ceux qui font de l'exercice régulièrement, maintiennent des intérêts autour d'activités qu'ils aiment, et investissent du temps dans leurs relations sociales, comme réponse au stress liée à un traumatisme.

Quelques conseils supplémentaires pour les rédacteurs en chef et autres chefs d'équipe:

1. **Chaque membre d'une équipe doit être informé des réponses normales au traumatisme.** Les membres de l'équipe doivent comprendre que les personnes font face de différentes manières, à l'impact qui peut s'accumuler au fil du temps, et à la façon de reconnaître quand eux ou leurs collègues ont besoin de soins plus actifs.
2. **Avoir des lignes directrices claires sur la façon dont le matériel graphique est stocké et distribué.** Les flux RSS, des fichiers et des communications internes liés à l'imagerie traumatique doivent être clairement signalés et distribués uniquement à ceux qui ont besoin de ce matériel. Personne ne devrait être forcé à regarder des images vidéo qui ne seront jamais diffusés.
3. **Les questions environnementales.** Si possible, les lieux de travail qui traitent des images violentes devraient avoir des fenêtres avec vue sur l'extérieur; aménager l'intérieur avec des plantes et autres éléments naturels peut aussi aider.

- [< Précédent](#) - [Suivant : Chapitre 10: Outils de vérification](#)

## 10: Outils de vérification

### Verification de l'identité:

*Utilisez ces outils de vérification en ligne pour trouver les coordonnées et les profils des utilisateurs actifs sur les réseaux sociaux*

- [AnyWho](#): un annuaire des pages blanches gratuit avec une fonction inverse de consultation.
- [AllAreaCodes](#): permet aux utilisateurs de chercher n'importe quel nom et adresse figurant sur un numéro de téléphone. Le service est gratuit si le numéro est listé dans les Pages Blanches, et fournit des détails sur les numéros non listés pour un petit prix.
- [Facebook Graph Search](#): fournit une méthode simplifiée pour localiser des individus pour la vérification des informations. Les journalistes n'ont pas besoin de connaître le nom de la personne qu'ils cherchent; à la place, ils peuvent chercher en se basant sur d'autres critères connus tels que l'emplacement, la profession et l'âge.
- [GeoSocial Footprint](#): un site Web où l'on peut suivre la localisation et « l'empreinte » de l'utilisateur créée à partir des tweets localisés, check ins sociaux et des fonctions de géocodage.
- [Hoverme](#): est une extension de navigateur qui vous permet de voir rapidement le profil social de vos amis Twitter lorsque vous passez votre souris sur leur nom. Il fonctionne avec Chrome, Firefox et Internet Explorer. Le profil social comprend des informations de différents réseaux tels que Facebook, Delicious, Flickr, LinkedIn et YouTube.
- [Identify](#): ce plugin Firefox crée un profil d'identité sociale des individus à partir de n'importe quelle page.
- [Linkedin](#): à travers l'historique professionnel et les contacts, LinkedIn peut fournir des moyens supplémentaires pour suivre un individu et vérifier son identité ou sa biographie.
- [Muck Rack](#): répertorie des milliers de journalistes sur Twitter, Facebook, Tumblr, Quora, Google+, LinkedIn qui sont examinées par une équipe de rédacteurs de Muck rack.
- [Numberway](#): un annuaire des annuaires téléphoniques internationales.
- [Person Finder](#): une des banques de données les plus connus open source pour les personnes qui cherchent et communiquent sur le statut des personnes touchés par une catastrophe. Chaque fois qu'une catastrophe de grande ampleur se produit, l'équipe Google de crise met en place un outil de recherche des personnes.
- [Pipl.com](#): Recherches sur l'empreinte numérique d'un individu qui peut aider à identifier à travers de multiples comptes sociaux, documents publics et coordonnées.
- [Rapportive](#): ce plugin Gmail donne aux utilisateurs un profil sur leurs contacts, y compris les comptes sur le réseaux sociaux, l'emplacement, et l'emploi.
- [Spokeo](#): un moteur de recherche de personnes qui peut trouver des personnes par nom, email, téléphone ou nom d'utilisateur. Les résultats sont fusionnés en un profil

montrant sexe, âge, coordonnées, profession, l'éducation, l'état matrimonial, les antécédents familiaux, le profil économique et les photos.

