

## Les médias sociaux favorisent-ils la polarisation des opinions et la désinformation ?

*Focus sur les usages de Facebook et Twitter  
durant la campagne présidentielle française de 2017*

Julien Figeac  
CNRS – LISST

Guillaume Cabanac  
IRIT – Univ. Toulouse III

Pierre Ratinaud  
LERASS – Univ. Toulouse II

### En collaboration avec :

Ophélie Fraisier, IRIT – Univ. Toulouse III  
Tristan Salord, IRIT – Univ. Toulouse III

Fanny Seffusatti, LISST - Univ. Toulouse II  
Nikos Smyrnaio, LERASS – Univ. Toulouse III



## La thèse « technophile » :

### les médias sociaux favorisent le pluralisme de l'information et l'hétérophilie idéologique

**Internet et les médias sociaux ont profondément diversifié les sources d'informations à partir desquelles les individus peuvent s'informer**

(Bakshy et al., 2012 ; Goel, Hofman et Sirer, 2012)

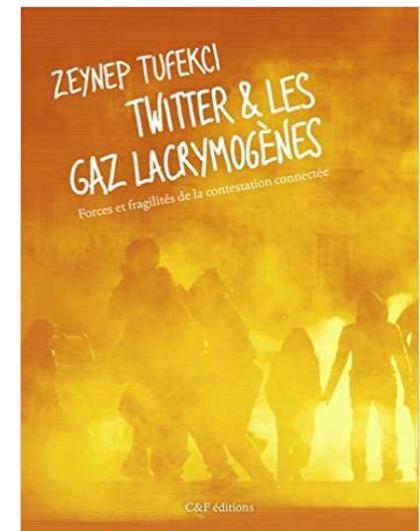
>> Les médias sociaux forment des contextes d'exposition non-volontaire aux informations susceptibles de nous confronter à une grande diversité d'opinions (Valeriani and Vaccari, 2016; Weeks, Lane, Kim, Lee, and Kwak, 2017)

>> Par cette exposition, ils peuvent amener les individus à changer d'opinions (Fletcher et Nielsen, 2017)

>> Ils alimentent ainsi un phénomène d'hétérophilie idéologique : s'ouvrir à des opinions politiques éloignées des siennes et de celles de ses liens forts (Bakshy, Messing, and Adamic, 2015; Messing and Westwood, 2014)

**Internet et les médias sociaux ont ainsi des effets réels sur le débat démocratique et la diversité idéologique des opinions, ils tendent à favoriser l'engagement politique et à vivifier le débat dans les démocraties libérales**

(Cf. Zeynep Tufekci, 2017 ; Cardon en France)



## **Les thèses critiques 1/2**

### **Les médias sociaux favorisent aussi une polarisation idéologique**

#### **>> Les sociologues/politistes montrent que les réseaux de discussions en ligne sont homophiles**

>> Seulement 20 % des « amis » Facebook ont une affiliation politique opposée (Bakshy, Messing et Adamic, 2015), ils s'échangent donc des informations idéologiquement concordantes

>> Les espaces de discussion en ligne peuvent ainsi former des **« echo chambers »** où les individus s'exposent à des opinions concordantes qui viennent renforcer leurs convictions initiales (Sunstein, 2007) sans s'exposer à des contradictions (Jamieson et Cappella, 2008)

#### **>> Les chercheurs en sciences de l'information montrent les effets négatifs du « machine learning »**

>> Les processus automatisés de recommandations de contenus génèrent des **« bulles de filtre »**, ils exposent les individus aux contenus partagés par leurs amis les plus proches (idéologiquement) (Pariser, 2011 ; Agichtein et al., 2006 ; Das et al., 2007)

>> Ils renforcent ainsi les effets de polarisation en amplifiant les échanges d'informations entre les cercles d'amis idéologiquement proches

#### **>> Ces logiques d'exposition « accidentelles » aux News – sociale et algorithmique – induisent un sentiment d'être « bien » informé qui alimente un profond cynisme politique, un complotisme, voir des positions antidémocratiques**

