

FAKENSTEIN

ÉDITION MARS-AVRIL 2020

LA FONDATION DESCARTES

La **FONDATION DESCARTES** est une Fondation citoyenne, apolitique, indépendante et européenne ayant comme horizon l'intérêt général.

Sa vocation est de promouvoir une information sincère, pilier essentiel d'une démocratie saine. Une information sincère correspond à une relation des faits exacte, complète et dénuée d'intention d'en fausser la compréhension.

La Fondation Descartes est née d'une réflexion sur la perte de confiance dans l'information et les médias, liée notamment à l'accroissement des désinformations et manipulations de l'information. Nous pensons que la sincérité de l'information, et la confiance des citoyens en celle-ci, sont indispensables au fonctionnement harmonieux de nos démocraties.

Les missions de la Fondation Descartes sont :

- sur le long terme, de promouvoir l'exigence d'une information sincère, et de faciliter et d'encourager la recherche fondamentale sur les mécanismes de la désinformation ;
- sur le moyen terme, de diffuser et de partager ce savoir auprès de la société civile et des professionnels de l'information ;
- sur le court terme, de maintenir une veille active visant à détecter la désinformation et à alerter sur ses dangers.

Retrouvez la Fondation Descartes sur son site Internet : [fondationdescartes.org](https://www.fondationdescartes.org)

Vous pouvez aussi vous abonner à la newsletter mensuelle de la Fondation Descartes via ce lien : <https://www.fondationdescartes.org/inscription-newsletter/>



DANS L'ACTUALITE

SANTE

[The Guardian – Désinformation et COVID-19 : une véritable tempête](#)

[Parlement Européen – Annonce d'un dispositif anti-désinformation vis-à-vis du COVID-19](#)

[The Conversation – Gérer la désinformation liée à cette pandémie comme celle du SIDA](#)

[EEAS – Rapport spécial sur la désinformation autour du COVID-19](#)

[EUvsDisinfo – Vaccins et COVID-19 : l'approche pro-Kremlin](#)

[The Conversation – Bots, Twitter, anxiety et COVID-19](#)

GÉOPOLITIQUE

[New York Times – L'UE susceptible aux pressions chinoises sur l'information](#)

[EUvsDisinfo – Boris Johnson encore visé par la désinformation russe](#)

[Wired – Elections américaines sous tension en vue de tentatives de désinformation](#)

[DisInfoLab – Appel à la rigueur et l'honnêteté quant à l'attribution de désinformation](#)

TECHNOLOGIE

[Wired – Désinformation « inconsciente » sur internet](#)

[The Conversation – « Infodémie », mésinformation et réseaux sociaux.](#)

[EUvsDisinfo – Bill Gates : une nouvelle cible pour la désinformation russe ?](#)

SOCIÉTÉ

[Fight the Fake – La nature reprend-elle vraiment ses droits ?](#)

[Fight the Fake – L'infox par l'image](#)

[Fight the Fake – Infox : méchanceté et médisance](#)

LA RECHERCHE

MARSDEN, C. MEYER, T. BROWN, I. “**PLATFORM VALUES AND DEMOCRATIC ELECTIONS. HOW CAN THE LAW REGULATE DIGITAL DISINFORMATION?**”, *COMPUTER LAW AND SECURITY REVIEW*, MARS 2020

Mots clés : Désinformation, Intelligence Artificielle, Co-régulation, Droit de l'internet, Régulation des réseaux sociaux, Régulation des plateformes, Elections, Fake News