- [WebMii](#): recherches des liens web qui correspondent avec le nom d'un individu, et peut également identifier des personnes non précisées par mot-clés. Il donne un score de visibilité sur le web qui peut être utilisée pour identifier des faux profils.
- [WHOIS](#): trouve les utilisateurs enregistrés sur un nom de domaine et les détails de la date d'enregistrement, l'emplacement et les coordonnées du titulaire ou de la personne assigné.

## Vérification de lieux:

*Une image est-elle une vraie représentation de ce qui se passe?*

- [Findexif.com](#): un autre outil qui peut être utilisé pour révéler des informations EXIF.
- [Foto Forensics](#): ce site utilise l'analyse du niveau d'erreur (ELA) pour indiquer des parties d'une image qui peuvent avoir été modifiées. ELA regarde les différences niveaux de qualité de l'image, en soulignant où des modifications peuvent avoir été réalisées.
- [Google Search by Image](#): en téléchargeant ou en entrant l'URL d'une image, les utilisateurs peuvent trouver du contenu tel que des images connexes ou similaires, les sites Web et autres pages en utilisant l'image spécifique.
- [Jeffrey's Exif Viewer](#): un outil en ligne qui révèle de l'information (EXIF) d'une photo numérique, qui comprend la date et l'heure, réglages de l'appareil et, dans certains cas de la localisation GPS.
- [JPEGsnoop](#): application gratuite seulement pour Windows qui peut détecter si une image a été éditée. Elle peut ouvrir AVI, DNG, PDF, THM et les fichiers JPEG intégrés. Elle récupère également des métadonnées, y compris: la date, le type d'appareil, les réglages de l'objectif, etc.
- [TinEye](#): un moteur de recherche d'image inversé qui relie les images à leurs créateurs en permettant aux utilisateurs de savoir où a été une image prise, comment est-elle utilisé, si des versions modifiées existent et si il y a des copies de meilleure résolution.

## Autres outils utiles

- [AIDR platform](#): utilise la surveillance humaine et informatique pour éliminer les rumeurs sur Twitter.
- [Ban.jo](#): agrège tous les réseaux sociaux dans une plate-forme permettant de contre-vérifier des images et des événements par rapport à d'autres similaires.
- [Geofeedia](#): Permet à un utilisateur de rechercher et de surveiller le contenu des réseaux sociaux par emplacement. En sélectionnant un emplacement, les personnes sur Twitter, Flickr, Youtube, Picasa et Instagram publiant de contenu dans une même zone sont rassemblés en temps réel. Geofeedia peut aider dans le processus de

vérification, a travers de l'analyse croisé des publications qui partagent une même localisation.

- [HuriSearch](#): vous permet de rechercher du contenu sur plus de 5000 sites liées aux droits de l'homme pour trouver des sources vérifiables.
- [InformaCam](#): l'application relève le défi de vérification en exploitant des métadonnées pour révéler la date, l'heure et l'emplacement des photos ou des vidéos. Les utilisateurs peuvent envoyer leurs fichiers multimédias, et leurs métadonnées, à des tiers en utilisant les signatures numériques, le chiffrement PGP (TOR) et des serveurs sécurisés.
- [PeopleBrowsr](#): PeopleBrowsr est une plateforme et un outil d'agrégation de réseaux sociaux. On peut filtrer des informations par emplacement et par heure
- [SearchSystems.net](#): annuaire international d'archives publiques gratuites.
- [Snopes.com](#): Snopes est un site Web anglophone créé dans le but de limiter la propagation des canulars informatiques (hoax) et des fausses rumeurs circulant sur Internet.
- [Verily platform](#): c'est une plate-forme collaborative permettant de vérifier la véracité des photos prises relayés sur les réseaux sociaux.
- [YouTube Face Blur](#): Développé pour préserver l'anonymat des personnes qui apparaissent dans les vidéos dans des situations à haut risque, cet outil permet aux utilisateurs de flouter les visages des personnes qui apparaissent dans les vidéos. Pour l'utiliser, lorsque vous téléchargez une vidéo sur YouTube, allez sur Améliorations, puis « effets spéciaux ». Là, vous pouvez choisir de flouter tous les visages de la vidéo. ■

- < [Précédent](#) - [Suivant : Appendix "Visualiser la Justice"](#)

