

La presse belge s'attaque aux "fake news"

■ Cela va bien au-delà de Donald Trump : les "fake news" constituent un véritable enjeu.

Face au flux d'informations grandissant, les citoyens se trouvent parfois dans l'incapacité de séparer le vrai du faux. Outre la montée en puissance des réseaux sociaux, de nombreux nouveaux acteurs ont vu le jour en marge des médias traditionnels. Mais une multiplication des sources n'est pas forcément synonyme d'une meilleure information pour le citoyen, de plus en plus confronté aux *fake news*.

"Les réseaux sociaux ont permis de toucher un très grand nombre de gens sans les filtres des médias traditionnels", explique Denis Pierrard, directeur général d'IPM. *"Le problème, c'est que des gens malintentionnés y ont vu un moyen de servir leur propre intérêt."*

C'est pour combattre les dérives des réseaux sociaux et la montée des *fake news* que LaPresse.be (l'Alliance des éditeurs de presse quotidienne francophone et germanophone) a décidé de lancer une grande campagne multimédia.

Cette action, qui débute ce lundi, vise avant tout à sensibiliser le public, et plus particulièrement les jeunes citoyens, à la fragilité de l'information, et à mettre en avant le rôle essentiel de la presse dans son traitement et sa

diffusion.

"Il est important de rappeler aux citoyens que les journalistes sont essentiels à une démocratie qui fonctionne et que la vérification faite par ces derniers garantit une plus grande véracité de l'information", insiste Denis Pierrard.

Une très large campagne

Cette campagne de promotion "*de grande envergure*" bénéficie d'une visibilité dans les éditions papier et les sites internet des médias concernés, mais aussi des spots en radio, en TV et en cinéma.

Pour la radio, par exemple, LaPresse.be s'est inspirée du principe du téléphone sans fil pour illustrer les déformations que rencontre une information à force d'être transmise d'une oreille à une autre. Tout ceci sera repris sur les réseaux sociaux, ainsi que dans les médias imprimés.

De nombreux médias soutiennent l'initiative de la Presse.be. La RTBF, RTL, les TV locales, le cinéma et des radios (Nostalgie) ont mis de l'espace à disposition de Lapresse.be pour passer la campagne, conscients de l'importance du sujet et de la nécessité d'une telle action. *"Nombre de personnalités politiques tentent de délivrer leurs messages désormais via les réseaux sociaux sans passer par les médias, évitant ainsi la vérification des journalistes qui est pourtant indispensable, regrette Denis Pierrard. Dans de tels cas, la presse ne peut plus jouer son rôle de contre-pouvoir."*

Marie Rigot

"Il est important de rappeler aux citoyens que les journalistes sont essentiels à une démocratie qui fonctionne."

Denis Pierrard

Directeur général d'IPM.