Résumé : Cet article fait le bilan des mesures prises par les principaux réseaux sociaux pour lutter contre la désinformation. Il montre que de nombreux États ont établi des lois pour contrebalancer les effets potentiellement négatifs des dispositions prises par les réseaux sociaux contre la liberté d'expression et la démocratie. Les auteurs estiment que cette réponse étatique n'est pas forcément appropriée. Ils défendent une approche alternative de « co-régulation » entre les entreprises et les institutions démocratiques. Ils illustrent cette approche en analysant comment réguler efficacement les campagnes électorales sur les réseaux sociaux. Leur analyse s'appuie sur l'exemple récent du Code de conduite mis en place par l'Union Européenne pour réguler les plateformes en ligne. Les auteurs considèrent que cette co-régulation doit se faire sur la base de valeurs ou standards clairement établis : transparence des algorithmes ; intervention humaine (et pas seulement algorithmique) ; répartition équitable entre les acteurs des revenus générés par le traitement de l'information sur les plateformes en ligne, etc. Ces valeurs doivent être votées par les instances démocratiques (comme les parlements) et mises en place par les acteurs du numérique.

KRAFFT, P. DONOVAN, J. “**DISINFORMATION BY DESIGN: THE USE OF EVIDENCE COLLAGE AND PLATFORM FILTERING IN A MEDIA MANIPULATION CAMPAIGN**”, *POLITICAL COMMUNICATION*, MARS 2020

Mots clés : Désinformation, Alt-right, 4chan, Tactiques, Manipulation des médias

Résumé : Cet article montre comment la désinformation se propage sur différents réseaux sociaux malgré l'existence de tentatives pour contrer cette désinformation. Les auteurs estiment qu'il faut remettre en question l'idée selon laquelle les réseaux sociaux sont des vases clos où l'information circule sans qu'il existe de contre-narratif pour la critiquer. Pour comprendre comment fonctionne la désinformation sur les réseaux sociaux, les auteurs ont fait une étude de cas sur les événements de Charlottesville en 2017. Dans cette ville des Etats-Unis, un conducteur a foncé dans une foule. Cette attaque intentionnelle a été perpétrée pour des motifs idéologiques, le conducteur étant défenseur du « suprématisme blanc ». Or, sur certains réseaux sociaux (4chan, 8chan, Reddit, Twitter, Discord, Facebook, notamment), une fausse rumeur circule sur l'identité de l'assaillant : un homme du nom de Joel V. est accusé à tort d'être le coupable de l'attaque.

L'étude se concentre sur la chronologie des événements sur les réseaux sociaux qui ont conduit à accuser à tort Joel V. de l'attaque. Les auteurs montrent comment cette rumeur a circulé via des collages de photos. Cette méthode de regroupement d'indices est très utilisée sur les réseaux sociaux pour propager de la désinformation. Elle implique un travail collaboratif des membres du réseau qui peuvent être confrontés à des critiques de la part

d'autres membres du réseau. Or, ces collages de photos finissent par circuler sur d'autres plateformes sans les critiques qui les accompagnaient initialement. C'est pourquoi, selon les auteurs, ces fausses rumeurs qui circulent d'un réseau à l'autre finissent par s'affranchir des contre-argumentations. Seuls les éléments concordants sont maintenus en circulation. Les auteurs appellent ce phénomène le « filtre des plateformes » qui est largement causé par la décentralisation de l'information sur Internet. Les auteurs concluent sur l'importance de tracer l'information et d'établir des ponts entre les réseaux pour faire circuler les contre-argumentations à la désinformation.

TANDOC, E. LIM, D. LING, R. "DIFFUSION OF DISINFORMATION: HOW SOCIAL MEDIA USERS RESPOND TO FAKE NEWS AND WHY", JOURNALISM, MARS 2020

Mots clés : Corrections, Désinformation, Fact-checking, Fake News, Singapour

Résumé : Cette étude qui mêle sondage et entretiens individuels montre que la majorité des habitants de Singapour ne cherchent pas à défaire publiquement les fausses informations lorsqu'ils les repèrent sur les réseaux sociaux. L'attitude généralement adoptée consiste à simplement ignorer la fausse information. Cette attitude peut être problématique dans la mesure où la désinformation peut alors circuler sans correction.