# **Annexe: "VISUALISER LA JUSTICE: un guide de terrain pour l'amélioration de la valeur de la vidéo comme preuve pour les droits de l'homme"**

Comme nous l'avons vu dans les études de cas et des histoires de ce précieux guide, le contenu généré par l'utilisateur peut contribuer à attirer l'attention sur les abus des droits de l'homme, s'il s'agit de contenu vérifiable. De nombreux caméramans et militants veulent que leurs vidéos soient reconnues et utilisées. Ils ont l'espoir sous-jacent qu'exposer les vidéos présentant des abus peut aider à apporter la justice. Malheureusement, la qualité des vidéos des citoyens est rarement assez bonne pour être utilisé comme preuve devant un tribunal.

Avec de légères améliorations, les images que les réalisateurs des vidéos citoyennes et les militants produisent souvent au péril de leur vie pourraient faire bien plus qu'exposer l'injustice: servir de preuve dans les procédures pénales et civiles. Le guide "Visualiser la Justice: un guide de terrain pour l'amélioration de la valeur de la vidéo comme preuve pour les droits de l'homme" est destiné à servir de manuel de référence pour les témoins citoyens et militants des droits humains qui cherchent à utiliser la vidéo, non seulement pour documenter les abus, mais aussi avec l'objectif final ambitieux d'amener les coupables en justice.

## **Pourquoi un guide de terrain?**

Lorsque la manipulation d'une image est simple, qu'il est facile de fournir un faux contexte, il ne suffit plus simplement de filmer et de partager pour dénoncer les injustices. Les militants qui espèrent que leurs vidéos soient utilisées non seulement par les journalistes mais aussi par les enquêteurs et les tribunaux doivent répondre à la question que pose le manuel: cette vidéo peut-elle être vérifiée? Le lieu, la date de la vidéo sont-ils clairs? A-t-elle été altérée ou modifiée? Ils doivent également envisager d'autres questions plus pertinentes pour le système judiciaire: la séquence en question est-elle en lien avec un crime contre les droits de l'homme? Sa provenance peut-elle être prouvée? Son utilité pour assurer la justice dépasse-t-elle son potentiel de nuire à la justice?

## **À qui s'adresse-t-il?**

Les destinataires principaux du guide sont les personnes travaillant dans des domaines où pourraient être filmées des violations des droits de l'homme: des journalistes citoyens, des militants, des journalistes communautaires ou des spécialistes des droits de l'homme. Certains d'entre eux sont peut-être déjà en train de filmer ce type d'abus dans le cadre de leur travail et pourraient les utiliser pour améliorer la valeur des vidéos qu'ils créent en tant que preuves. D'autres sont peut-être en train d'enquêter sur des violations des droits humains par des moyens traditionnels, mais souhaitent utiliser ce type de vidéos pour améliorer la collecte de leurs preuves.

Le guide "Visualiser la Justice", produit par WITNESS avec d'autres professionnels des droits de l'homme, couvrira:

- Le rôle de la vidéo dans le processus de justice pénale

- Les techniques pour filmer des vidéos en renforçant leur valeur comme preuve
- Comment donner la priorité au contenu à filmer
- La gestion des médias pour préserver la chaîne de contrôle
- Des études de cas illustrant comment des vidéos ont été utilisées dans les milieux judiciaires

## **Le journalisme et la justice**

De la même manière que ce « Guide de la vérification » fournit des moyens innovants aux journalistes humanitaires pour analyser des vidéos citoyennes, le « Guide de terrain pour l'amélioration de la valeur de la vidéo comme preuve pour les droits de l'homme », traitera la même problématique du point de vue opposé, en fournissant également des méthodes aux producteurs pour que leurs vidéos soient aussi utiles que possibles dans la dénonciation de violations des droits de l'homme et qu'elles puissent servir davantage à la justice. Collectivement, ces deux aspects assureront que plus de caméras à disposition de plus de personnes conduiront à un meilleur journalisme et une plus grande justice.

### **Pour plus d'information**

Pour recevoir les dernières informations à propos de ce guide, ajoutez le site web de WITNESS à vos signets: [www.witness.org](http://www.witness.org).

- [< Précédent](#) - [Suivant : Chapitre 1: Quand une actualité urgente émerge](#)