



wearecid.org

GUIDE PRATIQUE de fact-checking pour les journalistes

“INFORMER”
à l’ère numérique



#MANEHOA



Financé par
l'Union européenne

sommaire

Quelques définitions - p3

Pourquoi ce guide ? - p.4

Section 1 : 6 signes qui doivent alerter - p.9

Section 2 : Seuls les faits peuvent être vérifiés - p.17

Section 3 : Prioriser ce qu'on vérifie - p.22

Section 4 : Les bases du fact-checking - p.27

Section 5 : La veille dans le quotidien journalistique - p.34

quelques définitions

Mésinformation : La mésinformation désigne une information fautive diffusée sans intention malveillante. Souvent, l'auteur partage la fautive information parce qu'il est convaincu qu'elle est vraie, sans avoir vérifié son exactitude, ou encore parce qu'il a mal compris / interprété une information et a relayé une information inexacte. La mésinformation peut également prendre la forme d'information auparavant exactes, mais aujourd'hui obsolètes, car le contexte dans lequel il est inscrit a évolué.

Désinformation : La désinformation est une information qui est fautive, et la personne qui la diffuse sait qu'elle est fautive. C'est un mensonge délibéré et intentionnel, créé et diffusé dans le but de tromper ou de manipuler. Contrairement à la mésinformation, où l'auteur n'a pas l'intention de nuire, la désinformation vise consciemment à induire en erreur ou à manipuler l'opinion publique.

Malinformation : La malinformation désigne une information vraie ou factuelle qui est délibérément utilisée, sortie de son contexte, ou manipulée pour causer du tort ou pour nuire à quelqu'un. La malinformation peut se baser sur un fait qui s'est réellement passé mais qui a été déformé pour induire une mauvaise interprétation ou créer une fautive perception de la réalité. La déformation d'une information avérée peut se traduire par exemple par une utilisation hors contexte, une

omission de certains éléments, ou une exagération des faits.

Propagande : Issu du latin *propagare*, qui signifie propager, répandre, il évoque la diffusion massive d'un message. La propagande est une stratégie de communication visant à orienter les pensées, les perceptions et les comportements des individus en faveur d'une cause, d'une idéologie et d'un intérêt particulier (exemple : sublimer une personnalité politique). La propagande structure et répète des récits jusqu'à ce qu'ils deviennent une norme sociale, influençant durablement les mentalités et les comportements. En tant que stratégie, la propagande peut s'appuyer sur un vaste réseau de manipulation d'information et mobiliser divers outils : médias de masse, réseaux sociaux, symboles, slogans et récits simplifiés, etc.

Théorie du complot : Les théories du complot renvoient à la croyance selon laquelle les événements sont secrètement manipulés en coulisses par des forces puissantes. À titre d'exemple, des personnes pourraient penser que l'industrie pharmaceutique cache des informations, ou qu'un gouvernement cache des faits sur une pandémie, ou que les données scientifiques indiquant que la terre est ronde sont fausses.

Fact-checking : ou vérification des faits, est une méthode qui consiste à vérifier l'exactitude d'une information en la confrontant à des sources fiables,

des données vérifiées ou des preuves concrètes. Il permet de distinguer le vrai du faux et de lutter contre les rumeurs, les intox et la désinformation.

5W : Les 5W sont cinq questions fondamentales utilisées en journalisme pour s'assurer qu'une information est complète, claire et structurée. Issues de l'anglais — Who (Qui), What (Quoi), Where (Où), When (Quand), Why (Pourquoi) — elles permettent de raconter un fait de manière rigoureuse en couvrant tous ses aspects essentiels.

Esprit critique : D'après Ennis*, l'esprit critique constitue un processus qui permet de juger de manière objective et informée. En d'autres termes, l'esprit critique est une capacité fondamentale qui consiste à analyser les informations de manière rationnelle et réfléchie. C'est la faculté de remettre en question ce qui est présenté comme vrai, en prenant du recul et en évitant de se laisser influencer par des émotions ou par des préjugés. Au lieu d'accepter aveuglément ce qui nous est dit ou lu, l'esprit critique nous pousse à examiner les éléments sous différents angles, à chercher des preuves solides et à analyser les motivations derrière l'information. C'est une démarche active, qui consiste à interroger les faits, à scruter les sources, et à remettre en question les récits qui nous sont présentés.

* « A Logical Basis for Measuring Critical Thinking Skills », Ennis, 1985, Educational Leadership, vol. 43, n° 2, p. 44-48.

INTRO

Pourquoi ce guide ?

“Aujourd’hui, tout le monde peut produire de l’information, mais tout le monde ne sait pas encore la vérifier.”

Dans un monde où chaque clic peut faire basculer une rumeur en vérité perçue, les journalistes ne sont plus seulement des transmetteurs de faits. Ils sont devenus, qu’ils le veuillent ou non, des filtres, voire des sentinelles de la fiabilité. En effet, à l’ère numérique, s’informer ne consiste plus uniquement à relayer ce que l’on voit ou entend, mais à questionner, vérifier et recadrer ce qui circule — parfois à toute vitesse.

Ce guide est né d’une conviction simple : le fact-checking n’est plus une spécialisation, c’est une compétence de base. Dans le contexte malgache, comme ailleurs, les journalistes sont confrontés à un flot incessant d’informations : déclarations politiques, vidéos virales, publications alarmistes, fake news, citations détournées, messages truqués. Et tout cela circule souvent plus vite que la vérité.

Le risque n’est plus seulement de publier une erreur. C’est de perdre la confiance du public, de nourrir malgré soi la confusion ou d’être instrumentalisé sans s’en rendre compte. Ce guide a été conçu avec le concours de l’équipe de vérification de faits de What The Fact, qui, chaque semaine, enquête, recoupe et démonte des fausses informations circulant sur Facebook à Madagascar.

Les conseils, les outils et les grilles présentés ici ne sont pas théoriques : ils sont directement issus de cas concrets traités par des journalistes de terrain, confrontés à la complexité des réseaux sociaux, des manipulations d’informations rencontrées et des récits viraux.

À travers ce guide, What The Fact partage non seulement son expertise, mais aussi ses méthodes et ses retours d’expérience, dans une logique de transmission entre pairs. Il s’agit d’un travail collaboratif, au service de tous les professionnels de l’information soucieux d’exercer leur métier avec rigueur.

Ainsi ce guide se positionne comme un outil de terrain, pour répondre à des besoins concrets :

- **Comment détecter rapidement une information douteuse ?**
- **Quelles questions se poser avant de publier ?**
- **Quels outils simples utiliser pour vérifier une vidéo, une photo, une citation ?**
- **Quand faut-il prioriser une vérification ?**
- **Comment réagir si l’on s’est trompé ?**

Il ne s’agit pas ici de reprendre l’ensemble des connaissances vues en formation, ni de fournir une encyclopédie du fact-checking. Ce guide a pour but d’accompagner tout professionnel des médias :

INTRO

Pourquoi ce guide ?

journalistes, journalistes en devenir, etc. dans leurs choix quotidiens d'information : ce qu'ils relayent, ce qu'ils interrogent, ce qu'ils corrigent.

UNE NOUVELLE RESPONSABILITÉ : DEVENIR DES SENTINELLES DE L'INFORMATION.

La profession de journaliste est en pleine mutation. Jadis, les médias étaient les seules portes d'entrée de l'information dans l'espace public. Aujourd'hui, chacun est potentiellement une source, un relai, un producteur de contenu. Les citoyens filment, commentent, dénoncent, argumentent. Parfois, avec pertinence. D'autres fois, avec des intentions douteuses.

Dans ce contexte, la frontière entre information et désinformation devient floue. Les fausses nouvelles ne sont pas toujours évidentes. Elles peuvent être subtiles, visuellement crédibles, émotionnellement puissantes. Elles peuvent circuler sans intention de nuire, ou au contraire être conçues pour manipuler. Le recoupement de l'information est un des piliers du métier de journalistes. Néanmoins, dans un contexte où l'intelligence artificielle et les outils de manipulation de contenus sont démocratisés, cette compétence doit être plus que jamais renforcée. "Informer" aujourd'hui

prend une toute nouvelle dimension c'est aussi :

- **détecter les manipulations visuelles,**
- **déjouer les récits trompeurs,**
- **distinguer la simple erreur de la stratégie délibérée,**
- **faire preuve de vigilance, même envers des sources dites "officielles".**

Le journaliste d'aujourd'hui se voit attribuer une mission nouvelle, celle de protéger l'espace public des déformations du réel. Devenir une sentinelle informationnelle, ce n'est pas devenir un juge, ni un censeur. C'est adopter une posture de veille, de rigueur, de recul. C'est avoir l'humilité de dire : "je ne publie pas ce que je ne peux pas vérifier".

LE FACT-CHECKING : UNE COMPÉTENCE STRATÉGIQUE, PAS UN GADGET TECHNIQUE

Beaucoup imaginent encore que le fact-checking, est un peu comme "le travail des spécialistes", ou des "petites vérifications à côté du vrai journalisme". C'est une erreur. Le fact-checking est une méthode, une attitude, un filtre permanent. C'est ce qui distingue un journaliste professionnel d'un simple relai d'informations. Il ne s'agit pas d'être parfait. Il s'agit d'être responsable.

INTRO

Pourquoi ce guide ?

Aujourd'hui, une déclaration politique n'est pas seulement rapportée : elle est souvent sortie de son contexte, transformée en meme, commentée, remixée. Une image peut être truquée par une intelligence artificielle en quelques secondes. Une vidéo peut être sortie d'une autre époque et pourtant faire croire à un événement récent.

Dans cet environnement, le fact-checking devient stratégique pour :

- **protéger la crédibilité d'un média ou d'un journaliste**
- **renforcer la confiance du public dans une époque de scepticisme,**
- **éviter de tomber dans des pièges de désinformation,**
- **démontrer que le journalisme est encore une activité d'utilité publique.**

Fact-checker ou vérifier, ce n'est pas "ralentir" l'information. C'est lui redonner du sens, du contexte, de la valeur. C'est éviter de nourrir la méfiance et les violences que les infox peuvent susciter.

Outil complémentaire à la autoformation en ligne sur le fact-checking, ce guide est conçu comme un compagnon de route, à utiliser au quotidien, en rédaction, sur le terrain ou lors du traitement de l'actualité. Il contient :

- **des réflexes à adopter pour détecter les infox dès les premiers signaux,**
- **des outils simples et accessibles pour vérifier les contenus numériques,**
- **des grilles de lecture pour distinguer faits, opinions et manipulations,**
- **des méthodes pour hiérarchiser ce qu'il faut fact-checker en priorité,**

“La primauté d'une information, c'est d'abord sa véracité. Pour cela, il est indispensable d'affiner ses méthodes, de renforcer ses techniques et de ne pas hésiter à se “recycler”. Le fact-checking est une exigence professionnelle à réactualiser en permanence”

**Rojo Ramiandrisoa,
Formateur en Communication
et Journalisme**

INTRO

Pourquoi ce guide ?

- **des conseils concrets de professionnels pour corriger sans nuire à votre crédibilité,**
- **des exemples tirés du terrain pour mieux illustrer les enjeux.**

Chaque partie est pensée pour être utilisable indépendamment : vous pouvez lire le guide dans l'ordre, ou picorer selon vos besoins.

