

Sudpresse lutte contre les fake news et la désinformation

Fake news, désinformation... Ces mots sont entrés dans le langage courant, utilisés pour désigner un phénomène devenu presque habituel. Alors que des milliards d'informations s'échangent chaque jour, comment faire le tri ? La presse quotidienne veut être la solution. Elle lance une grande campagne de sensibilisation sur son rôle « essentiel » dans le traitement et la diffusion des nouvelles, annonce LaPresse.be, l'Alliance des éditeurs de presse quotidienne francophone et germanophone.

L'information est précieuse et donc fragile, souligne la presse quotidienne. Pour l'illustrer, elle a choisi pour sa campagne un œuf, symbole de la fragilité, qui se casse en un rien de temps. La campagne de sensibilisation se décline en spots vidéo, radio et en affiches. Un fil rouge : la solution n'est autre que la presse, « l'info d'origine contrôlée ».

SIX FOIS PLUS VITE...

Dans les vidéos, des personnes se font face et se lancent des œufs, représentation de l'échange massif d'informa-

tions. « Une fake news se propage six fois plus vite qu'une information vraie », affirme ensuite le spot. Les œufs s'écrasent par terre, dans un chaos généralisé. L'affiche montre, elle, un œuf cassé avec la mention « Une fake news peut vous exploser en pleine figure ».

Enfin, en radio, une information est peu à peu déformée, de manière humoristique. La figure du président américain Donald Trump a été retenue, « car il personnifie la problématique des fake news ». Ainsi, l'information de base, « Trump est fâché, il va appuyer sur le bouton », se transforme pour devenir « Trump s'est lâché, il s'est fait un chignon » ou encore « Trump est cinglé, il finira en prison ».

Les participants à cette campagne, qui durera un mois, sont Sudpresse, L'Avenir, L'Echo, La Libre Belgique, Le Soir et La Dernière Heure. Outre les publications (quotidiens et magazines) et sites des éditeurs membres, cette campagne sera diffusée en radio et télévision par la RTBF, sur tous les médias de RTL Belgium, sur l'ensemble des télévisions locales et sur les trois radios de N-Group (Nostalgie, NRJ et Chérie FM). ●