Questions de recherche : **(1)** Comment les utilisateurs de réseaux sociaux réagissent-ils aux fausses nouvelles qu'ils repèrent sur les réseaux sociaux ? **(2)** Quels facteurs rentrent en jeu pour expliquer qu'un utilisateur va répondre pour contrer une fake news sur les réseaux sociaux ?

Résultats : Le sondage révèle que :

(1) 12,1% des sondés déclarent qu'ils publieraient un commentaire pour dire que l'information est erronée ; 11,4% qu'ils enverraient un message à la personne qui a publié la fausse nouvelle pour l'avertir qu'elle est fausse ; 6,5% déclarent qu'ils publieraient une correction sur leurs propres comptes de réseaux sociaux; 12,2% déclarent qu'ils signaleraient le post afin qu'il soit supprimé ; 12,1% déclarent qu'ils arrêteraient de suivre pas ou bloqueraient la personne qui a publié les informations erronées. **Cependant, la majorité - environ 73% des répondants - déclare qu'elle ignorerait simplement le poste.** Ainsi, malgré les fonctions disponibles sur les réseaux sociaux pour répondre de manière proactive aux fausses nouvelles, la plupart des participants préfèrent adopter une attitude passive.

(2) Les entretiens révèlent trois principaux facteurs qui permettent d'expliquer si l'internaute va prendre ou non des mesures actives contre la désinformation : (i) la pertinence et la gravité du problème que pose la fausse information, (ii) la relation qu'entretient l'internaute avec la personne qui a posté la fausse information (ii) l'anticipation du résultat de la correction. Moins le problème semble important, moins la personne est proche socialement, plus il semble difficile de faire changer l'autre d'avis et moins l'internaute va décider d'agir pour corriger la fausse information.

Conclusion : Les auteurs estiment que pour lutter efficacement contre la désinformation il faut prendre en compte le dilemme auquel font face les internautes : alors qu'ils peuvent

souhaiter agir pour lutter contre la désinformation, ils ne se sentent pas forcément à l'aise pour le faire publiquement ou à l'adresse de quelqu'un qu'ils ne connaissent pas très bien. Les auteurs attirent ainsi l'attention sur le fait que les internautes ont tendance à se résigner face à la désinformation et à ne pas s'estimer capable d'agir efficacement contre elle. Les auteurs appellent au développement de solutions contre la désinformation qui renforcent la proximité sociale entre les individus et leurs redonnent confiance dans leurs actions. Ces solutions permettraient aux utilisateurs de surmonter le dilemme auquel ils font face sur les réseaux sociaux face à la désinformation.

Méthodologie : Cette étude combine un sondage (2501 répondants, représentatifs de la population de Singapour) et 20 entretiens approfondis avec des internautes.

LES PROJETS

LES PROJETS GOUVERNEMENTAUX

Union Européenne. Initiative « *Fighting Disinformation* ». Plateforme mise en place par l'Union Européenne pour lutter contre la désinformation autour du Covid-19.

https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/fighting-disinformation_en

LES PROJETS NON-GOUVERNEMENTAUX

BBC. Initiative « [...] *Stop Bad Information* ». La BBC a produit un guide de bonnes pratiques pour endiguer la diffusion de la désinformation sur le Covid-19 en ligne.

<https://www.bbc.com/news/blogs-trending-51967889>

Center For Media, Data and Society (CMDS). Projet « *The Business of Misinformation* ». Le CMDS mène une large enquête sur production de mésinformation (misinformation) en Europe Centrale afin d'en mesurer l'impact.

<https://cmds.ceu.edu/business-misinformation>

LES EVENEMENTS

LES ÉVÉNEMENTS À VENIR

Conférence Annuelle sur la Désinformation

Qui : EU DisInfoLab

Quand : prévue pour le 5-6 mai 2020, elle est reportée au 29-30 septembre 2020

Où : Renaissance Hôtel, Rue du Parnasse, 1050, Bruxelles, Belgique