



FONDATION DESCARTES

NEWSLETTER



EDITION NOVEMBRE 2020

LA FONDATION DESCARTES

La **FONDATION DESCARTES** est une Fondation citoyenne, apaisane, 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



Rapport de la Fondation

PHOTOGRAPHIE DU NOUVEAU PAYSAGE POLITICO-MÉDIATIQUE FRANÇAIS

Tant le paysage politique que le paysage médiatique connaissent en France une phase de reconfiguration profonde. Quelles relations ces deux univers en mutation entretiennent-ils aujourd'hui sur les réseaux sociaux ?

ETUDES, SONDAGES, RAPPORTS

Forum sur l'information et la démocratie - [Working Group On Infodemics, novembre 2020](#)

Ce forum piloté par onze organisations, dont Reporters Sans Frontières, vient de rendre public son premier rapport proposant des mesures pour répondre au désordre informationnel sur les plateformes en ligne et les réseaux sociaux. Organisé en quatre chapitres, ce rapport avance des propositions concrètes visant à rendre les plateformes numériques davantage transparentes et responsables. Le rapport insiste notamment sur le nécessaire renforcement de la modération des contenus en ligne.

Center for Countering Digital Hate - [Hatebook - Facebook's neo-Nazi shopfronts funding far-right extremism](#)

Cette organisation non gouvernementale qui lutte contre la désinformation et les discours de haine en ligne publie un rapport sur la publicité néo-nazie hébergée par le réseau social Facebook. Un groupe néo-nazi basé en Ukraine et comptant environ 80 000 abonnés sur Facebook se financerait via le réseau social en y commercialisant différents types de produits, dont des vêtements arborant des signes nazis. Le rapport pointe la responsabilité de Facebook : le réseau social aurait été alerté il y a deux ans déjà de la présence de ces publicités néo-nazies mais n'aurait manifestement pris aucune initiative pour y remédier.

Transparency.tube - [Election Fraud Narrative](#)

Ce projet vise à recenser les vidéos sur la plateforme YouTube ayant trait aux allégations de fraude lors des dernières élections présidentielles aux États-Unis. Le projet a repéré près de 8 000 vidéos sur le sujet, totalisant environ 680 millions de vues. Le rapport indique que si la majorité de ces vidéos conteste la réalité des fraudes, une forte partie du trafic (plusieurs centaines de millions de vues) va vers des vidéos soutenant l'existence de ces fraudes. Le rapport souligne que *FoxNews*, malgré sa proximité avec le camp républicain, a pris ses distances avec la thèse d'une élection massivement entachée de fraudes.

Facebook/Instagram - [Transparency Report - 2020](#)

Facebook publie son rapport annuel de « transparence ». Le premier chapitre est consacré aux conditions d'utilisation du service. On y apprend qu'entre 0.10 et 0.11% des contenus circulant sur Facebook sont qualifiés par la plateforme de contenus « haineux ». Près de 100 millions de contenus haineux auraient été modérés par Facebook, principalement via son système d'intelligence artificielle. Le second chapitre énumère, par pays, les requêtes gouvernementales pour accéder aux données personnelles détenues par la plateforme. Le dernier chapitre porte sur les restrictions d'accès à Facebook dans différents pays.

DANS L'ACTUALITE

ELECTIONS AMERICAINES

[The Conversation - Des élections américaines prises au piège de la désinformation](#)

[La Revue des médias de l'INA - Un entretien avec Yochain Benkler de l'Université d'Harvard sur le rôle des médias pendant les élections](#)

[New York Times - Selon une étude récente, un faible nombre de comptes sont responsables de la majorité des désinformations circulant sur les réseaux sociaux à propos des élections](#)

PLATEFORMES NUMERIQUES

[The Wall Street Journal - Polémique autour de l'interdiction par Facebook d'une étude universitaire sur la publicité ciblée qui aurait enfreint, selon la plateforme, ses règles concernant la collecte de données privées.](#)

[Presse-Citron - Twitter met en place un avertissement lorsqu'un utilisateur s'apprête à partager une information labellisée « contestée ».](#)

[Euractiv - Tribune pour l'implémentation d'indicateurs de confiance sur les plateformes numérique comme celles proposées par le Journalism Trust Initiative et le Trust Project.](#)

[Le Monde - Le journal et aux moins deux autres organes de presse ont été victimes de commentaires djihadistes sur leurs pages Facebook, parfois accompagnés d'images violentes.](#)

DÉSINFORMATION

[Scientific American - la revue propose pour le mois de novembre un numéro spécial sur la désinformation.](#)

FRANCE

[Le Monde - Différents organes de presse ont conclu un accord de trois ans avec Google sur la rémunération des articles de presse diffusés par la plateforme.](#)

LA RECHERCHE

BRISTIELLE. A, GUERRA, T. (2020) « [CRISE SANITAIRE, TERRORISME ET DONALD TRUMP : UN COCKTAIL CONSPIRATIONNISTE](#) ». FONDATION JEAN JAURES

Ce rapport, rédigé par Antoine Bristielle et Tristan Guerra pour la Fondation Jean Jaurès, apporte de nouvelles données pour comprendre le succès des théories du complot en France et sur la scène internationale.

