



FONDATION DESCARTES

NEWSLETTER

EDITION AOUT 2021



LES ACTUALITES DE LA FONDATION DESCARTES



La Fondation Descartes publie « Et vous, comment vous informez-vous sur Internet? », un article grand public en libre accès écrit par Laurent Cordonier et Aurélien Brest. Vous y trouverez un résumé de quelques enseignements centraux du rapport intitulé « Comment les Français s'informent-ils sur Internet? » (mars 2021) ainsi que les résultats d'une étude en cours de publication montrant qu'il existe un important décalage entre les pratiques informationnelles que les Français disent avoir sur Internet et leur comportement d'information réel.

ETUDES, RAPPORTS ET SONDAGES

GRADY, R. H., DITTO, P. H., & LOFTUS, E. F. (2021). [Nevertheless, partisanship persisted: fake news warnings help briefly, but bias returns with time.](#) *COGNITIVE RESEARCH : PRINCIPLES AND IMPLICATIONS*, 6(1), 1-16.

Les labels mis en place sur les réseaux sociaux pour indiquer aux utilisateurs qu'un contenu est potentiellement faux ou trompeur ont une efficacité limitée. La faiblesse de ce dispositif pourrait trouver son origine dans la manière dont notre mémoire fonctionne : elle dissocierait progressivement le souvenir du contenu incriminé de celui du label d'avertissement qui lui est accolé - un effet nommé « sleeper effect » (effet d'assoupissement). Une fois cette dissociation opérée, si le contenu en question venait à réapparaître sur le réseau social sans avertissement, il regagnerait en force de conviction car les utilisateurs exposés ne feraient plus le lien avec le label qu'ils avaient pourtant vu à la première exposition.

Certaines recherches ont montré qu'un label apparaissant *avant* un contenu trompeur bénéficierait d'une mémorisation plus robuste de la part des utilisateurs, ce qui en accroîtrait l'efficacité. Mais là encore, le dispositif aurait des limites : l'efficacité de l'avertissement pourrait être affaiblie si les utilisateurs exposés sont motivés à croire au contenu en question. De manière générale, on observe en effet que les individus peuvent être motivés à croire à des informations qu'ils devraient pourtant trouver douteuses quand elles vont dans le sens de leurs opinions politiques.

Dans leur étude, Grady et collègues ont testé l'efficacité des labels d'avertissement en variant leur contexte d'utilisation pour en préciser les limites. Les résultats de l'étude confirment qu'un avertissement positionné avant l'apparition d'un contenu faux possède une meilleure efficacité à court terme que lorsqu'il est positionné pendant ou après son apparition. Cependant, cet avantage comparatif disparaît après deux semaines seulement. Ainsi, le « sleeper effect » impacte toutes les conditions d'avertissement : avec le temps, les individus testés n'arrivent plus à faire le lien entre le contenu incriminé et l'avertissement qui lui était accolé, que ce dernier soit placé avant, pendant ou après le contenu.

Cette étude montre encore que les participants ont eu tendance à juger davantage crédibles les contenus faux allant dans le sens de leur propre sensibilité politique, quand bien même ils étaient accompagnés d'un message les informant de leur fausseté au moment où ils leur ont été présentés. Cet effet s'observe chez les participants indépendamment de leur positionnement politique - à savoir, conservateur ou libéral, dans le contexte américain de cette étude.

Ces résultats confirment la nécessité de multiplier les dispositifs pour lutter contre la désinformation en circulation sur les réseaux sociaux, la labellisation seule n'étant pas suffisante pour décrédibiliser les contenus faux ou trompeurs.

Facebook - Q2 2021 report

Facebook publie son premier rapport sur les contenus les plus vus en 2021 par ses utilisateurs. La parution de ce rapport a fait l'objet d'une polémique [par suite des révélations du New York Times](#) quant à l'existence d'une première version non-publiée par Facebook.

Dans sa première version, le rapport indiquait que l'article le plus vu sur Facebook au cours du premier trimestre 2021 était un article publié par le Chicago Tribune : "Un docteur meurt deux semaines après avoir reçu un vaccin contre la COVID-19". Or, la mention de cet article, largement relayé par des opposants à la vaccination, a disparu de la version officielle du rapport de Facebook. La plateforme justifie cette disparition en évoquant un changement dans sa méthodologie de comptage des vues.

De son côté, [la Columbia Journalism Review se fait le relai de nombreuses critiques](#) sur ce rapport. L'organisme pointe notamment l'absence de prise en compte des contenus publiés par les comptes et groupes privés hébergés par Facebook. [Cette absence est d'autant plus problématique que les contenus les plus viraux sur](#)

Facebook aux États-Unis semblent émaner de comptes régulièrement associés à une chambre d'écho ultra-conservatrice au sein de la plateforme.

Pew Research Center – Misinformation online Survey

Entre 2018 et 2021, la position des citoyens américains concernant la désinformation en ligne a évolué. Ils sont désormais 48% (contre 39% en 2018) à soutenir une action du gouvernement pour lutter contre la désinformation, et 59% (contre 56% en 2018) à soutenir une telle action émanant des réseaux sociaux. Le rapport note cependant que si la majorité des Démocrates sont favorables à ce type d'actions, les Républicains y sont davantage réticents lorsque la liberté d'expression pourrait en être impactée.

DANS L'ACTUALITE

Brookings – L'angle mort de la désinformation relayée par la radio

INA – Entretien avec Pierre Assouline

First Draft – Bilan sur la désinformation liée à la COVID-19 en juillet

Harper's – Le rôle des plateformes numériques dans la propagation de la désinformation

France Culture – Le financement des fake news / entretien avec Aude Favre et Sylvain Louvet

Africa Check – Impacts de la désinformation et fact-checking

Challenges – Autoriser les Talibans sur les réseaux sociaux ?

NiemanLab – Le rapport des citoyens américains à l'information médiatique

LES ÉVÉNEMENTS

Assises internationales du journalisme – 14e édition

Quand : 29 Septembre – 1er Octobre

Où : Espace MAME (Tours)

Festival de l'info locale

Quand : 23 et 24 Septembre

Où : Halle 6 Ouest (Nantes)

Contre la désinformation en ligne et les discours de haine pour favoriser la paix

Qui : UNESCO

Quand : 21 Septembre

Où : en ligne

Le Festival du Monde

Qui : le Monde

Quand : 24 - 26 Septembre

Où : Paris / en ligne

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/>