



FONDATION DESCARTES
FAKENSTEIN

EDITION JUILLET 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/>

LES ACTUALITÉS DE LA FONDATION DESCARTES



E R R O R

Synthèse d'article scientifique

COMMENT CORRIGER EFFICACEMENT UNE MÉSINFORMATION ?

Cet article est une revue de littérature sur les bonnes pratiques pour corriger une mésinformation.



Synthèse thématique

BULLES DE FILTRE ET CHAMBRES D'ÉCHO

Deux phénomènes résultant du fonctionnement d'Internet sont souvent accusés d'avoir contribué à la polarisation des opinions : les « bulles de filtre » et les « chambres d'écho ». Nous introduisons dans cet article ces deux notions.

ETUDES ET SONDAGES

INSTITUT MONTAIGNE & INSTITUTE FOR STRATEGIC DIALOGUE – [Information Manipulations Around Covid-19: France under Attack.](#)

DEMOCRACY REPORTING INTERNATIONAL – [Lessons Learned: Social Media Monitoring during Elections](#)

BROOKINGS – [We need tougher action against disinformation and propaganda](#)

FIRST DRAFT – [The psychology of misinformation: Why we're vulnerable](#)

FIRST DRAFT – [How to use network analysis to explore social media and disinformation](#)

FIRST DRAFT – [The psychology of misinformation: Why it's so hard to correct](#)

DANS L'ACTUALITE

COVID-19

[The Conversation - Cultural factors are behind disinformation pandemic: why this matters](#)

[Le Monde - Médias et journalistes tirent les leçons de la couverture de la crise sanitaire](#)

[Salon - Fox News peddled misinformation about the coronavirus 253 times in five days: study](#)

PLATEFORMES NUMERIQUES

[Axios - Exclusive: Facebook changes algorithm to boost original reporting](#)

[The Guardian - No more going viral: why not apply social distancing to social media?](#)

[MIT News - Our itch to share helps spread Covid-19 misinformation](#)

[Brookings - How misinformation spreads on Twitter](#)

COMPLOTISME

[Business Insider - The Trump campaign relies on a huge network of QAnon accounts to spread conspiracy theories and disinformation, data shows](#)

[NPR News - Anatomy of A COVID-19 Conspiracy Theory](#)

LA RECHERCHE

OGNYANOVA, K., LAZER, D., ROBERTSON, R. E., & WILSON, C. (2020). "MISINFORMATION IN ACTION: FAKE NEWS EXPOSURE IS LINKED TO LOWER TRUST IN MEDIA, HIGHER TRUST IN GOVERNMENT WHEN YOUR SIDE IS IN POWER." THE HARVARD KENNEDY SCHOOL (HKS) MISINFORMATION REVIEW, VOLUME 1, ISSUE 4.

Les auteurs de cet article font l'hypothèse que la diffusion d'infox [*fake news*] pourrait amoindrir la confiance des citoyens dans leurs institutions politiques et dans les médias traditionnels [mainstream media]. Pour tester cette hypothèse, les chercheurs ont invité des personnes vivant aux États-Unis à répondre à deux questionnaires successifs à un mois d'intervalle (novembre 2018) et à accepter l'installation d'un logiciel permettant de suivre leur comportement en ligne durant ce mois. Sur les 3000 répondants aux questionnaires, seuls 227 ont accepté que leur activité sur Internet soit tracée durant un mois.

Les deux questionnaires successifs avaient pour objectif de mesurer l'évolution de la confiance des répondants dans les institutions politiques et dans les médias. Le suivi du comportement des répondants sur Internet servait, lui, à évaluer l'exposition de chacun d'entre eux aux infox en circulation.

Au moyen de cette méthode, les chercheurs sont parvenus à déterminer qu'une **forte exposition aux infox a effectivement diminué la confiance des répondants à l'égard des médias**. À l'inverse, la **confiance des répondants envers les institutions politiques a, elle, en moyenne augmenté chez ceux d'entre eux qui ont été davantage exposés à ces infox**.

Selon les auteurs, ce résultat surprenant s'explique par le fait que les infox en circulation au moment de l'étude consistaient avant tout en désinformations « de droite », qui allaient donc dans le sens du gouvernement républicain en place. Autrement dit, ces infox correspondaient à du contenu pro-gouvernemental et il est donc compréhensible qu'elles aient eu pour effet d'améliorer la perception des institutions gouvernementales. À noter, cependant, que c'est l'effet inverse qui s'est produit chez les répondants situés le plus à gauche sur le spectre politique – les opposants au gouvernement en place.

Les chercheurs concluent donc leur étude en soulignant que les conséquences des infox sur **la confiance dans les médias et les institutions dépendent dans une large mesure du contexte médiatique et politique du moment**.

MUKERJEE, SUBHAYAN, ET AL. "THE IDEOLOGICAL LANDSCAPE OF TWITTER: COMPARING THE PRODUCTION VERSUS CONSUMPTION OF INFORMATION ON THE PLATFORM." OSF PREPRINTS, 23 juin 2020.