Les auteurs soulignent tout d'abord que les périodes de crise, comme celle que nous traversons actuellement (pandémie et attentats terroristes), sont particulièrement propices au développement des théories du complot. En effet, les récits complotistes fournissent une narration simpliste quant aux origines et aux conséquences de la crise, ce qui peut donner l'illusion à ceux qui y adhèrent de réellement comprendre la situation du moment. En rendant de la sorte une réalité complexe facilement compréhensible, les théories du complot peuvent paraître rassurantes aux yeux d'une partie de la population. Par ailleurs, les théories du complot servent également de levier de mobilisation politique, dans la mesure où elles permettent de mettre un visage sur la menace : celui des responsables supposés de la crise traversée. Les récents mouvements anti-masque et anti-vaccins n'illustrent que trop bien ce phénomène.

Le rapport de Bristielle et Guerra avance trois facteurs permettant d'expliquer l'adhésion aux théories du complot : le rôle des réseaux sociaux et de la télévision, le manque d'éducation et la défiance à l'égard des institutions. En reprenant les données d'un précédent sondage de la Fondation Jean Jaurès, les auteurs du rapport montrent que les individus s'informant préférentiellement par le biais de la télévision sont davantage complotistes que ceux qui s'informent avant tout via la radio et la presse écrite. La télévision, et certaines chaînes d'information et de divertissement en particulier, pourraient ainsi jouer un rôle dans l'adhésion à des idées complotistes. Toujours selon les données de ce sondage, les utilisateurs de réseaux sociaux seraient également plus sensibles que les autres aux théories du complot. Pour Bristielle et Guerra, les réseaux sociaux auraient une part de responsabilité dans le succès des thèses

complotistes, notamment en raison du fait que les contenus qui y sont mis en avant le sont selon un critère de popularité. Or, comme les théories du complot peuvent être particulièrement populaires en période de crise, les réseaux sociaux leur offriraient une caisse de résonance inespérée.

Si davantage de modération sur les réseaux sociaux pourrait contribuer à freiner la diffusion des contenus complotistes, les auteurs du rapport soulignent qu'une telle mesure pourrait également s'avérer contre-productive en confortant les tenants des théories du complot dans leur impression que l'on chercherait à les faire taire et à étouffer toute parole dissidente. Par ailleurs, Bristielle et Guerra soutiennent qu'à terme, les individus trouveront toujours de nouvelles plateformes pour partager leurs thèses complotistes. Les auteurs considèrent ainsi que la régulation des réseaux sociaux ne peut pas constituer la réponse principale face au complotisme.

Les auteurs du rapport soulignent encore que les personnes les moins éduquées et les jeunes semblent être les plus vulnérables aux idées complotistes. Développer l'éducation aux médias, un enseignement visant à renforcer les compétences critiques des élèves, pourrait donc constituer une réponse au succès des théories du complot. Mais là encore, cette réponse ne saurait être suffisante. En effet, les données du sondage analysé montrent que la défiance envers les institutions joue un rôle majeur dans l'adhésion aux théories du complot. Selon les auteurs, les causes de cette défiance sont nombreuses : « déconnexion entre l'envergure des promesses électorales et le manque de marge de manœuvre politique des gouvernements nationaux, sentiment d'insécurité existentielle dans un monde où les différentes protections étatiques s'étiolent, problème de représentation au sein des institutions de la Ve République, désacralisation de la politique dans les anciens et les nouveaux médias ».

Bristielle et Guerra en concluent que pour lutter efficacement contre le complotisme, il faut tout d'abord s'attaquer aux causes de la défiance d'une partie de la population envers les institutions. Une telle réponse ne pourra qu'être d'ordre politique. Sans ce travail de re-légitimation des institutions, plaident les auteurs, l'éducation aux médias et la régulation des plateformes ne pourront donner de résultats convaincants.