UN ENGAGEMENT POUR UN JOURNALISME DE QUALITÉ

Enfin, ce guide est un appel. Un appel à considérer la vérification non pas comme une corvée, mais comme une marque d'honneur journalistique.

Vérifier, ce n'est pas douter de tout. C'est refuser de devenir complice d'une information douteuse. C'est défendre une pratique rigoureuse, honnête, imparfaite mais responsable. C'est comprendre que la confiance du public se gagne au prix de l'exigence, pas de la vitesse ou de l'émotion.

Dans un monde d'images trompeuses, de déclarations virales, de récits biaisés, le journaliste reste l'un des rares à pouvoir redonner du

sens à ce que nous voyons, lisons et croyons. Ce guide est une invitation à prendre ce rôle à bras-le-corps, avec des outils simples, des réflexes solides et une posture éthique.

“Même après 5 ans de formation en communication médiatique, à mon avis, il est toujours nécessaire de se former. Les réalités évoluent, les défis aussi. Le fact-checking fait partie des compétences qui méritent d'être renforcée pour mieux faire face au contexte actuel.”

Mamy Philippine Razafindrasata,
Journaliste

INTRO

Pourquoi ce guide ?



SCANNEZ MOI !

UN GUIDE COMPLÉMENTAIRE À L'AUTOFORMATION EN LIGNE SUR LE FACT-CHECKING

Le présent document est un outil de terrain, pratique et immédiatement mobilisable. Il vient compléter la formation en ligne au fact-checking accessible sur <https://formation.wearecid.mg>, un cours structuré en dix modules, pensé pour renforcer les capacités des journalistes, étudiants, formateurs, et acteurs de la société civile confrontés à la désinformation.

La formation en ligne propose une progression pédagogique complète, mêlant apports théoriques, études de cas, exercices pratiques et outils concrets. Elle permet de :

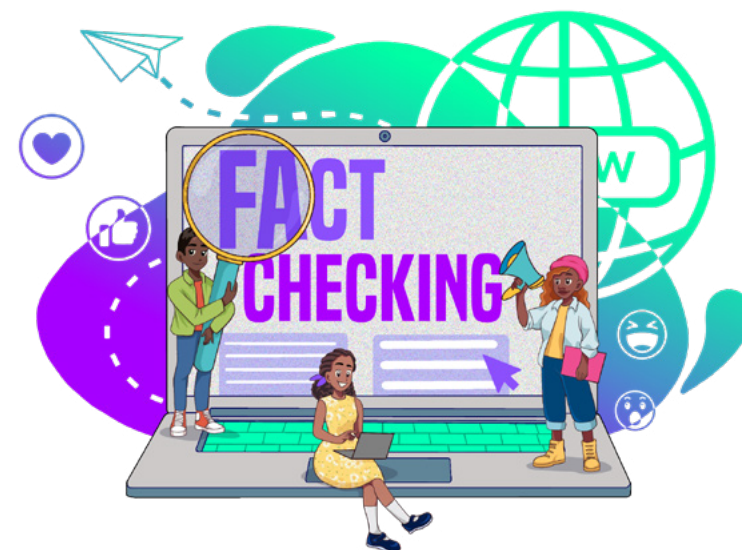
- Comprendre les mécanismes de la désinformation et leurs impacts,
- Affûter son esprit critique et reconnaître les biais cognitifs,
- Identifier les contenus vérifiables et les techniques de manipulation,
- Maîtriser des outils de vérification de contenus numériques (images, vidéos, citations, etc.),
- Adopter une posture responsable face à l'information, dans la vie professionnelle comme citoyenne.

Ce guide et cette formation ne s'opposent pas — ils se complètent. Il accompagne les gestes quotidiens du journaliste ou du

vérificateur, là où la formation développe les fondations théoriques et méthodologiques du fact-checking. Ensemble, ils forment une boîte à outils cohérente et accessible, pensée pour renforcer durablement la rigueur dans le traitement de l'information, à Madagascar comme ailleurs.

Que vous soyez déjà formé·e ou en cours d'autoformation, ce guide peut être votre compagnon de route, pour garder à portée de main les bons réflexes et vous appuyer sur l'expérience de terrain de vérificateurs aguerris.

Accédez à la formation [ici](#).





SECTION 1

6 SITUATIONS QUI DOIVENT ALERTER

Objectif : Apprendre à identifier rapidement qu'une information pose problème, même avant de lancer une vérification approfondie. Ce chapitre propose des réflexes simples, des situations types et une grille d'analyse immédiate pour éviter de relayer involontairement une infox ou un contenu manipulé.

SECTION 1

6 SITUATIONS QUI DOIVENT ALERTER

Objectif : Apprendre à identifier rapidement qu'une information pose problème, même avant de lancer une vérification approfondie. Ce chapitre propose des réflexes simples, des situations types et une grille d'analyse immédiate pour éviter de relayer involontairement une infox ou un contenu manipulé.

01. Une information qui provoque une émotion forte immédiate

Certaines publications sont conçues pour saisir l'attention en provoquant une réaction instantanée: choc, colère, pitié, peur, indignation. Ce type d'information déclenche souvent une envie de partager immédiatement, sans prendre le temps de réfléchir ou de vérifier. **Ce réflexe émotionnel est un signal d'alerte :** plus l'émotion est forte, plus le contenu doit être interrogé. Cet exemple, qui a largement été relayé sur les réseaux sociaux, contient plusieurs marqueurs émotionnels :

- Une violence extrême (on parle d'un acte barbare, très visuel) ;
- Une indignation collective suggérée ("les gens sont devenus des monstres", "nous le peuple malgache") ;
- Un appel à l'émotion partagée ("souhaitons-lui un bon rétablissement").

Mais à la lecture, aucune information vérifiable n'est présente : Pas de lieu, ni de date; aucune source ou lien vers une autorité ; aucun élément de preuve (photo, nom, déclaration officielle).

Bonne pratique: Toujours prendre de la distance avec un contenu qui "fait réagir fort". L'émotion est souvent l'arme préférée des infox.



VAOVAO MALAZA ETO AN-TOERANA SY ANY IVELANY ANDROANY.
Contributeur(je) star · 14 avril, 19:11 · 🌐

14 avril, 18:56 · 🌐

! ZAZA IRAY NISY NAKA NY MASONY ROA, TENA EFA LASA BIBY RE NY OLONA ZAO KOSA EEA
TSY RARINA INTSONY EH
NDAO MBA SAMBY IRARY SOA AZY ATSIKA VAHOAKA MALAGASY 🙏🙏

👍👍👍 4,5 K 629 commentaires

Traduction : UN ENFANT À QUI L'ON A ARRACHÉ LES DEUX YEUX. LES GENS SONT VRAIMENT DEVENUS DES MONSTRES ! CELA EST INACCEPTABLE! ALLEZ, SOUHAITONS-LUI TOUS UN BON RÉTABLISSEMENT, NOUS LE PEUPLE MALGACHE

SECTION 1

6 SITUATIONS QUI DOIVENT ALERTER

Objectif : Apprendre à identifier rapidement qu'une information pose problème, même avant de lancer une vérification approfondie. Ce chapitre propose des réflexes simples, des situations types et une grille d'analyse immédiate pour éviter de relayer involontairement une infox ou un contenu manipulé.

02. Une information dont l'origine est floue, inconnue ou non pertinente

Toute information reçue sans attribution claire — nom, fonction, institution identifiable ou source médiatique crédible — doit être considérée comme non exploitable en l'état. Cela s'applique aussi aux contenus viraux diffusés par des pages anonymes, humoristiques ou non journalistiques, dont les objectifs ne sont pas nécessairement de transmettre une information fiable.

Dans l'exemple ci-après, **plusieurs signaux doivent alerter :**

- L'origine de l'information est incertaine, reposant uniquement sur un témoignage indirect sans preuve.
- La chaîne mentionnée n'est pas citée précisément, ni tagguée, et il n'existe aucun enregistrement ou capture permettant de vérifier.
- Le contenu présente un caractère invraisemblable (l'idée d'un achat d'un pays par une personnalité), mais est diffusé avec un ton sérieux ou émotionnel, susceptible d'induire en erreur.

Bonne pratique : Ne jamais exploiter un contenu dont l'origine ne peut pas être clairement retracée. Une source non identifiable constitue un motif suffisant pour ne pas publier, tant que la vérification n'est pas possible.



SECTION 1

6 SITUATIONS QUI DOIVENT ALERTER

Objectif : Apprendre à identifier rapidement qu'une information pose problème, même avant de lancer une vérification approfondie. Ce chapitre propose des réflexes simples, des situations types et une grille d'analyse immédiate pour éviter de relayer involontairement une infox ou un contenu manipulé.

03. Un contenu trop parfait ou trop extrême pour être vrai

Certains contenus semblent trop spectaculaires, trop bien cadrés ou trop invraisemblables pour être crédibles. Lorsqu'un message paraît fait pour surprendre, faire rire ou choquer, il est recommandé de prendre du recul. Ces contenus sont souvent fabriqués ou détournés pour devenir viraux. Cet exemple qui annonce qu'une girafe arpenté les rues du quartier d'Ambondrona pour rejoindre celui d'Analakely, contient des **signaux d'alerte** :

L'événement est hautement improbable, mais aucun média local ou autorité ne l'a relayé. L'image est attribuée à un "citoyen lambda", sans autre preuve ni élément de vérification. Le récit est simple, direct, émotionnel, presque trop "parfait" dans sa narration pour être vrai.

Bonne pratique : Appliquer un minimum de bon sens. Lorsqu'un événement semble improbable ou incohérent avec la réalité locale (ex. : une girafe en liberté à Ambondrona), il convient d'exercer son esprit critique avant toute chose. Dans certains cas, toujours vérifier si d'autres sources crédibles confirment l'information. Dans le cas d'un événement aussi spectaculaire, l'absence de couverture médiatique est en soi un indicateur de doute.

● AMBONDRONA : GIRAFE IRAY NITETY TANANA

Nampitolagaga ny mpandalo teny Ambondrona io maraina io ny fahitana ity Girafe ity teny an-toerana.

Nandeha nilamina nitety tanana izy ary nanohy ny diany nihazo an' Analakely.

📷 : Olon-tsotra



SECTION 1

6 SITUATIONS QUI DOIVENT ALERTER

Objectif : Apprendre à identifier rapidement qu'une information pose problème, même avant de lancer une vérification approfondie. Ce chapitre propose des réflexes simples, des situations types et une grille d'analyse immédiate pour éviter de relayer involontairement une infox ou un contenu manipulé.

04. Un contenu qui appelle à partager immédiatement ou massivement

Un signal d'alerte fréquent : la publication invite explicitement à partager ou diffuser rapidement, parfois avec des formules pressantes du type "Faites passer", "Urgent", "Ne gardez pas cela pour vous". Ce type d'appel vise à court-circuiter l'esprit critique et encourager la viralité sans vérification. La publication ci-après affirme que consommer exclusivement de la pastèque pendant quatre jours permettrait d'éliminer les calculs rénaux. Le texte se termine par : "Partagez pour que les autres voient ce conseil pratique." Les signaux qui doivent alerter :

- Le message contient une recommandation médicale, sans source scientifique ni validation.
- L'appel au partage renforce la diffusion sans recul critique.
- Aucun nom de professionnel de santé, d'étude ou d'organisme n'est cité.