Cet article revient sur deux questions qui font l'objet d'une grande préoccupation au sujet du réseau social Twitter : la formation de **chambres d'écho¹ [echo chamber]**, d'une part, et la fragmentation idéologique de ce réseau social, d'autre part. Les auteurs de cet article soutiennent qu'il n'est en réalité pas sûr que Twitter conduise à ces deux conséquences négatives. Ils estiment en effet que les études précédentes ayant montré l'existence de chambre d'écho et d'une forte fragmentation idéologique sur Twitter se sont essentiellement concentrées sur l'analyse de petites populations d'utilisateurs, souvent intéressés par la politique – des populations qui ne reflètent pas la diversité réelle des utilisateurs de ce réseau social. Par ailleurs, toujours selon les auteurs de cette recherche, la plupart des études existantes se sont focalisées sur le contenu de tweets politiques, sans se préoccuper suffisamment de l'importance qu'ont ou non les sujets politiques sur Twitter.

Dans ce contexte, le présent article poursuit les deux principaux objectifs suivants :

- Aboutir à une meilleure compréhension de la nature des contenus qui circulent principalement sur Twitter aux États-Unis. Pour ce faire, les auteurs se sont intéressés à la nature des tweets émis par les **leaders d'opinions [opinion leaders]** d'une base d'utilisateurs tirés au hasard (le terme de "leaders d'opinions" renvoie ici à des comptes qui possèdent un nombre d'abonnés significativement supérieur à la moyenne des utilisateurs).
- Estimer le degré de « diversité idéologique » auquel est exposé chaque compte de la base d'utilisateurs tirés au hasard.

Les auteurs observent que seuls 10% des leaders d'opinion de leur échantillon sont des femmes ou des hommes politiques, alors que 44% d'entre eux appartiennent au monde du divertissement. Par ailleurs, la plupart des tweets sont diffusés par des comptes non partisans. **Il est donc difficile de parler de polarisation de Twitter dans son ensemble puisque la prise de position idéologique ne concerne qu'une faible part des utilisateurs.** Enfin, la majorité des utilisateurs ne consomme pas un contenu idéologiquement homogène. En revanche, **il existe bel et bien un groupe d'utilisateurs et de leaders d'opinions fortement interconnectés et peu ouverts sur l'extérieur.** Ce groupe, qui constitue donc une chambre d'écho, est celui des **conservateurs américains**. Les auteurs concluent qu'analyser la manière dont les Américains ordinaires suivent les leaders d'opinion sur Twitter ne soutient pas l'idée, pourtant répandue, selon laquelle les utilisateurs de ce réseau social s'y enfermeraient systématiquement dans des chambres d'écho, ni que Twitter participerait à la fragmentation idéologique et à la polarisation des opinions.

¹ Une chambre d'écho désigne un espace virtuel dans lequel l'information, les idées, ou les croyances sont amplifiées ou renforcées par la communication et la répétition. On parle principalement des chambres d'échos pour désigner les espaces sur Internet (forum, fil de discussion, réseau social, page Facebook, etc.) où différents utilisateurs échangent intensément sur un même sujet.

LES PROJETS

EJO. "*Verification Handbook*". Ce manuel vise à fournir aux journalistes les connaissances et les compétences nécessaires pour enquêter sur les réseaux sociaux, les bots, les applications de messagerie privée, les deepfake et d'autres formes de désinformation et de manipulation.

<https://datajournalism.com/read/handbook/verification-3>

KID. "*Verification Project*". Ce projet a pour but d'aider à contrer l'"infodémie" en favorisant la maîtrise des médias et de l'information (MIL) et en explorant les outils d'intelligence artificielle (IA) pour améliorer les processus de vérification de l'information.

<https://blogs.dw.com/innovation/kid-fighting-mis-disinformation-and-fostering-media-literacy-with-the-help-of-ai-and-digital-tools/>

ZOTERO. "*Infox, épidémies, coronavirus*". Cette bibliothèque numérique donne un accès libre à de la documentation spécifique sur le thème de la désinformation durant la pandémie de Coronavirus.

https://www.zotero.org/groups/2485275/infox_pidmies_et_coronavirus/collections/T34LRKZH

GAPMIL (UNESCO). L'UNESCO s'est associée aux membres de l'Alliance mondiale pour les partenariats sur l'éducation aux médias et à l'information (GAPMIL), dirigée par l'UNESCO, pour lancer la réponse de l'Alliance EMI au COVID-19. Ils proposent des webinaires et des ressources éducatives.

<https://fr.unesco.org/news/mettre-fin-desinformation-covid-19-grace-leducation-aux-medias-linformation>

LES EVENEMENTS

Reporting on coronavirus: How to use WhatsApp to find communities and stories

Qui : First Draft

Quand : 16 juillet 2020

Où : En ligne

Online platforms' content moderation: towards a new approach?

Qui : CERRE (Centre on Regulation in Europe)

Quand : 16 juillet 2020

Où : En ligne

Untangling misinformation in Detroit BIPOC Communities

Qui : First Draft

Quand : 21 juillet 2020

Où : En ligne

Webinaires sur des sujets liés aux médias et à la maîtrise de l'information

Qui : GAPMIL (UNESCO)

Quand : Conférences récurrentes depuis le 17 avril 2020 – consultez régulièrement la page.

Où : En ligne

Conférence Annuelle sur la Désinformation

Qui : EU DisinfoLab

Quand : 28 septembre 2020

Où : Bruxelles

L'empire contre-attaque ? Des mesures légales, techniques et sociétales contre les discours de haine.

Qui : Leibniz Institute for Media Research, Hans-Bredow-Institut (HBI)

Quand : 26 octobre 2020

Où : Hambourg