



Doniblog - Benbere

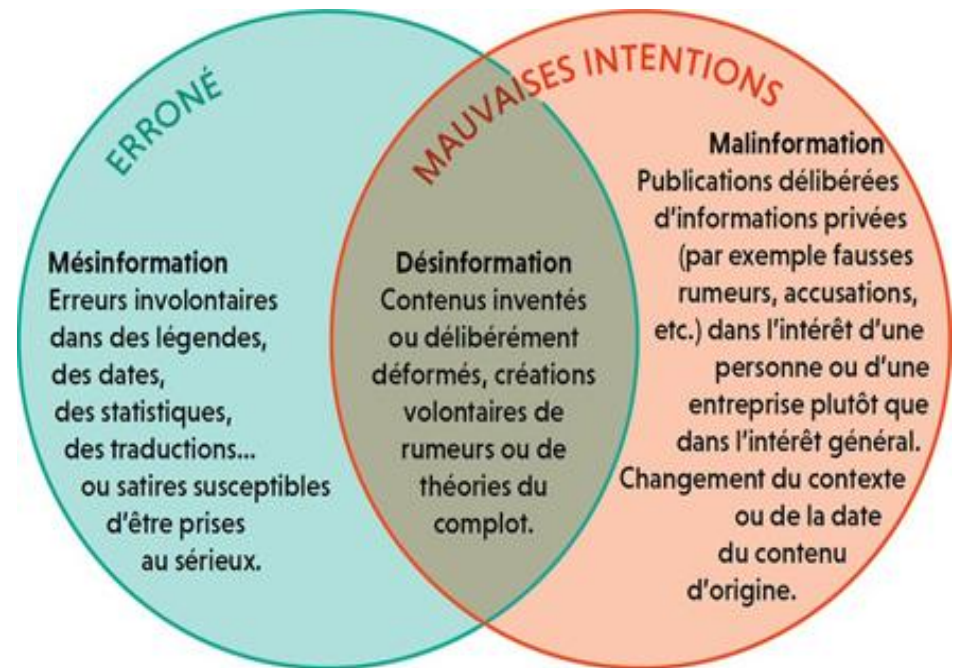
La Désinformation au Mali

09 décembre 2022



Présentation

1. Ampleur du phénomène de désinformation
2. Enjeux du phénomène
3. Acteurs du phénomène
4. Conséquences du phénomène
5. Travail de chacun des quatre organisations et individus bénéficiaires sur la désinformation
6. Défis actuels





Ampleur du phénomène de désinformation au Mali

La désinformation atteint toute la population malienne, urbaine, semi-urbaine et rurale. Elle se propage principalement avec les réseaux sociaux et s'amplifie dans certaines localités à travers les radios communautaires. Le réseau social WhatsApp est très utilisé par la population rurale du fait de son accessibilité et de sa faible consommation en Données Data (Forfait internet).

WhatsApp est aujourd'hui, le maillon important du cycle de vie d'une fausse information. En effet des informations fabriquées et non vérifiées y circulent et dans les langues locales.



Enjeux politiques

D'après une étude, de VisiBrain (plateforme de veille du web et des réseaux sociaux), la politique est le deuxième domaine le plus touché par les fakeNews après le domaine de la santé.

Au Mali, nous ne disposons pas pour le moment de données similaires, néanmoins, on remarque que les questions politiques/sécuritaires sont très touchées par les FakeNews.

Le Mali a été victime des campagnes de désinformation pilotées depuis des pays étrangers. Certaines de ces campagnes avaient pour but de discréditer les actions des forces militaires internationales notamment, Barkhane et la Minusma. Ces actions ont influé sur le contexte sécuritaire difficile et mis en lumière la méconnaissance des mécanismes/textes et traités qui lient le Mali de ces entités



Enjeux Economiques

Engranger la masse sur les réseaux sociaux est un moyen de posséder une grande audience qui est ensuite revendue aux annonceurs. (Publicité).

Des sites internet, pages Facebook, YouTube s'en donnent au "sensationnel" dans le but de faire le maximum d'audience. Une audience qui offre de la notoriété, ouvre des portes pour accéder aux hommes politiques ou opérateurs économiques.