Bonne pratique : Tout message qui demande d'être partagé immédiatement, surtout lorsqu'il concerne la santé, doit être traité avec méfiance. Une information fiable n'a pas besoin d'être "propulsée" par un appel émotionnel.

TOROHEVITRA-MAHASOA

HO ANAO IZAY TENA EIA MAIRARY VOA NA REIN MA'Y

♦ Mila mihinana pastèque tsy misy fatra mazava fa atao 4 andro misesy .
Tsy misotro rano Na mihinana sakafo hafa.
Dia rehefa feno 3 andro Diaokony mipipy amin'ny pot hijerena fa tena hita manaraka mivoaka eo mihintsy ilay ireo vato nankarary ny rein iny.

♦ Rehefa vita ny fihinana pastèque 4 andro misesy .
Dia mahazo miverina misakafo .
Saingy mbola mitohy ny fihinana pastèque izay atao 1/2 maraina .
Antsasaka pastèque koa ny hariva mba ho afaka tanteraka ilay vato mahatonga an'ilay calcul rénal moa izany.

♦ Misy singa mpanala arafesenina izay mantsoy an'atin'io voankazo iray io.
Ka Na Dia tsy marary rein aza Dia tsara ny mihinana azy ity .
Sady misy oligoéléments maro ilain'ny cellules koa an'atin'izy io ao.

FANAMARIHANA

♦ Marihina moa mety atao jus dia afaka afangaro ny ranona voasary makirana ihany koa.

ZARAZARAO MBA HO HITANY NAMANA Hafa IHANY KOA ITY TOROHEVITRA MAHASOA ITY TOMPOKO



21 K 2 commentaires 3,4 K partages

SECTION 1

6 SITUATIONS QUI DOIVENT ALERTER

Objectif : Apprendre à identifier rapidement qu'une information pose problème, même avant de lancer une vérification approfondie. Ce chapitre propose des réflexes simples, des situations types et une grille d'analyse immédiate pour éviter de relayer involontairement une infox ou un contenu manipulé.

05. Une information qui contredit de manière soudaine tout ce qui est connu sur un sujet

Lorsqu'une publication affirme l'inverse de ce que plusieurs sources fiables, institutions ou études scientifiques ont établi — sans apporter de preuve solide —, il convient d'exercer une vigilance renforcée. Ce type de contenu cherche souvent à saper la confiance dans les faits établis en introduisant un "révélateur choc". **Les principaux signaux d'alerte :**

- Les propos attribués contredisent radicalement les données scientifiques disponibles et les prises de position publiques antérieures des personnes citées.
- Le montage se fait passer pour une source crédible (le journal de TF1), mais aucun extrait réel, citation validée ou lien vers l'émission n'est disponible.
- La diffusion repose sur l'effet de choc et la remise en question brutale de faits largement validés.

Réflexe : Face à une affirmation spectaculaire qui renverse ce qui est connu, il est essentiel de remonter à la source originale, de vérifier si les propos ont réellement été tenus et de confronter l'information à des sources fiables et multiples. En cas de doute, ne pas relayer une "révélation" qui repose sur un montage ou un détournement sans fondement vérifiable.



En mai 2025, une vidéo virale circulant sur Facebook prétend montrer un extrait du journal télévisé de TF1 dans lequel Anne-Claire Coudray interrogerait le professeur Didier Raoult. Celui-ci y déclare que "chaque vacciné est un mort-vivant". La vidéo évoque aussi des "masses blanches caoutchouteuses" retrouvées dans les veines de personnes décédées après vaccination, citées comme étant décrites par le docteur Philippe Charlier.

SECTION 1

6 SITUATIONS QUI DOIVENT ALERTER

Objectif : Apprendre à identifier rapidement qu'une information pose problème, même avant de lancer une vérification approfondie. Ce chapitre propose des réflexes simples, des situations types et une grille d'analyse immédiate pour éviter de relayer involontairement une infox ou un contenu manipulé.

06. Une information reçue par message privé

Comme l'exemple ci-après, le message est transmis via WhatsApp, Messenger, Facebook ou SMS, souvent de manière privée, sans mention d'une source identifiable. Il peut s'agir d'un message texte, d'un audio ou d'une vidéo, généralement présenté comme une "alerte", un "témoignage exclusif" ou une "information urgente" qu'on ne trouverait pas ailleurs. Ce type de contenu, souvent émotionnel, vise à créer un sentiment de proximité et de confiance... sans permettre la vérification.

Les signaux qui doivent alerter :

- Le message ne contient aucune indication claire sur son auteur, ni date ni lieu vérifiable.
- Le contenu circule uniquement de manière privée ou dans des groupes restreints.
- Le ton est alarmiste ou dramatique, sans preuves.
- Le format audio ou vidéo est utilisé pour susciter la peur ou l'émotion, mais sans fournir d'éléments vérifiables.
- Des pages ou comptes publics reprennent le contenu sans le recouper ni l'authentifier.

Réflexe : Toujours recouper les faits avant publication. Ne jamais reprendre un message reçu en privé sans vérification sur le terrain, contact avec la personne concernée ou recherche contextuelle.

Atao anonyrne azafady Nisy nandefa ity message ity
ALEO MITANDRINA @ ZAY SAKAFO HOHANINA, RAHA METY DE TSY MIHINANA RAHA TSY SAKAFO
AO ANTRANO IHANY.

Information azoko izao, misy menaka prévu ho ampihodinana ny machinen' ny JIRAMA Tonga tao
Tamatave, lay menaka tena madio otran'ny menaka sakafo, ka nisy partie n'io menaka io nisy
nangalatra ka namidy Zay hors contrôle ny fanjakana @ Zao. Lay menaka tena chimiquement
toxique. De tokony mitandrana fatratra isika rehetra



Le 20 juin 2025, un message privé a largement circulé sur WhatsApp et Facebook, appelant les citoyens à faire preuve de vigilance face à une prétendue prolifération d'huile « chimiquement toxique » sur le marché. Selon ce message, cette huile serait utilisée pour alimenter les machines de la société nationale de distribution d'eau et d'électricité, la JIRAMA. Cet incident survient dans un contexte particulièrement sensible, marqué par une intoxication alimentaire massive survenue dans la capitale, attisant les débats et exacerbant les émotions sur les réseaux sociaux. Le message, diffusé sous forme audio et sans aucune source identifiable, a été repris tel quel par plusieurs pages Facebook, sans vérification ni contextualisation préalable.

SECTION 1

6 SITUATIONS QUI DOIVENT ALERTER

Objectif : Apprendre à identifier rapidement qu'une information pose problème, même avant de lancer une vérification approfondie. Ce chapitre propose des réflexes simples, des situations types et une grille d'analyse immédiate pour éviter de relayer involontairement une infox ou un contenu manipulé.

“LES 3 QUESTIONS REFLEXES À SE POSER AVANT D'EXPLOITER UNE INFORMATION”

Lova Ramanantsoa, journaliste et fact-checker



“Dans un espace numérique saturé de contenus trompeurs, biaisés ou manipulés, les 5W ne garantissent plus à eux seuls la fiabilité de l'information”

Les 5W, constituent les fondations du travail journalistique. Elles permettent de structurer un récit, de comprendre les faits, d'identifier les acteurs et de replacer les événements dans leur contexte. Mais aujourd'hui, dans un espace numérique saturé de contenus trompeurs, biaisés ou manipulés, les 5W ne garantissent plus à eux seuls la fiabilité de l'information. Face à cette nouvelle donne, le fact-checking est devenu un réflexe essentiel, complémentaire à l'enquête. Il repose sur trois questions cruciales, à se poser systématiquement dès qu'un doute surgit.

1. Qui est à l'origine de l'information ?

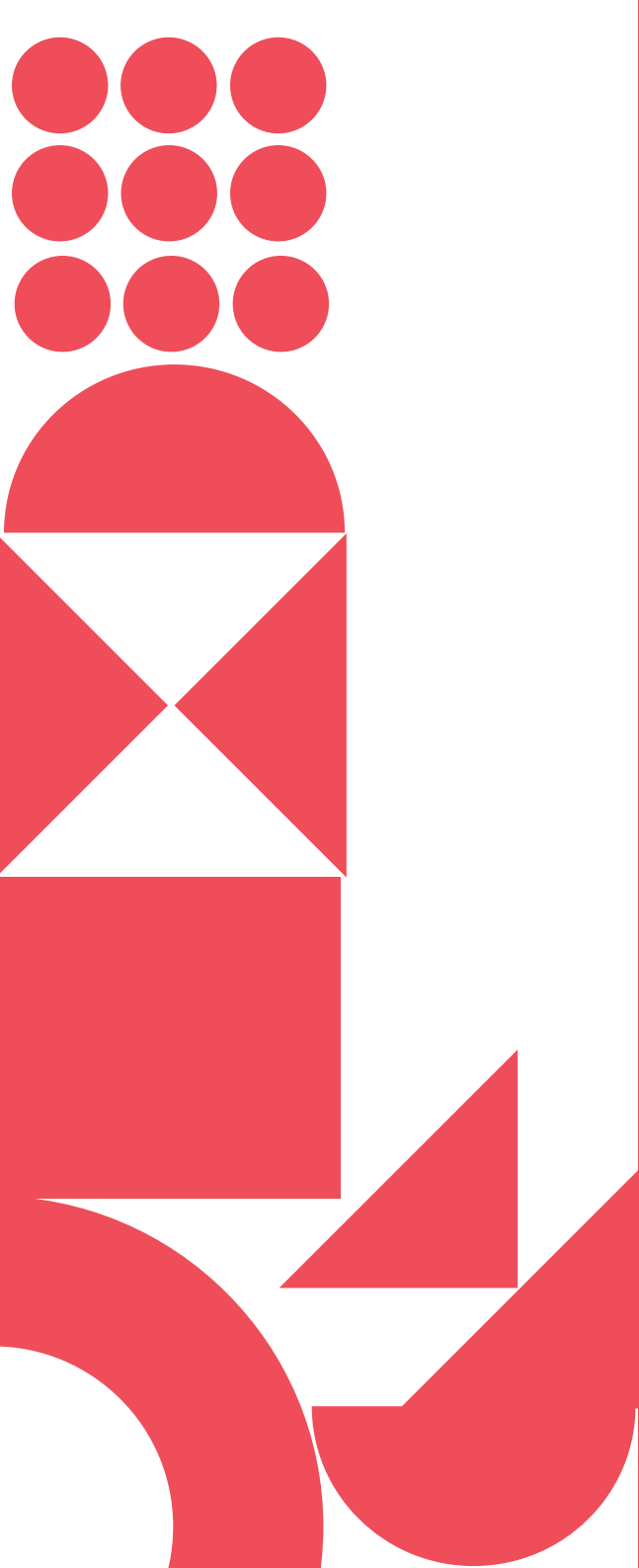
Identifier la source d'un contenu est devenu une étape clé. Derrière une publication virale, il peut y avoir un compte anonyme sans aucune légitimité. Une information fiable repose sur un émetteur identifiable, compétent et transparent. Est-ce une personne réelle ? A-t-elle une expertise reconnue ? Peut-on retracer son intention ? Ce travail est d'autant plus crucial lorsque l'information circule d'abord en privé ou dans des groupes fermés.

