



**FONDATION DESCARTES**  
**NEWSLETTER**

**EDITION JANVIER 2021**

## 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 à venir

### **À venir : Publication, courant février 2021, de l'étude de la Fondation Descartes sur les comportements d'information des Français sur Internet.**

Quelle part du temps passé en ligne est-elle dédiée à la consultation d'informations médiatiques ? Quelles sont les sources d'information sur Internet les plus consultées par les Français ? La consultation de ces sources en ligne est-elle fonction du niveau de confiance que les Français disent leur accorder ? Existe-t-il des facteurs augmentant le risque d'exposition à de la désinformation sur Internet ? Cette étude permet d'apporter des réponses à ces questions et dresse un panorama détaillé de la manière dont les Français s'informent en ligne.



Article de presse

### **Liberté d'expression : il faut soumettre les géants du web à la loi**

Jean-Philippe Hecketsweiler, Président de la Fondation Descartes, et Laurent Cordonier, chercheur à la Fondation Descartes, ont publié au nom de la Fondation [une tribune](#) sur la régulation des plateformes numériques dans *Les Echos* le 21 janvier 2021.

## ETUDES, RAPPORTS ET SONDAGES

### **EU Disinfo Lab – 5G, Twitter and YouTube: The Challenge of Moderating Conspiracy Claims on the Origins of COVID-19**

Ce billet explore les lacunes en matière de modération de contenus sur Twitter et YouTube. Spécifiquement, le EU DisinfoLab montre que les allégations complotistes sur l'existence d'un prétendu lien entre la COVID-19 et la technologie 5G ne sont souvent pas détectées par la modération de ces plateformes. Le EU DisinfoLab souligne également que si des efforts sont faits par ces plateformes pour améliorer et intensifier la modération de contenus, cette dernière demeure insuffisante et trop lente. Il en résulte que de fausses informations restent sur ces plateformes pendant des mois avant d'être étiquetées ou retirées. Le EU DisinfoLab montre encore que des algorithmes de modération automatisés insuffisamment matures peuvent s'avérer contre-productifs.

## **NewsGuard – How some of the world's largest brands funded the misinformation behind the Capitol riot**

Dans ce rapport, NewsGuard fournit des données et des exemples démontrant que des recettes publicitaires provenant de grandes compagnies, telles qu'American Express ou Disney, ont financé de la désinformation sur les réseaux sociaux à l'origine des événements du Capitole aux États-Unis. Ce rapport examine également la manière dont le secteur de la publicité pourrait travailler de manière plus responsable, afin d'éviter de financer de la désinformation en ligne.

Le rapport met en particulier en lumière le fait que d'octobre 2020 à janvier 2021, 1 668 marques ont diffusé 8 776 annonces sur les 160 sites répertoriés par le "Centre de suivi de la désinformation électorale" de NewsGuard pour avoir publié de la désinformation et des théories du complot au sujet de l'élection américaine. Le rapport pointe le fait que les différents acteurs impliqués dans la publicité programmatique ne fournissent pas aux marques les outils adéquats pour éviter de financer de la désinformation sur Internet.

## **Globsec - The Willingness To Get Vaccinated Against the COVID-19 Rises with the Trust In Public Authorities**

Selon ce rapport de GLOBSEC, qui couvre les résultats de sondages d'opinion réalisés dans 9 pays d'Europe centrale et orientale et des Balkans, plus d'un tiers des personnes interrogées croient aux théories du complot liées à la COVID-19. Ces sondages permettent également d'établir que la confiance de ces populations dans leurs autorités respectives est un facteur central dans l'acceptation du vaccin contre la COVID-19.

## **DANS L'ACTUALITE**

**Les Echos – Twitter : la fermeture du compte de Trump fait chuter la désinformation**

**Le Monde - La suspension des comptes de Donald Trump et le débat sur la régulation des réseaux sociaux**

**The Conversation – Médias sociaux : après l'exclusion de Trump, la question de la censure et l'impératif d'évoluer**

**Le Monde - « Je faisais partie des esprits supérieurs » : pourquoi le complotisme séduit autant**

**The Conversation - Fake news: bold visual warnings needed to stop people clicking – new research**

**BBC - Poland proposes social media 'free speech' law**

[Euractiv - EU Presidency: Measures planned to combat hate speech, radicalisation online](#)

[The Guardian – Facebook asks Australia to let it make content deals with news outlets before being hit with media code](#)

[Euronews – Alexei Navalny: Russia says social networks have begun restricting online calls for protest](#)

[The New York Times – An Australia With No Google? The Bitter Fight Behind a Drastic Threat](#)

[Euractiv - Hungary raises concerns about 'shadow banning' of online speech](#)

## LA RECHERCHE

**PENNYCOOK, G., & RAND, D. G. (2021). "EXAMINING FALSE BELIEFS ABOUT VOTER FRAUD IN THE WAKE OF THE 2020 PRESIDENTIAL ELECTION." *THE HARVARD KENNEDY SCHOOL (HKS) MISINFORMATION REVIEW*, 2(1).**

De fausses déclarations au sujet de fraudes électorales majeures – notamment en ce qui concerne le vote par correspondance [*mail-in ballot*] – ont abondamment circulé peu avant l'élection présidentielle américaine de 2020. Dans quelle mesure les électeurs américains ont-ils pu croire à ces informations trompeuses ? C'est ce qu'ont voulu déterminer les psychologues américains Gordon Pennycook et David G. Rand au moyen d'une enquête réalisée le 10 novembre 2020, soit trois jours après l'annonce de la victoire de Joe Biden. Les chercheurs arrivent aux constats suivants :

- Une majorité (>77%) des électeurs de Trump estime que la fraude est courante dans les élections américaines.
- Ils sont 65% à penser que Trump a, en réalité, remporté l'élection de 2020.
- Seuls 22% d'entre eux considèrent que Biden a été élu légitimement.
- Cependant, les auteurs ont constaté qu'une majorité des électeurs de Trump considérerait Biden comme président légitime si Trump perdait ses divers recours judiciaires et/ou concédait sa défaite. À noter que la minorité d'entre eux qui continuerait quoi qu'il en soit de voir Biden comme illégitime reste importante (40%).
- Malgré ce dernier fait, peu d'électeurs (12%) désireraient protester publiquement si Trump refusait de concéder sa défaite.

- Dans l'ensemble, plus les sondés disent avoir confiance dans des médias *mainstream* autres que *Fox News*, moins ils pensent que la fraude électorale est une pratique courante aux États-Unis et que Trump a en réalité été réélu en 2020. De manière surprenante, il en va de même (bien que plus faiblement) pour ce qui est du niveau de confiance dans les médias conservateurs, à la fois traditionnels (p. ex., *Fox News*), mais aussi plus extrêmes (p. ex., *Breitbart*).
- Il est intéressant de noter que les électeurs de Trump ayant des connaissances politiques de base plus approfondies et un intérêt plus marqué pour l'actualité électorale sont davantage susceptibles que les autres d'entretenir de fausses croyances [*false beliefs*] au sujet de l'élection (alors que c'est le contraire qui est vrai chez les électeurs de Biden) – éléments qui, contre intuitivement peut-être, augmentent donc la polarisation entre les deux camps.
- Finalement, les sondés ayant un mode de réflexion plus analytique qu'intuitif sont moins susceptibles que les autres de croire en la victoire de Trump.

## LES PROJETS

### [Carnegie Endowment for International peace – Mapping Worldwide Initiatives to Counter Influence Operations](#)

Le Carnegie Endowment for International peace publie une liste des initiatives visant à contrer les opérations d'influence.