Acteurs de la Désinformation

Différenciation

selon leur nature :

- Acteurs institutionnels (étatiques, paraétatiques)
- acteurs économiques,
- acteurs politiques,
- citoyens
- organisations criminelles





Acteurs de la Désinformation

Selon leur provenance géographique :

- Acteurs étatiques, non étatiques nationaux, internationaux

Selon leur statut dans le champ médiatique :

- A côté des médias classiques (4^{ème} pouvoir):
- Bloggeurs, Vloggers, Vidéomen, plus ou moins structurés avec des statuts



Acteurs de la Désinformation

Acteurs internationaux

La communication sur les réseaux sociaux permet des actions de communication coordonnées et ciblées, de ce fait, plusieurs informations non fondées, sans sources ont ciblés le Mali et continuent de le faire.

Et la diaspora, très souvent issus d'une immigration irrégulière, s'emploient à dérouler un narratif fabriqués et sans aucune démarche scientifique. Ces jeunes, très souvent peu instruit deviennent des donneurs d'informations sur les réseaux. Ils se donnent la mission de vouloir éveiller les consciences en déroulant des explications sur des sujets qu'ils ne maîtrisent pas.



Acteurs du phénomène

Acteurs nationaux

Il s'agit là principalement des jeunes ou des organisations de jeunes détenteurs de pages Facebook ou des Groupes WhatsApp (certains plusieurs groupes WhatsApp formant une chaîne) qui font de la mésinformation et traduisent ces informations non fondées ramassées pour la plupart sur internet dans les langues nationales.

Il faut aussi noter que des journalistes, animateurs (dans les radios) du fait d'un manque de formations ou de professionnalisme reprennent à la radio, les informations partagées sur WhatsApp et pages Facebook.



Conséquences du phénomène

Les conséquences de la désinformation

Elles sont nombreuses. La désinformation pousse la population à des actions (manifestations de rue avec trouble à l'ordre public, affaiblir les institutions, instauration de la haine entre les communautés...). Ces actions peuvent parfois être violentes et le tout sur éléments qui ne sont pas factuels.

L'une des conséquences de la désinformation aussi c'est sur la démocratie avec des crises post-électorales. La perte de la crédibilité des médias et journalistes sérieux, le rejet des documents issus des travaux scientifiques.



Conséquences du phénomène

- Désorientation des populations affectées par la situation de crise
- Polarisation des discours politiques et du dialogue social
- Rumeurs et désinformations, la qualité et l'utilité des informations baissent
- L'exclusion et réduction de l'espace démocratique, aggravations des crises et conflits
- La méfiance vis-à-vis de l'Etat, de ses partenaires, et d'autres acteurs institutionnels
- L'espace démocratique se réduit et laisse place à l'autocensure
- Les discours de haine et de diffamation prennent le dessus



Ce que Doniblog fait contre la désinformation

Dans le cadre de sa composante « BenbereVerif », composé de spécialistes, Doniblog utilise une approche globale pour la lutte contre la désinformation au Mali.

- Production d'articles en français publiés sur notre site internet ensuite relayé sur les réseaux sociaux (Facebook et Twitter)
- Production des vidéos en langues nationales publiés sur nos plate-forme (réseaux sociaux).
- Production de Podcasts publiés sur notre chaîne podcast pour permettre aux populations d'écouter directement nos vérifications.



Ce que Doniblog fait contre la désinformation

- Collaboration avec les radios qui traduisent nos Fact-Check dans les langues nationales (Peul, Bamanankan, Songhoi, Dogosso etc.)
- Utilisation d'un groupe WhatsApp et Facebook pour échanger directement avec les internautes.
- Production des vidéos expliquant comment nous vérifions les informations.
- Formation des hommes de médias et des utilisateurs des réseaux sociaux au FactCheking



En Résumé

- **Donner l'accès à une information** utile, équilibrée, factuelle, impartiale pour mieux prévenir
- **Produire l'information de façon endogène et en proximité**, diffusée de façon homogène, pour réduire la distance entre communauté, administré, bénéficiaire, élu et autorité nationale
- **Favoriser l'interactivité** pour une veille citoyenne de l'info par l'audience elle-même
- **Former et professionnaliser les journalistes** sur la question (Journalism «in Depth», formation à l'usage du Web, à la gestion des communautés Web, formation au Fact Checking)



Défis actuels

Poursuivre les efforts de tous les acteurs impliqués dans la lutte contre la désinformation par un soutien des partenaires techniques et financiers.