2. Quelle est la preuve avancée ?

Un bon journaliste ne se contente pas d'une affirmation : il la vérifie. Quel élément soutient l'information ? Est-elle accompagnée de chiffres, de documents, de témoignages ou d'images ? Ces éléments sont-ils authentiques, diversifiés et recoupés ? Une seule source, un visuel non daté ou un propos invérifiable ne doivent jamais suffire. Les outils numériques (recherche inversée, vérification des métadonnées, analyse du contexte visuel) sont aujourd'hui indispensables dans cette démarche.

3. Quel est le contexte de diffusion ?

Le contenu d'une information ne suffit pas : son cadre de circulation compte autant que son contenu. Une vidéo peut être vraie, mais sortir de son contexte ou être recyclée à des fins de manipulation. Il faut toujours s'interroger : quand l'information a-t-elle été publiée ? Dans quelle situation politique ou sociale ? Qui la diffuse, et dans quel but ? Une information alarmiste ou émotionnelle, relayée massivement en temps de crise, nécessite toujours une vigilance accrue.



SECTION 2

SEULS LES FAITS PEUVENT ÊTRE VÉRIFIÉS

Objectif : Ne pas perdre de temps à vérifier ce qui ne relève pas du factuel. Savoir distinguer clairement ce qui peut être vérifié de ce qui relève de l'interprétation, de la projection ou de la stratégie de communication. Une étape indispensable pour tout travail de vérification.

SECTION 2

SEULS LES FAITS PEUVENT ÊTRE VÉRIFIÉS

Objectif : Ne pas perdre de temps à vérifier ce qui ne relève pas du factuel. Savoir distinguer clairement ce qui peut être vérifié de ce qui relève de l'interprétation, de la projection ou de la stratégie de communication. Une étape indispensable pour tout travail de vérification.

Dans l'environnement informationnel actuel, que ce soit sur les réseaux sociaux ou dans les médias, la distinction entre faits et opinions est de plus en plus floue. Cette confusion reflète un glissement généralisé dans les discours publics. Ce phénomène se manifeste particulièrement dans plusieurs contextes :

- **Les prises de parole politiques** : Des jugements et des interprétations sont souvent présentés comme des constats objectifs.
- **Les réseaux sociaux** : Les ressentis personnels se diffusent sous forme de vérités collectives.
- **Les contenus viraux** : Les témoignages, commentaires et émotions se mêlent souvent éclipsant les faits objectifs.

Dans ce contexte, le rôle du journaliste ne se limite pas à dire ce qui est vrai ou faux. Il faut aussi savoir faire la différence entre ce qui peut être vérifié — comme un chiffre, une date, un fait — et ce qui relève de l'opinion ou d'un point de vue personnel. Par exemple, dire “le pays va mal” n'est pas une information qu'on peut vérifier, c'est un jugement. Même si ce type de message est largement partagé ou repris par des personnalités publiques, cela ne veut pas dire qu'il est factuel. Ce qui compte, c'est de comprendre où s'arrête le fait et où commence l'interprétation. C'est essentiel pour éviter de mélanger des choses différentes et pour garder une information claire, honnête et fiable. Développer ce réflexe aide à mieux résister à la manipulation et à garder

un esprit critique dans un flux constant de contenus.

Avant d'enclencher un processus de vérification, il est essentiel de s'assurer que la déclaration en question relève bien du domaine des faits. Toutes les informations ne sont pas vérifiables : certaines sont des opinions, d'autres des anticipations, et d'autres encore un mélange des deux. Distinguer ces catégories permet de ne pas confondre analyse éditoriale et travail de vérification factuelle.

01. Qu'est-ce qu'un fait ?

Un fait dans le sens “journalistique” est une information formulée de manière objective, qui peut être vérifiée indépendamment et qui est reliée à une réalité mesurable, observable ou documentée. C'est le socle du travail de vérification.

Quelques exemples de faits :

- “Le litre d'huile coûte 6 000 Ar à Isotry.”
- “La loi n°2024-001 a été promulguée le 15 janvier.”
- “Le président a déclaré que le chômage a baissé dans son discours du 4 juin.”

Chacune de ces affirmations peut faire l'objet d'un recoupement, via une source institutionnelle, une observation de terrain ou une documentation fiable.

SECTION 2

SEULS LES FAITS PEUVENT ÊTRE VÉRIFIÉS

Objectif : Ne pas perdre de temps à vérifier ce qui ne relève pas du factuel. Savoir distinguer clairement ce qui peut être vérifié de ce qui relève de l'interprétation, de la projection ou de la stratégie de communication. Une étape indispensable pour tout travail de vérification.

QUELQUES TYPES D'INFORMATIONS "VÉRIFIABLES"

Faits concrets

Événements
(accidents, décisions,
faits divers)
Dates et horaires
Lieux précis

Données chiffrées

- Statistiques officielles
- Résultats électoraux
- Budgets, montants,
pourcentages

Déclarations publiques

- Citations de
personnalités
- Promesses politiques
Communiqués, -
discours, interviews

Contextes géographiques/ historiques

- Localisation réelle d'un lieu
ou d'un événement
- Ordre chronologique des faits
- Références historiques ou
contextuelles

Informations scientifiques

- Localisation réelle d'un
lieu ou d'un événement
- Ordre chronologique
des faits
- Références historiques
ou contextuelles

Contenus multimédias

- Authenticité d'une image
Date et lieu de prise de vue
- Source et contexte
original

Identités numériques

- Existence réelle d'un
profil ou d'un site
- Traçabilité d'un compte
qui diffuse une information
- Origine d'une campagne
virale

Éléments juridiques

- Existence et contenu d'une loi
ou d'un décret
- Textes officiels publiés
- Cadre légal d'une situation
- Sanctions prévues par la loi

02. Qu'est-ce qu'une opinion ?

Une opinion est une prise de position subjective. Il s'agit d'un jugement de valeur, d'un ressenti ou d'une interprétation personnelle d'une situation. Même si elle est exprimée par un responsable public ou un expert reconnu, elle ne peut pas être vérifiée dans le cadre d'un fact-checking, car elle ne repose pas sur un indicateur mesurable.

Exemples typiques d'opinions non vérifiables :

- "Ce gouvernement est incompetent."
- "Cette réforme est un échec."
- "Le peuple en a marre."

Ces formulations peuvent refléter une perception collective, mais elles n'ont de valeur journalistique que si elles sont attribuées, contextualisées et appuyées par des données (ex. : sondages, enquêtes).

SECTION 2

SEULS LES FAITS PEUVENT ÊTRE VÉRIFIÉS

Objectif : Ne pas perdre de temps à vérifier ce qui ne relève pas du factuel. Savoir distinguer clairement ce qui peut être vérifié de ce qui relève de l'interprétation, de la projection ou de la stratégie de communication. Une étape indispensable pour tout travail de vérification.

03. Qu'est-ce qu'une prédiction ?

Une prédiction est une déclaration orientée vers l'avenir. Elle repose parfois sur des hypothèses solides ou des modélisations, mais elle ne peut pas être vérifiée au moment où elle est énoncée. Elle relève davantage de la prospective que du fait établi.

Exemples de prédictions :

- "L'inflation atteindra 15 % d'ici décembre."
- "Les manifestations vont dégénérer."

Même si ces propos émanent d'un ministre ou d'un expert, ils restent spéculatifs. Le rôle du journaliste est alors de présenter ces projections pour ce qu'elles sont (des estimations, pas des faits) et d'indiquer leurs sources et conditions.

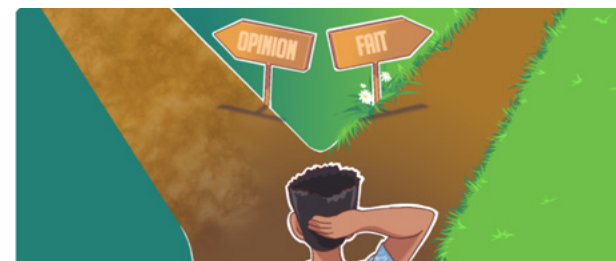
04. Qu'est-ce qu'un cas mixte ?

Dans la pratique, de nombreuses déclarations publiques mélangent données vérifiables et formulations interprétatives. Ces cas hybrides doivent être abordés avec méthode. Il est essentiel de séparer ce qui peut être vérifié de ce qui relève du discours politique ou subjectif.

Prenons l'exemple suivant :

"Le pays est au bord du chaos, avec plus de 2 000 arrestations en un mois."

Dans cette phrase, le chiffre avancé (2 000 arrestations) est un fait potentiellement vérifiable. Il peut être recoupé à partir de données judiciaires, de rapports officiels ou de sources policières. En revanche, le terme "au bord du chaos" est une évaluation subjective. Il traduit un sentiment ou une opinion, mais il n'existe pas de seuil mesurable pour définir ce qu'est "le chaos".



IL FAUT ISOLER LE FAIT DE L'OPINION

La bonne approche consiste à reformuler la déclaration de manière à extraire l'élément vérifiable, tout en maintenant l'intégrité du propos original.

Exemple :

"Le ministre affirme que 2 000 arrestations ont eu lieu en mai."

- Vérification possible : le nombre, la période, la source institutionnelle.
- Quant à l'expression "le pays est au bord du chaos", elle peut être mentionnée comme une citation interprétative, mais ne doit pas être traitée comme un fait avéré.

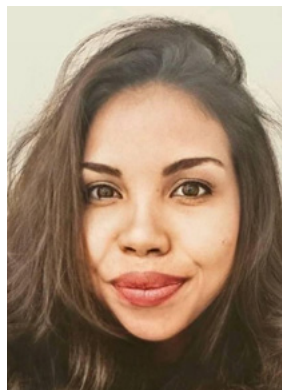
SECTION 2

SEULS LES FAITS PEUVENT ÊTRE VÉRIFIÉS

Objectif : Ne pas perdre de temps à vérifier ce qui ne relève pas du factuel. Savoir distinguer clairement ce qui peut être vérifié de ce qui relève de l'interprétation, de la projection ou de la stratégie de communication. Une étape indispensable pour tout travail de vérification.

QUELS ENJEUX D'AVOIR ACCÈS À UNE INFORMATION FIABLE ?

selon Fanny Rakotomamonjy, responsable de monitoring des médias



“La circulation d’informations non vérifiées désoriente le public avec des conséquences au-delà de la toile”

Le 14 juin 2025, une fête d’anniversaire à Imerinkasinina, à Antananarivo, vire au cauchemar : 43 convives sont hospitalisés et, selon un premier bilan officiel du 16 juin, 12 personnes perdent la vie. Deux jours plus tard, le ministère de la Santé publique évoque un total de 20 morts et parle d’un « empoisonnement volontaire », confirmé par des analyses de laboratoire. Pendant ce temps, Facebook s’enflamme et devient un terrain glissant où se brouillent faits, hypothèses et spéculations. Trois grandes hypothèses s’affrontent :

- L’empoisonnement criminel, avec l’arrestation de cinq suspects alimente la piste d’un règlement de compte. Celle qui célébrait son anniversaire, admise en soins intensifs, est au cœur de nombreuses spéculations. Sur les réseaux, elle devient la cible de messages haineux, certains la désignant à tort comme l’auteure de l’attaque.
- Le botulisme, soutenu par certains internautes qui se basent sur le déroulé des symptômes.
- La rupture de la chaîne du froid, causée par les coupures de courant de la compagnie d’eau et d’électricité JIRAMA, accusée de favoriser la prolifération bactérienne dans

les aliments servis.