ALTAY, S. HACQUIN, A-S. MERCIER, H. (2020). "WHY DO SO FEW PEOPLE SHARE FAKE NEWS ? IT HURTS THEIR REPUTATION". *NEWS MEDIA & SOCIETY*

Cet article, qui regroupe quatre études expérimentales, montre que les individus évitent généralement de partager des fake news de manière volontaire, par crainte que leur réputation ne s'en trouve affectée.

Selon les auteurs de l'article, la littérature récente montrerait que, contrairement à ce que l'on pourrait croire, la proportion de fake news en circulation sur Internet est relativement faible. Si les fake news s'avèrent attractives de par leur contenu, elles n'en restent pas moins dommageables pour la réputation des médias qui les produisent et des personnes qui les partagent : le faire conduirait à perdre la confiance des autres et à être perçu comme

incompétent. Supposant que la confiance est plus facilement perdue que gagnée, Altay, Hacquin et Mercier font l'hypothèse que les individus et les médias se montreraient dès lors attentifs à ne pas diffuser volontairement de fake news, afin de préserver leur réputation.

La première expérience conduite par les auteurs de cet article montre que les médias qui partagent des fake news voient effectivement leur réputation se détériorer fortement. De plus, leur réputation reste négative même lorsqu'ils partagent par la suite des informations correctes. Dès lors, si la réputation d'un média peut rapidement se détériorer, elle ne s'améliore par contre que difficilement aux yeux des participants.

La seconde étude montre que lorsqu'un média partage des fake news, sa réputation se détériore aux yeux des participants même si les fake news en question sont en adéquation avec leurs valeurs politiques. Autrement dit, la réputation d'un média dépendrait davantage de la fiabilité des informations qu'il publie que de leur orientation idéologique.

Les deux dernières études montrent que les participants sont eux-mêmes réticents à l'idée de partager volontairement des fake news. Altay et ses collègues l'ont établi en demandant aux participants d'indiquer la somme contre laquelle ils seraient prêts à partager sur les réseaux sociaux des informations qui leur étaient soumises par les chercheurs. Parmi ces informations, certaines étaient manifestement fausses. Résultat : les participants se disent disposés à partager ces informations fausses contre une somme nettement plus élevée que celle contre laquelle ils auraient été prêts à partager les autres informations. Autre fait intéressant, les participants se disent moins réticents à l'idée de partager des fake news s'il leur était possible de le faire de manière anonyme. Seule une minorité d'entre eux (moins de 30%) aurait ainsi accepté de partager des fake news gratuitement sur leur compte personnel. L'attention que les individus portent à leur réputation semble donc jouer un rôle de garde-fou dans la transmission de fake news.

Ces résultats vont dans le sens d'autres études affirmant qu'une minorité de la population est responsable de la diffusion de la majorité des fake news sur les réseaux sociaux. Cette minorité partagerait des fake news pour différentes raisons. Il se pourrait notamment que ces personnes ne se rendent pas compte que ces informations sont fausses, ou alors, elles jugeraient que la nature de ces fake news ne devrait pas trop porter préjudice à leur réputation.

LES PROJETS

Harmony Square - par DROG et l'Université de Cambridge. « Un jeu d'éducation aux médias pour sensibiliser les individus à la désinformation politique ». Ce projet est piloté par Roozenbeek et Van Der Linden, [deux chercheurs du département de psychologie d'Harvard qui ont réalisé d'autres jeux du même type avec la société DROG.](#)

Le livre scolaire.fr. « Ressources sur les « fake news » et les théories du complot ».

Cette page, alimentée par lelivrescolaire.fr, un collectif d'enseignants qui édite différents manuels, propose une série de ressources vidéos/jeux, articles et outils pour se documenter sur les désinformations. La page propose aussi une série de brochures d'éducation aux médias fournie par lelivrescolaire.fr.

Global Disinformation Index. Créé courant 2019, cet Organisme sans but lucratif se donne pour but « d'évaluer la fiabilité des sites Internet pour combattre la désinformation ». [L'organisme vient de publier un rapport sur la fiabilité de certains des principaux sites d'information français.](#)

LES EVENEMENTS

Médias en Seine - 2020

Qui : Les Échos et France Info

Quand : le replay de toutes les interventions est disponible [ici](#)

Où : en ligne

Désinformation et démocratie

Qui : Université de Genève et HEIDI.news

Quand : 16 décembre 2020 - 19h

Où : en ligne

World Press Freedom Conference - 2020

Qui : Unesco

Quand : 9 et 10 décembre 2020

Où : En ligne

Au marché de la donnée - Centre Internet et Société

Qui : Jean-Samuel Beuscart et Baptiste Kotras

Quand : 15 décembre 2020

Où : en ligne