- Le clivage social dans l'accès à l'information :
 - La pauvreté et l'illettrisme de la majorité de la population (l'internet coûte cher, en comparaison à la radio)



Défis actuels

- Le monitoring de la désinformation est complexe, coûteux en ressources humaines, financières et en temps
- Asymétrie entre les moyens engagés pour « la lutte contre la désinformation » et ceux engagés pour l'accès à l'information
- Asymétrie de la responsabilité légale entre les acteurs des médias classiques et les autres acteurs



Défis actuels

- Asymétrie entre les moyens techniques, numériques des acteurs classiques des médias et des acteurs de la désinformation
- La dépendance financière des médias et journalistes
- Les gains élevés liés à la notoriété sur les plateformes
- La gestion publique de l'économie politique, numérique de l'information reste « embryonnaire »



COMMENT RECONNAÎTRE UN FAKE NEWS ?



L'identification d'une fausse information relève d'un travail journalistique. Mais aussi, de plus en plus les médias sociaux mettent en place des mécanismes pour lutter contre les Fake News. Plusieurs questions doivent ainsi être soulevées afin d'identifier la véracité d'une information.





LES DIFFERENTS TYPES DE FAKE NEWS

1- SATIRE OU PARODIE

Aucune mauvaise intention mais potentiellement trompeuse.

2- CONTENU TROMPEUR

Utilisation trompeuse de l'information pour desservir un service ou porter préjudice à un individu.

Noha Rahli
11 janvier, 21:11 · 
Texte via Eluwi Lussit 
Pr Cahill "Les vaccins tueront par tempête cytokinique"
Après quelques mois les anticorps de notre organisme peuvent s'attaquer à nos organes qui fabriquent des protéines virales grâce à l'ARNm des vaccins.... Afficher 

LE PROFESSEUR DOLORES CAHILL LANCE UNE ALERTE AU MONDE ENTIER. VIDÉO

 **PROFESSOR DOLORES CAHILL**
IREXIT

Il leur suffit d'arriver à injecter 20% de l'humanité (2,5 milliards) et le tour est joué.
Avec la technologie ARN, les humains contaminés par le pré-gène « vaccinal » deviendront **CONTAMINANTS** pour les autres (par les fluides corporels : salive, sang et sécrétions sexuelles).
Ce qui veut dire qu'à plus ou moins long terme, toute l'humanité sera contaminée par ce poison mortel ARN et les virus-particules (grâce aux échanges naturels que les humains ont entre eux).

VOICI POURQUOI LES GENS COMMENCERONT À MOURIR QUELQUES MOIS APRÈS LES PREMIÈRES «VACCINATIONS» ARNm !



LES DIFFERENTS TYPES DE FAKE NEWS

3- CONTENU FALLACIEUX

Utilisation de véritables sources d'information.

4- CONTENU FABRIQUÉ

Contenu dont la majeure partie de l'information est fausse, créé dans l'intention de tromper ou de faire du tort.



LES DIFFERENTS TYPES DE FAKE NEWS

5- LIENS ERRONÉS

Titres, visuels ou légendes ne corroborant pas le contenu.

6- FAUX CONTEXTE

Information authentique utilisée dans un contexte erroné

7- CONTENU MANIPULÉ

Information ou image vraie utilisée dans le but de nuire.



Vérification de vidéos truquées ou sortie de son contexte:

- **INVID,**
- **Youtube DataViewer**



Comment vérifier un lien de site internet potentiellement dangereux?

- **URLVOID**



6 comportements à avoir face à une rumeur

- **1- Douter de tous les contenus que nous recevons sur les réseaux sociaux. Lorsqu'on est face à un contenu qui n'est pas clair, il ne faut pas toute suite partager. Rester calme et partir du postulat que la photo, le texte et ou les images peuvent être faux.**



6 comportements face à une rumeur

2. Consulter toujours les comptes officiels des personnalités, des organisations lorsqu'un contenu leur est attribué. Croiser les infos. Voir avec des moteurs de recherche si d'autres médias évoquent le sujet;

3. Vérifier la photo ou les images avec la recherche inversée (Yandex, Google Images, Youtube Data Viewer, InVid) pour retrouver l'origine de la photo, voir si le cliché a déjà été publié sur Internet par le passé.



6 comportements face à une rumeur

4. Quand il s'agit des sites d'informations en consultant les rubriques « À propos » ou « mentions légales » pour voir s'il ne s'agit pas de canulars. Regarder la signature de l'article. Faire attention à l'orthographe. Vérifier la date;

5. Se méfier des messages chocs. Il ne faut pas se fier au nombre de partages pour dire que tel contenu est vrai. Le nombre de partages ne garantit pas la véracité d'une information;



6 comportements face à une rumeur

6. Sixième sens. Faire toujours usage du bon sens.

- Dans tous les cas, dans le doute, on ne partage pas



MERCI DE VOTRE ATTENTION