Cette affaire montre concrètement comment la circulation d’informations non vérifiées désoriente le public avec des conséquences au-delà de la toile :

- Confusion : entre poison, botulisme et défaillance de la chaîne du froid, le public ne sait plus à quoi s’en tenir. Chacun développe sa propre interprétation, souvent basée sur l’émotion ou des sources peu fiables.
- Comportements irrationnels : certains évitent les produits charcutiers, la farine, l’huile, etc. affectant des commerçants.
- Climat de défiance : les citoyens perdent confiance. Les vidéos pseudo-explicatives prennent facilement le relais, parfois avec plus de vues que les déclarations officielles. Dans une crise sanitaire, comme dans la vie de tous les jours, l’accès à une information véridique est crucial pour que les décisions soient justes et efficaces.

Le rôle du journaliste n’est pas de relayer toutes les hypothèses en temps réel, mais d’organiser, de hiérarchiser et de contextualiser l’information pour aider chacun à comprendre ce qui est avéré, ce qui reste en cours d’analyse, et ce qui relève de la spéculation.



SECTION 3

PRIORISER CE QU'ON VERIFIE

Objectif : Hiérarchiser les vérifications : tous les contenus douteux ne méritent pas d'être fact-checkés. Il est essentiel d'évaluer l'impact, la portée et le risque avant de consacrer du temps et des ressources à la vérification.

SECTION 3

PRIORISER CE QU'ON VÉRIFIE

Objectif : Hiérarchiser les vérifications : tous les contenus douteux ne méritent pas d'être fact-checkés. Il est essentiel d'évaluer l'impact, la portée et le risque avant de consacrer du temps et des ressources à la vérification.

Il est souvent tentant de vouloir vérifier tout ce qui semble incorrect. Mais ce réflexe peut mener à un engorgement du travail journalistique, et même à une perte de pertinence éditoriale. Le fact-checking n'est pas un jeu de "chasse aux erreurs", c'est une démarche stratégique : il s'agit de cibler ce qui influence réellement la perception du public, les décisions individuelles ou le débat collectif.

Pour orienter les choix, il est possible d'établir une grille simple basée sur trois dimensions éditoriales : Portée, Impact, Sensibilité.

01. Critère 1 : La portée

La portée se réfère au nombre de personnes exposées à l'information. Plus une information est vue, partagée, commentée ou diffusée dans plusieurs canaux (Facebook, X, médias), plus elle est prioritaire à vérifier.

Les questions à se poser :

- Combien de personnes ont été ou seront exposées ?
- Le contenu est-il viral (plusieurs milliers de vues, partages, commentaires) ?
- Le contenu est-il relayé par des figures publiques,

des pages ou médias influents ?

- Le contenu est-il susceptible d'être amplifié par des algorithmes (vidéo TikTok, reels, médias) ? Une rumeur vue par 5 000 personnes en deux heures mérite plus d'attention qu'un post anonyme resté confidentiel.

02. Critère 2 : L'impact

L'impact se rapporte à la gravité des conséquences possibles. Ils s'agit d'analyser deux points : combien de personnes voient l'information et qu'est-ce que cette information peut provoquer.

Les questions à se poser :

- Quelles sont les conséquences concrètes ?
- Est-ce que le contenu concerne un enjeu de santé publique, d'éducation, de sécurité, d'économie ?
- Est-ce que le contenu peut pousser à l'action (provoquer une panique, une mobilisation, une violence) ?
- Est-ce que le contenu risque de nuire à des personnes ou à des communautés identifiées ?

Les fausses nouvelles liées aux vaccins, à des accusations d'enlèvement, à des résultats électoraux non confirmés sont hautement prioritaires.

SECTION 3

PRIORISER CE QU'ON VÉRIFIE

Objectif : Hiérarchiser les vérifications : tous les contenus douteux ne méritent pas d'être fact-checkés. Il est essentiel d'évaluer l'impact, la portée et le risque avant de consacrer du temps et des ressources à la vérification.

03. Critère 3 : La sensibilité

La sensibilité se réfère au contexte dans lequel l'information circule. Un contenu peut devenir explosif s'il apparaît dans un climat déjà tendu. Le même message peut être anodin un jour... et dangereux le lendemain.

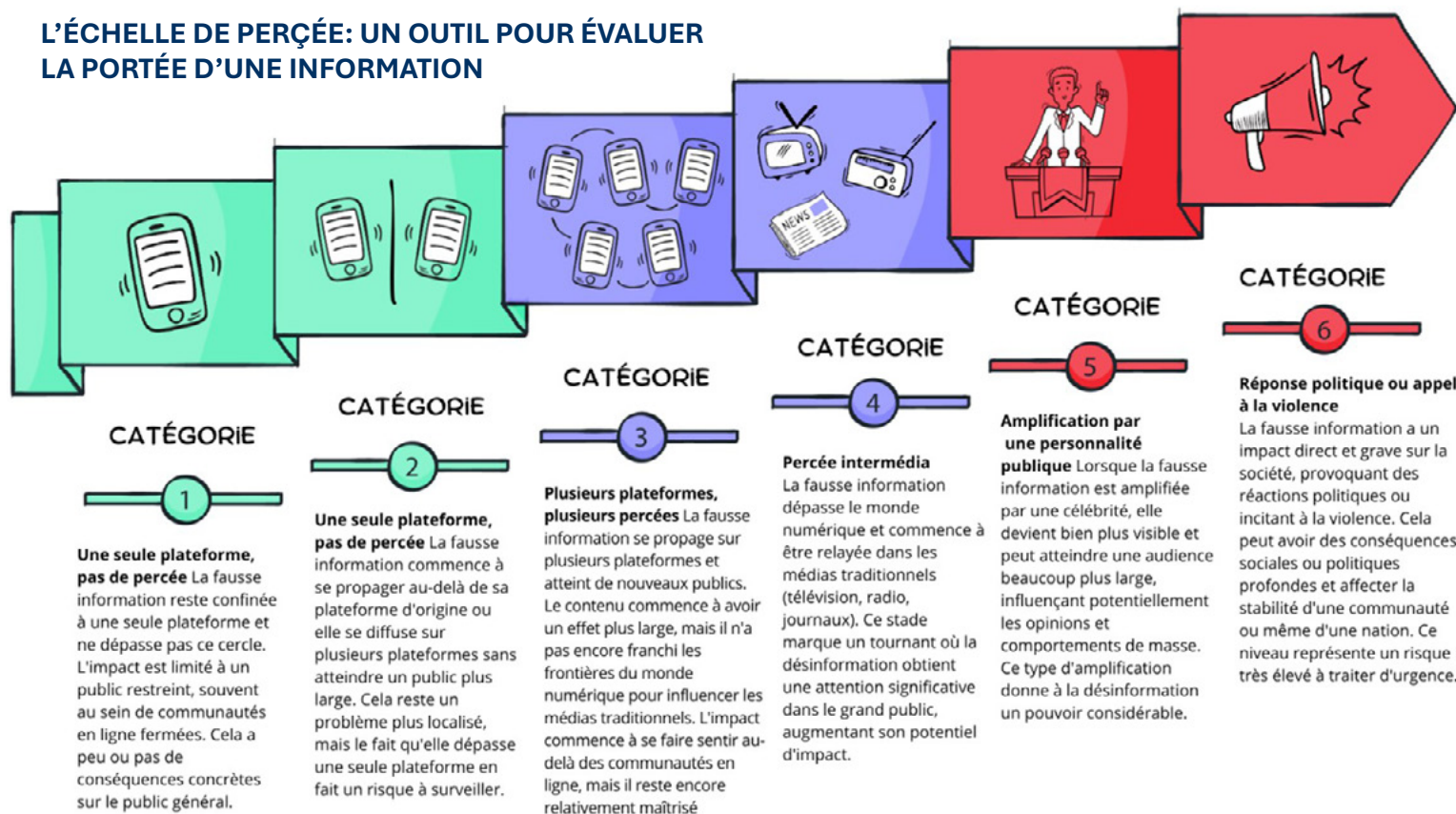
Les questions à se poser :

- Dans quel contexte le contenu circule-t-il ?

- L'information apparaît-elle dans un contexte électoral, judiciaire ou ethno-religieux sensible ?
- L'information apparaît-elle au lendemain d'un événement dramatique (accident, émeute, etc.) ?
- L'information circule-t-elle à un moment où les tensions sociales sont vives (grèves, mobilisation, conflit politique) ?

Plus le contexte est chargé, dit sensible, plus le contenu doit être évalué rapidement, car les effets de désinformation y sont exacerbés.

L'ÉCHELLE DE PERÇÉE: UN OUTIL POUR ÉVALUER LA PORTÉE D'UNE INFORMATION



SECTION 3

PRIORISER CE QU'ON VERIFIE

Objectif : Hiérarchiser les vérifications : tous les contenus douteux ne méritent pas d'être fact-checkés. Il est essentiel d'évaluer l'impact, la portée et le risque avant de consacrer du temps et des ressources à la vérification.

PROPOSITION DE GRILLE DE PRIORISATION

Une information est jugée à “**priorité haute**” : si au moins deux critères sont élevés, la vérification est urgente. Une information est catégorisée à “**priorité moyenne**” : si un seul critère est élevé ou deux moyens.

Une information est classée à “**priorité basse**” si tous les critères sont faibles. Dans ce contexte, il est plus judicieux de reporter ou d'abandonner le processus de vérification.

Quelques cas typiques à forte priorité de vérification

- Une vidéo prétendant montrer un vol d'urne électorale partagée par plusieurs comptes politiques → contexte + portée + impact.
- Une rumeur d'empoisonnement dans une école, relayée sur WhatsApp → impact potentiel sur la sécurité et la santé.
- Une fausse citation attribuée à un candidat, amplifiée par des médias partisans → enjeu de crédibilité publique.

CRITÈRES

FAIBLE 

MOYEN 

ÉLEVÉ 

PORTÉE

- Moins de 100 vues
- Extrait d'information diffusé dans un journal à faible tirage, une station à faible audience / en dehors des prime time

Contenu avec une visibilité en croissance (qui commence à être massivement commenté/partagé)

- Publication virale
- Information reprise massivement dans les médias ou par des personnalités publiques

IMPACT

Aucun risque réel

Rumeurs sociales ou politiques

Conséquences directes sur la santé, la paix, la sécurité.

SENSIBILITÉ

Sujet isolé/non actuel

Sujet polémique (avec beaucoup d'idées divergentes) ou politisé

Diffusion dans une période de crise ou de tension

SECTION 3

PRIORISER CE QU'ON VERIFIE

Objectif : Hiérarchiser les vérifications : tous les contenus douteux ne méritent pas d'être fact-checkés. Il est essentiel d'évaluer l'impact, la portée et le risque avant de consacrer du temps et des ressources à la vérification.

“PRIORITÉ AUX CAS VIRAUX, AUX SUJETS DE DÉBAT PUBLIC”

selon Rado Ravalison, chef d'équipe de WHAT THE FACT



“Nous priorisons les vérifications par rapport à l'impact potentiel de l'information sur la vie publique”

Au sein de l'unité de vérification des faits “What The Fact”, nous avons mis en place une grille d'analyse fondée sur une échelle de risque, qui nous permet de prioriser les faits à vérifier. Ce critère repose principalement sur l'impact potentiel de l'information sur la vie publique.

Concrètement, nous distinguons trois niveaux de risque. Les fausses informations à faible risque sont celles qui circulent dans un cercle restreint, avec un préjudice limité, souvent sans grandes conséquences sociales. Cela peut être dans les groupes privés à faible audience ou encore en commentaire.

Les informations à risque modéré sont plus complexes : soit elles touchent un large public mais avec un impact modéré, soit elles concernent un groupe restreint mais entraînent un effet important ou une sensibilité particulière.

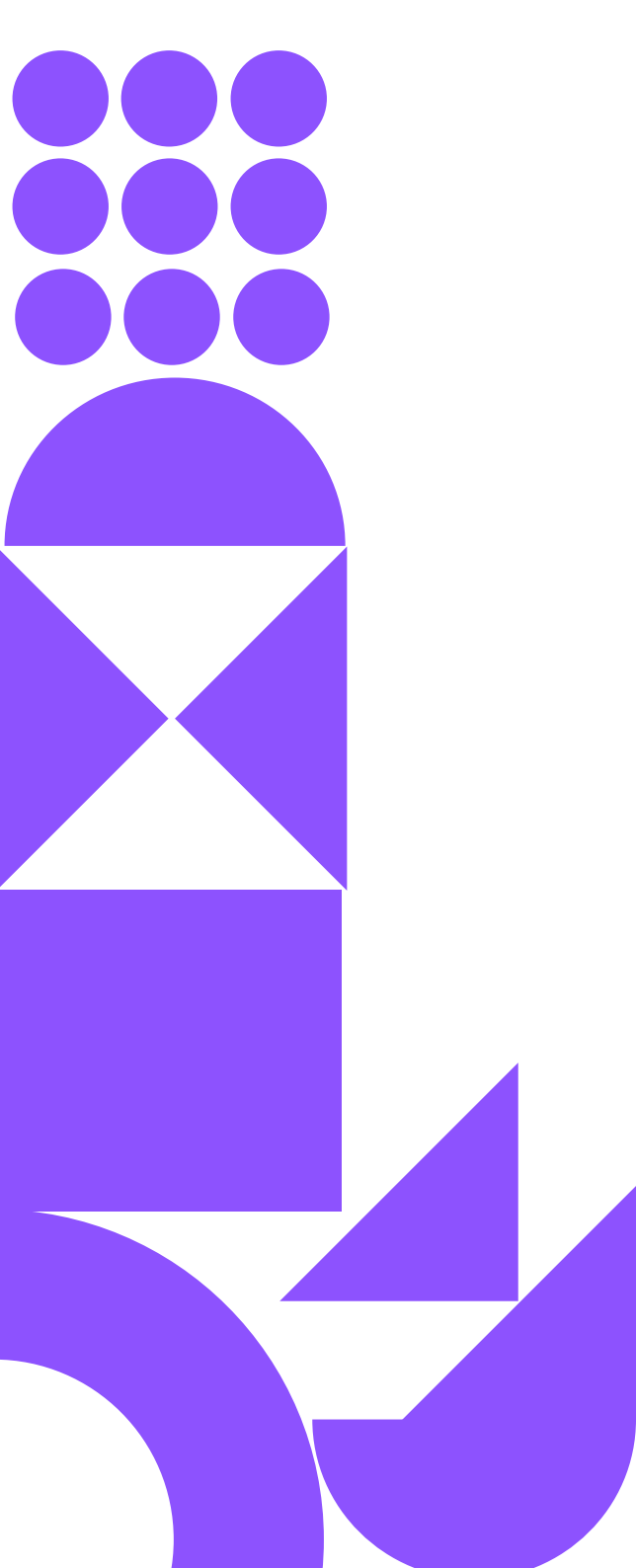
Enfin, les fausses informations à haut risque sont celles qui se répandent massivement, souvent à grande

vitesse sur les réseaux sociaux, et qui peuvent causer des dommages graves, notamment sur la santé publique, la stabilité sociale ou la confiance envers les institutions.

Un autre critère important est l'auteur ou la source de l'information. Lorsqu'un contenu provient d'un politicien, d'un média ou d'une personnalité influente, son impact est généralement plus élevé qu'une simple rumeur relayée par un internaute ordinaire ou citoyen lambda.

Concrètement, l'équipe de What The Fact décide de vérifier un fait lorsqu'il devient viral, soulève un débat public ou suscite des interrogations dans l'opinion. Nous privilégions les contenus qui sont clairs, spécifiques, et basés sur des affirmations concrètes.

Par exemple, nous vérifions des informations liées à la santé, aux élections, aux politiques publiques ou aux discours officiels, dès qu'elles peuvent nuire à la population ou altérer la perception de la réalité.



SECTION 4

LES BASES DU FACT-CHECKING

Objectif : Mettre en place une routine de vérification rapide, adaptée aux contraintes réelles des rédactions : délais serrés, multitâche, pression éditoriale. Ce chapitre propose une méthode simple, systématique et applicable en 10 minutes, pour vérifier un contenu suspect (citation, image, vidéo, chiffre, publication virale, etc.).

SECTION 4

LES BASES DU FACT- CHECKING

Objectif : Mettre en place une routine de vérification rapide, adaptée aux contraintes réelles des rédactions : délais serrés, multitâche, pression éditoriale. Ce chapitre propose une méthode simple, systématique et applicable en 10 minutes, pour vérifier un contenu suspect (citation, image, vidéo, chiffre, publication virale, etc.).

Vérifier c'est réunir suffisamment d'éléments solides pour confirmer, nuancer ou infirmer une information. L'objectif d'un processus de fact-checking est de produire une réponse fiable, dans les temps, sans tomber dans la paralysie analytique. Ci-après les 5 étapes de base de la vérification

01. Identifier une question centrale

Pour entamer un processus de fact-checking il primordialement nécessaire de formuler clairement l'élément à vérifier à travers une question centrale. Trop souvent, ce réflexe est négligé, et la vérification part dans toutes les directions.

Exemple : Vous avez repéré cette publication virale : "Regardez ce médecin dénonçant les vaccins !"

À vérifier : Qui est cette personne ? Est-elle médecin ? A-t-elle réellement tenu ces propos ? Sont-ils sortis de leur contexte ?

Bonne question de départ : Quel est le fait précis dont dépend la crédibilité du message ?

02. Cartographie des sources

La deuxième étape consiste à identifier et sélectionner

les sources les plus pertinentes pour répondre à la question centrale. Une affirmation isolée n'a pas de valeur sans confrontation. Il faut croiser l'information avec au moins deux sources indépendantes et crédibles.

Quelques exemples de sources :

- Institutions (ministères, INSTAT, OMS, etc.)
- Médias reconnus (locaux ou internationaux)
- Bases de données ouvertes (Lois, publications scientifiques, archives de presse)
- Experts reconnus dans le domaine

03. Collecte des données et analyse

Une fois la question de vérification bien posée et les sources potentielles identifiées, l'étape suivante consiste à rassembler des informations concrètes, fiables et recoupables. C'est le cœur du travail de fact-checking, qui nécessite à la fois méthode, esprit critique et rigueur documentaire.

La collecte commence souvent par des entretiens avec des personnes ressources : témoins, experts, représentants d'institution, victimes, etc. Pour que ces échanges soient utiles, il est essentiel de préparer des questions précises, directement dérivées de l'affirmation à vérifier.

SECTION 4

LES BASES DU FACT- CHECKING

Objectif : Mettre en place une routine de vérification rapide, adaptée aux contraintes réelles des rédactions : délais serrés, multitâche, pression éditoriale. Ce chapitre propose une méthode simple, systématique et applicable en 10 minutes, pour vérifier un contenu suspect (citation, image, vidéo, chiffre, publication virale, etc.).

“QUELLES PREUVES CRÉDIBLES POUR UN ARTICLE DE FACT-CHECKING ?”

Georges Eli Nomenjanahary, juriste et fact-checker



“Une déclaration peut constituer un point de départ, mais n’apporte pas la preuve de sa véracité”

Dans un article de fact-checking, une preuve est jugée “crédible” lorsqu’elle est objectivement vérifiable, indépendante et, autant que possible, accessible au public. Plusieurs guides de vérification des faits soulignent qu’une déclaration verbale ne constitue pas une preuve en soi. Elle peut être biaisée, incomplète, ou fondée sur des émotions, des impressions ou des intérêts personnels. Elle doit donc être traitée avec prudence. Il est recommandé de toujours demander à la personne interrogée : « Comment le savez-vous ? » ou « Qui pourrait le confirmer ? » L’objectif est de pousser

à la précision et d’identifier les sources primaires, sans se contenter de simples affirmations. Lorsque cela est possible, les entretiens doivent être enregistrés avec accord afin de permettre une retranscription et une analyse rigoureuse. Une déclaration peut constituer un point de départ pour une vérification, mais elle n’apporte pas, en elle-même, la preuve de sa véracité.

Les sources secondaires peuvent également être utilisées, à condition qu’elles répondent aux critères de vérifiabilité, de neutralité et d’accessibilité publique.

Parallèlement, une attention particulière doit être portée aux contenus multimédias, qui constituent une grande part des fausses informations aujourd’hui. Une vidéo, une image ou une citation sortie de son contexte peut facilement induire en erreur. Il convient donc de remonter à la première publication du contenu, d’en vérifier la date, le lieu, l’auteur et le contexte. Est-ce qu’il s’agit d’un document original ?

Est-ce une rediffusion ou un recyclage ancien ? Est-il correctement attribué à la personne mentionnée ? Pour cela, des outils spécialisés existent : les recherches inversées d’image (via Google Images ou Yandex), les plateformes d’analyse vidéo comme InVid ou WeVerify, ou encore les recherches chronologiques avec filtres de date sur Google, Facebook ou YouTube.

SECTION 4

LES BASES DU FACT- CHECKING

Objectif : Mettre en place une routine de vérification rapide, adaptée aux contraintes réelles des rédactions : délais serrés, multitâche, pression éditoriale. Ce chapitre propose une méthode simple, systématique et applicable en 10 minutes, pour vérifier un contenu suspect (citation, image, vidéo, chiffre, publication virale, etc.).

LA BOÎTE À OUTILS NUMÉRIQUES DU FACT-CHECKER

Présentation de quelques outils essentiels (liste non exhaustive) pour vérifier les contenus visuels en ligne (images & vidéos).

Catégorie	Outils	Cas d'usage	Lien d'accès
Recherche d'image inversée	Google Images / Google Lens	Identifier l'origine d'une image, ses occurrences sur le web et obtenir des métadonnées visibles.	Google Images
	TinEye	Spécialisé dans la détection d'images exactes ou modifiées. Affiche aussi un historique de publication.	TinEye
	Bing / Yandex / Yahoo / Pinterest Lens	Recherches complémentaires, particulièrement utiles pour les images circulant dans d'autres zones géographiques ou langagières (ex. : Yandex pour les contenus russophones).	Bing Yandex Images , Yahoo Pinterest Lens
Analyse technique et métadonnées	ExifTool / Fotoforensics	Extraction des données EXIF : date de prise de vue, appareil utilisé, modifications éventuelles (compression, retouches, clones). Idéal pour détecter des montages ou manipulations.	ExifTool Fotoforensics
Vérification de vidéos	InVid / YouTube Data Viewer	Outils pour : Extraire des vignettes/images clés d'une vidéo et effectuer une recherche inversée sur ces images Vérifier la date de publication réelle sur YouTube	InVid YouTube Data Viewer

SECTION 4

LES BASES DU FACT- CHECKING

Objectif : Mettre en place une routine de vérification rapide, adaptée aux contraintes réelles des rédactions : délais serrés, multitâche, pression éditoriale. Ce chapitre propose une méthode simple, systématique et applicable en 10 minutes, pour vérifier un contenu suspect (citation, image, vidéo, chiffre, publication virale, etc.).

Enfin, tout travail de vérification repose sur la capacité à mobiliser des données fiables, publiques et traçables. Lorsqu'un chiffre est avancé, il doit être comparé avec des sources crédibles : sites institutionnels (ministères, INSTAT, OMS), rapports d'enquêtes, bases de données ouvertes, archives de presse sérieuse. Ces éléments chiffrés ne permettent pas seulement de vérifier, mais aussi de contextualiser une affirmation et d'enrichir le traitement de l'information.

04. Croisement des données

Une fois les données rassemblées, il ne suffit pas de les empiler. Il faut maintenant les croiser, les comparer et les analyser pour vérifier si elles tiennent la route. C'est cette étape qui permet de transformer des éléments bruts en une information vérifiée.

L'objectif est simple :

s'assurer que ce que l'on a collecté est fiable, cohérent et solide. Pour cela, il faut mettre en regard les différentes sources :

- Ce que dit un témoin correspond-il aux images disponibles ?
- Les chiffres obtenus sont-ils compatibles avec les déclarations officielles ?
- Une citation attribuée à une personnalité publique

est-elle confirmée par la vidéo de son discours ? Dès qu'un doute apparaît — une date qui ne correspond pas, une information contredite par une autre source, un chiffre incohérent — il faut retourner à la source.

Cela peut vouloir dire :

- réécouter un entretien,
- revoir la séquence complète d'une vidéo,
- relancer une source pour obtenir des précisions,
- ou chercher un troisième point de vue pour trancher.

05. Qualifier les résultats avec nuance

La vérification ne débouche pas toujours sur un verdict "vrai" ou "faux". Il est essentiel de nommer précisément le résultat, avec des formulations journalistiques claires. Chez What The Fact, particulièrement, le verdict peut être :

- **Vrai** : le contenu est factuellement exact et vérifié.
- **Faux** : le contenu est erroné, inventé ou manipulé.
- **Partiellement vrai** : l'information est partiellement vraie, mais trompeuse. Souvent c'est le cas lorsqu'elle est sortie de son contexte.
- **Non prouvé** : aucune source fiable ne permet de trancher.

SECTION 4

LES BASES DU FACT- CHECKING

Objectif : Mettre en place une routine de vérification rapide, adaptée aux contraintes réelles des rédactions : délais serrés, multitâche, pression éditoriale. Ce chapitre propose une méthode simple, systématique et applicable en 10 minutes, pour vérifier un contenu suspect (citation, image, vidéo, chiffre, publication virale, etc.).

LES PIÈGES À ÉVITER

L'effet “vrai par défaut”

Si aucune source ne confirme une information, cela ne veut pas dire qu'elle est vraie. L'absence de preuve n'est pas une preuve. Dans le doute : s'abstenir, ou publier une mise en contexte prudente.

“Viralité” ne veut pas dire “vérité”

Une information très partagée n'est pas forcément juste. Une information peu diffusée n'est pas forcément fausse ou négligeable.



Le biais de confirmation

Le biais de confirmation est une tendance naturelle à croire plus facilement les informations qui vont dans le même sens que ce que l'on pense déjà, et à ignorer celles qui disent le contraire. Souvent, lorsqu'une information correspond à une intuition, une ligne éditoriale ou une conviction personnelle, elle paraît plus “crédible” — même si elle est fausse.

La chambre d'écho

Voir la même information dans plusieurs groupes ne garantit pas sa fiabilité. Sur les réseaux sociaux, certaines rumeurs circulent en boucle à l'intérieur de cercles interconnectés : pages communautaires, groupes Telegram, influenceurs engagés... Cela crée une illusion de consensus, alors qu'il s'agit souvent d'un recyclage entre sources proches.

L'angle trop rapide

Vérifier un contenu, ce n'est pas juste chercher des preuves : c'est interroger la formulation elle-même. De nombreuses fausses informations ou récits biaisés ne mentent pas frontalement, mais orientent le regard par des mots forts, des titres choquants ou une présentation dramatique. Le danger vient alors du fait que la question de départ est mal posée, biaisant la vérification elle-même.

SECTION 4

LES BASES DU FACT- CHECKING

Objectif : Mettre en place une routine de vérification rapide, adaptée aux contraintes réelles des rédactions : délais serrés, multitâche, pression éditoriale. Ce chapitre propose une méthode simple, systématique et applicable en 10 minutes, pour vérifier un contenu suspect (citation, image, vidéo, chiffre, publication virale, etc.).

LES ESSENTIELS D'UN ARTICLE DE FACT-CHECKING

Cynthia Rahelindisa, journaliste et fact-checker



“Il ne s’agit pas seulement de dire si une information est vraie ou fausse, mais aussi de montrer comment on arrive à cette conclusion”

Un article de fact-checking suit une méthode précise. Il ne s’agit pas seulement de dire si une information est vraie ou fausse, mais aussi de montrer comment on arrive à cette conclusion. La structure est donc essentielle pour assurer la transparence et la crédibilité du travail.

1. Résumer le contexte de l’information

La première étape consiste à replacer l’information dans son contexte. Il s’agit d’identifier le type de contenu : mésinformation qui signifie diffusée sans intention de nuire, désinformation c’est-à-dire fausse information partagée intentionnellement, ou malinformation autrement dit vraie mais utilisée de manière nuisible. Il est important de décrire l’origine de la publication le groupe ou la page qui l’a diffusée, la plateforme concernée Facebook, TikTok, WhatsApp et sa viralité nombre de vues, réactions, partages. Cela permet au lecteur de comprendre l’ampleur du phénomène et pourquoi l’information mérite d’être vérifiée.

2. Présenter les démarches de vérification.

Il faut expliquer les étapes de vérification Cela inclut les outils utilisés les sources

étapes de vérification croisées tels que les médias fiables, experts, données officielles, ainsi que les éventuelles contradictions relevées. Cette partie montre que le travail de vérification est basé sur une méthode sérieuse et factuelle.

3. Conclure avec un verdict clair

L’article se termine par un verdict argumenté : l’information est-elle vraie, fausse, partiellement vraie, sortie de son contexte ou non vérifiable ? Ce jugement doit être formulé de manière neutre et transparente, en s’appuyant sur les preuves recueillies. En suivant cette structure, un article de fact-checking devient un outil efficace pour lutter contre la désinformation et renforcer l’esprit critique du public. En cas d’erreur dans un article, il est important de se remettre en question et de reprendre l’article concerné. Cela signifie qu’il faut expliquer les erreurs commises, en précisant les dates, les causes de ces erreurs, et les circonstances. Ensuite, il convient de partager les informations corrigées, accompagnées de sources fiables et vérifiables. Les démarches de fact-checking permettent ainsi d’établir une relation de confiance entre les lecteurs et les fact-checker et/ou les journalistes.



SECTION 5

LA VEILLE DANS LE QUOTIDIEN JOURNALISTIQUE

Objectif : Mettre en place une routine de vérification rapide, adaptée aux contraintes réelles des rédactions : délais serrés, multitâche, pression éditoriale. Ce chapitre propose une méthode simple, systématique et applicable en 10 minutes, pour vérifier un contenu suspect (citation, image, vidéo, chiffre, publication virale, etc.)

SECTION 5

LA VEILLE DANS LE QUOTIDIEN JOURNALISTIQUE

Objectif : Mettre en place une routine de vérification rapide, adaptée aux contraintes réelles des rédactions : délais serrés, multitâche, pression éditoriale. Ce chapitre propose une méthode simple, systématique et applicable en 10 minutes, pour vérifier un contenu suspect (citation, image, vidéo, chiffre, publication virale, etc.).

A. METTRE EN PLACE UNE VEILLE SIMPLE, EFFICACE ET ADAPTÉE AU TERRAIN

Le fact-checking ne se limite pas à la vérification ponctuelle d'une déclaration. Il repose également sur une veille active et continue, dont l'objectif est de repérer, en amont, les contenus douteux ou viraux susceptibles d'induire en erreur. Une veille structurée permet d'anticiper les vagues de désinformation, de détecter les sujets prioritaires à vérifier et d'optimiser la réactivité éditoriale, notamment dans les périodes sensibles. Cela implique de repérer les espaces dans lesquels les fausses informations émergent, de comprendre leur mode de diffusion et d'évaluer leur potentiel de nuisance.

Plutôt que de chercher à surveiller tous les canaux, il est plus efficace de se concentrer sur des thématiques précises, en lien avec ses domaines de couverture ou l'actualité dominante. Cela permet de filtrer l'information, d'être plus pertinent et de gagner du temps.

01. Définir une thématique prioritaire

Il est recommandé de structurer la veille autour d'un domaine spécifique (santé, éducation, environnement, politique, etc.). Cela permet de mieux repérer les récits douteux qui circulent dans cette sphère. Par exemple :

En période électorale, il est utile de suivre les discours politiques, les résultats annoncés sans source officielle, ou les fausses déclarations attribuées à des candidats.

Lors d'une crise sanitaire, il peut s'agir de surveiller les rumeurs liées aux traitements non validés, aux chiffres de contaminations ou aux campagnes de vaccination.

02. Identifier les espaces à surveiller

En ligne

Les données de veille recueillies par le projet What The Fact pendant les élections communales de 2024 montrent que plus de 95 % des cas de désinformation ont été détectés sur Facebook, en particulier dans les groupes de discussion. Cela confirme que la veille doit prioritairement se concentrer sur ces espaces numériques. Pour organiser cette observation :

- Rechercher des groupes Facebook liés à la thématique suivie (ex. : "raokandro" pour les médecines alternatives).
- Identifier deux ou trois groupes très actifs, dans lesquels les contenus sont régulièrement partagés et commentés.
- Tenir une liste de ces groupes dans un fichier ou un carnet, en y notant : le nom, le lien, et une courte description des types de contenus publiés.

SECTION 5

LA VEILLE DANS LE QUOTIDIEN JOURNALISTIQUE

Objectif : Mettre en place une routine de vérification rapide, adaptée aux contraintes réelles des rédactions : délais serrés, multitâche, pression éditoriale. Ce chapitre propose une méthode simple, systématique et applicable en 10 minutes, pour vérifier un contenu suspect (citation, image, vidéo, chiffre, publication virale, etc.).

METTRE EN PLACE UNE VEILLE SIMPLE, EFFICACE ET ADAPTÉE AU TERRAIN



- Se focaliser sur les pages ou profils qui génèrent des réactions fortes, plutôt que sur la quantité de groupes à suivre.

Hors ligne

Certains contenus problématiques peuvent aussi émerger des médias traditionnels :

- Repérer les émissions radiophoniques ou télévisées à forte audience, en particulier les talk-shows, les débats interactifs ou les chroniques d'opinion.
- Observer comment ces émissions sont relayées ou commentées sur les réseaux sociaux.
- Identifier les journaux, magazines ou bulletins locaux susceptibles de publier des affirmations non vérifiées.

03. Organiser une veille au quotidien

Pour qu'elle soit efficace et durable, la veille doit être intégrée à la routine de travail, sans devenir une charge supplémentaire. Il est recommandé de réserver 30 à 45 minutes par jour à cette activité.

Quelques bonnes pratiques :

- Noter les contenus suspects dans un tableau.
- Classer les publications selon leur sujet, leur type (image, vidéo, texte...), et leur niveau de diffusion.
- Prêter une attention particulière aux contenus à fort engagement : ceux qui génèrent de nombreuses réactions, commentaires ou partages, notamment lorsqu'ils suscitent des émotions fortes comme la peur, la colère ou l'indignation.

SECTION 5

LA VEILLE DANS LE QUOTIDIEN JOURNALISTIQUE

Objectif : Mettre en place une routine de vérification rapide, adaptée aux contraintes réelles des rédactions : délais serrés, multitâche, pression éditoriale. Ce chapitre propose une méthode simple, systématique et applicable en 10 minutes, pour vérifier un contenu suspect (citation, image, vidéo, chiffre, publication virale, etc.).



“Sur Facebook, les groupes de discussion ainsi que les pages sont les principaux vecteurs de contenus erronés”

GROUPES, PAGES, ALGORITHMES : LES CANAUX DE LA DÉSINFORMATION SUR FACEBOOK

Arisoa Randriambololona, analyste médias

La désinformation en ligne se propage majoritairement sur les réseaux sociaux, en particulier dans les espaces qui favorisent l'interaction rapide et la viralité des contenus. **Sur Facebook notamment, les groupes de discussion ainsi que les pages sont les principaux vecteurs.** Dans les groupes de discussion, surtout lorsqu'ils sont publics, on observe que **les utilisateurs sont souvent enclins à partager des contenus sans procéder à des vérifications rigoureuses.** Ainsi, une fausse information peut s'y répandre très rapidement, notamment si elle confirme les croyances ou suscite les émotions du groupe. **Quant aux pages, elles arborent souvent une apparence sérieuse,** mais certaines sont en réalité gérées par des individus ou des groupes aux intentions biaisées, voire malveillantes, cherchant à discréditer des adversaires politiques ou à manipuler l'opinion. Elles publient parfois des contenus déformés, partiels ou mensongers dans le but d'orienter les débats, de provoquer la peur ou de diviser les internautes. Le problème est que de nombreuses personnes ne

prennent pas le temps de vérifier l'origine de ces contenus, pensant à tort qu'une page bien présentée est forcément fiable. Parmi les types de désinformation les plus fréquemment rencontrés figurent les images ou vidéos détournées, sorties de leur contexte ou modifiées pour appuyer un message mensonger. **La visibilité de ces contenus est renforcée par l'algorithme, moteur invisible de la viralité.** Souvent, les publications qui génèrent de fortes émotions sont souvent privilégiées, or ce sont précisément les fausses informations qui suscitent le plus de réactions. Dans certains pays d'Afrique, la désinformation en ligne prend déjà une ampleur préoccupante, avec la création de sites spécifiquement conçus pour manipuler l'opinion publique, notamment en période électorale ou de crise. À Madagascar, cette pratique reste moins répandue, mais il existe tout de même des sites web qui relaient des cas de désinformation, comme certains blogs. Les mêmes stratégies sont observées : des titres sensationnalistes conçus pour capter l'attention et susciter le clic.

SECTION 5

LA VEILLE DANS LE QUOTIDIEN JOURNALISTIQUE

Objectif : Mettre en place une routine de vérification rapide, adaptée aux contraintes réelles des rédactions : délais serrés, multitâche, pression éditoriale. Ce chapitre propose une méthode simple, systématique et applicable en 10 minutes, pour vérifier un contenu suspect (citation, image, vidéo, chiffre, publication virale, etc.).



“L’affiliation politique peut influencer la ligne éditoriale de certains médias qui peut alors être orientée pour défendre un camp ou promouvoir un agenda spécifique”

DANS QUELS MÉDIAS OU ESPACES HORS LIGNE EST-ON LE PLUS EXPOSÉ À LA DIFFUSION DE DÉSINFORMATION ?

Onintsoa Razafindralambo, économiste et analyste médias

Force est de constater que certains médias hors ligne restent également vulnérables à la diffusion de cas de désinformation. Parmi les médias concernés figurent souvent les **médias partisans**. En effet, certaines chaînes de télévision, stations de radio ou journaux sont étroitement liés à des partis politiques ou à des intérêts économiques. Ces affiliations influencent leur ligne éditoriale, qui peut alors être orientée pour défendre un camp ou promouvoir un agenda spécifique. Dans la pratique, il arrive souvent que dans les émissions les faits et opinions soient mêlés, brouillant ainsi la perception du public. Certains contenus diffusés peuvent comporter des biais, destinés à affaiblir ou à renforcer l’influence d’un groupe donné.

Par ailleurs, **les émissions interactives**, notamment à la radio, des espaces où les auditeurs peuvent intervenir en direct. Bien que ces formats favorisent la liberté d’expression et la participation citoyenne, ils présentent également des risques : des informations non vérifiées

peuvent être relayées par des auditeurs ou intervenants en direct. Dans leur prise de parole, ils peuvent facilement partager des ressentis ou des rumeurs qu’ils ont entendues, pouvant contribuer à influencer directement l’opinion, surtout si elles ne sont pas rapidement corrigées par le journaliste ou l’animateur. Le risque est d’autant plus grand lorsque l’émission bénéficie d’une large audience.

Enfin, **les rassemblements publics** — manifestations, marches citoyennes ou mouvements de protestation — sont aussi propices à la propagation de fausses informations. Dans le climat émotionnel de ces événements, les participants relaient parfois ce qu’ils ont entendu ou ce qu’ils croient savoir, sans en vérifier la véracité. Par exemple, à la suite d’une coupure d’électricité, certains peuvent exagérer sa durée ou son impact, et cette version amplifiée se propage de bouche à oreille. Ces formes de désinformation, bien que hors ligne, sont difficilement traçables mais peuvent avoir un impact considérable sur l’opinion publique.

SECTION 5

LA VEILLE DANS LE QUOTIDIEN JOURNALISTIQUE

Objectif : Mettre en place une routine de vérification rapide, adaptée aux contraintes réelles des rédactions : délais serrés, multitâche, pression éditoriale. Ce chapitre propose une méthode simple, systématique et applicable en 10 minutes, pour vérifier un contenu suspect (citation, image, vidéo, chiffre, publication virale, etc.).

B. PROPOSITION D'OUTIL PRATIQUE POUR UN USAGE INDIVIDUEL OU COLLABORATIF

Le tableau proposé dans cette dernière section peut être mis à jour quotidiennement ou chaque fois qu'une nouvelle alerte est repérée. Il s'agit d'un outil qui peut être utilisé à deux niveaux : individuellement par un journaliste pour organiser sa veille personnelle, ou de manière collaborative au sein d'une rédaction pour structurer un suivi collectif des fausses informations.

1- Utilisation personnelle (Journaliste seul)

L'objectif est d'optimiser sa propre veille sans alourdir sa charge de travail.

Suivi des sources douteuses

- Noter les groupes Facebook, pages, sites ou comptes qui diffusent régulièrement de la désinformation dans sa thématique.
- Suivre les publications, articles viraux qui génèrent beaucoup de partages et de réactions.

Organisation des informations

- Enregistrer les publications suspectes avec leur lien, leur date et un court résumé dans le tableau.
- Catégoriser les types de désinformation (rumeur, infox politique, pseudoscience, etc.).

Priorisation des cas à analyser

- Identifier les publications à risque élevé.

Planification et gain de temps

- Définir un temps quotidien ou hebdomadaire pour la veille (ex. : 30 min par jour).
- Faciliter le travail d'investigation en ayant une base de données de désinformation déjà structurée.

2 - Utilisation collaborative (une rédaction)

Lorsqu'une équipe de journalistes collabore sur un même document, cet outil devient un outil stratégique pour organiser la veille de manière efficace. Il est recommandé d'exploiter les outils collaboratifs tels Google sheet.

Proposition de répartition des rôles

- Chaque journaliste peut être chargé d'une thématique spécifique (santé, politique, environnement...).
- Un responsable peut être désigné pour superviser la compilation et la vérification des informations.

Mise en commun des données

- Tous les membres de l'équipe peuvent ajouter des signalements en temps réel.
- Le tableau permet de voir les tendances générales et les sources récurrentes de désinformation.

Amélioration de la coordination éditoriale

- La rédaction peut repérer plus rapidement les fausses informations à fact-checker en priorité.
- Les journalistes peuvent commenter ou ajouter des éléments pour compléter une analyse.

Exploitation des données pour des enquêtes plus poussées

- Le tableau peut servir à identifier les réseaux de désinformation, les techniques utilisées et les thématiques sensibles.
- Permet de documenter des cas de désinformation sur le long terme pour analyser leur évolution.

Thématique	Source	Date Alerte	Type de fausse information	Risque	Statut	Actions/ Notes
Cette colonne permet de catégoriser les sujets de désinformation à surveiller (par exemple, Élections, Santé, Climat, etc.).	Cette colonne contient le nom ou le lien vers la source qui a généré l'alerte (page Facebook, profil Twitter, site web, etc.). Cela permet au journaliste de suivre l'origine de l'information à vérifier.	La date à laquelle l'information a été repérée ou signalée comme suspecte	Décrit brièvement la nature de la désinformation ou de l'erreur signalée (par exemple, une fausse déclaration, un remède non prouvé, une incitation à la violence, etc.).	Permet de classer l'alerte selon son importance et la gravité des conséquences si la désinformation se répand. Cela aide à prioriser les actions de vérification.	Suivi de l'état d'avancement de la vérification (par exemple, "À vérifier", "En cours de vérification", "Vérifié", "Non fondé", etc.).	Un espace pour ajouter des actions spécifiques (par exemple, "Rechercher des preuves scientifiques", "Contacter des experts", "Demander un démenti à une autorité") et des notes sur l'avancement du travail de vérification.

Ce guide est réalisé dans le cadre du projet Liberté d'Expression Madagascar - MANEHOA, initié par INTERNEWS et soutenu financièrement par l'Union européenne.

Contributeurs

- Fanny Rakotomamonjy, Directrice exécutive adjointe ONG CID
- Rado Ravalison, Chef d'équipe de monitoring What The Fact
- Georges Elie Nomenjanahary, Juriste/Fact-checker What The Fact
- Lova Rahaja Ramanantsoa, Journaliste/Fact-checker What The Fact
- Onintsoa Razafindralambo, Economiste/Analyste-médias What The Fact
- Arisoa Randriambololona, Analyste médias What The Fact
- Cynthia Rahelindisa, Journaliste/Fact-checker What The Fact
- Jade Rakotoniaina, Illustratrice
- Bimbaye Volanirina Rakotondrazaka, Stagiaire

Membres du comité de relecture

- Vonjy Radasimalala, Directeur de projet - Internews Madagascar
- Hilda Hasinjo Ravelonahina, Responsable de formation - Internews Madagascar
- Ny Aina Rahagalala, Conseiller en renforcement des médias - Internews Madagascar
- Tiaray Randriamalala, Directeur Exécutif - ONG CID
- Fandresena Razakamahefa, Responsable Suivi-Evaluation- ONG CID
- Maeva Andriamisaina, Responsable d'éducation aux médias

Cette publication a été produite avec le soutien financier de l'Union européenne. Son contenu relève de la seule responsabilité de l'ONG Communication Idea Development (CID) et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'Union européenne

Copyright CID 2025