(Gil de Zúñiga and Diehl, 2019 ; Song, Gil de Zúñiga, and Boomgaarden, 2020)

## Les thèses critiques 2/2

### Les médias sociaux favorisent aussi la propagation des fake news

**La prolifération des « fake news » rend potentiellement toxique le pluralisme de l'information censé être favorisé par Internet et les médias sociaux**

*>> Le « political fact-checking journalism » (Graves, 2016) montre que Donald Trump diffuse régulièrement, et de manière stratégique, des fake news à ses 87 000 000 d'abonnés sur Twitter*

Mais cette notion "Fake News" est galvaudée et théoriquement stérile (Tandoc, Lim and Ling, 2017)

Claire Wardle et Hossein Derakhsha (2017) proposent d'abandonner ce terme pour distinguer :

- 1) la désinformation : une fausse information, produite **délibérément** pour porter préjudice à une personne, un groupe social, une organisation ou un pays (= 0,001% des usages...)
- 2) la mésinformation : une fausse information produite/ou relayée **sans intention** de causer du tort (= 99,999% des usages...)

# Quelles méthodes, quelles données pour étudier la més / désinformation ?

Les sciences de l'information ont formalisé des méthodes et des "métriques" pour analyser la "propagation" de la désinformation

>> Méthode mise en place en France pour étudier la désinformation dans les blogs (Venturini T., Jacomy M., Bounegru L. & Gray, J., 2018) et dans Twitter (Gaumont, N., Panahi, M., & Chavalarias, D., 2018)

## Méthode :

**1. Collecter un corpus (de tweets) partagés par des communautés politiques (LFI, PS, LREM, LR, FN)**

**2. Analyser les URL des articles partagés (via ces tweets) pour isoler ceux pointant vers des Fake News**

>> Analyser ces URL à partir de celles qui sont référencées dans des bases de données de "Fact-Checking" alimentées par des journalistes (*snopes.com, politifact.com, factcheck.org, etc.*)

>> En France, il n'existe que la base de données du Décodex du journal Le Monde

**3. Quantifier la proportion de ces URL, pointant vers des Fake News, dans les différentes communautés**

>> Mesurer les taux de retweets, vitesse de retweet, etc.

# Quelles méthodes, quelles données pour étudier la més/désinformation ?

Les SHS prolongent cette méthode de « détection » des fake news par un travail de catégorisation « manuel » des types de sources à partir desquelles la désinformation est relayée

>> La typologie du « Computational Propaganda Research Project » coordonné par l'*Oxford Internet Institute* (Neudert, Howard and Kollanyi, 2019) distingue ainsi :

- les “professional news sources” (presse écrite, télévision, etc.)
- les “professional political sources” (sites de partis, des ONG, syndicats, etc.)
- les “other political news and information sources” (blogs personnels et sites de militants)
- les “junk news” (qui ont relayé de la désinformation ; « F de souche », etc.)

>> **Nous avons adapté et développé cette typologie pour analyser :**

- Le poids des différentes sources d'informations dans les partages d'information dans Facebook et Twitter
- Le poids des “junk news” (nous les appelons des sources peu fiables) dans ces échanges
- La couleur politique des sources (plutôt de droite, plutôt de gauche) pour mesurer l'homophilie idéologique dans les partages d'information

# Le partage d'informations dans Facebook lors de la campagne présidentielle française de 2017

Vers une bulle de désinformation au sein de l'extrême droite

Julien Figeac, Nikos Smyrniotis, Tristan Salord, Guillaume Cabanac, Ophélie Fraisier, Pierre Ratinaud, Fanny Seffusatti, (2020). Information-sharing practices on Facebook during the 2017 French presidential campaign: An "unreliable information bubble" within the extreme right. *Communications: The European Journal of Communication Research*, Online First.

# Le périmètre du corpus

Un corpus de groupes publics (n = 62) et de pages (n = 190) Facebook

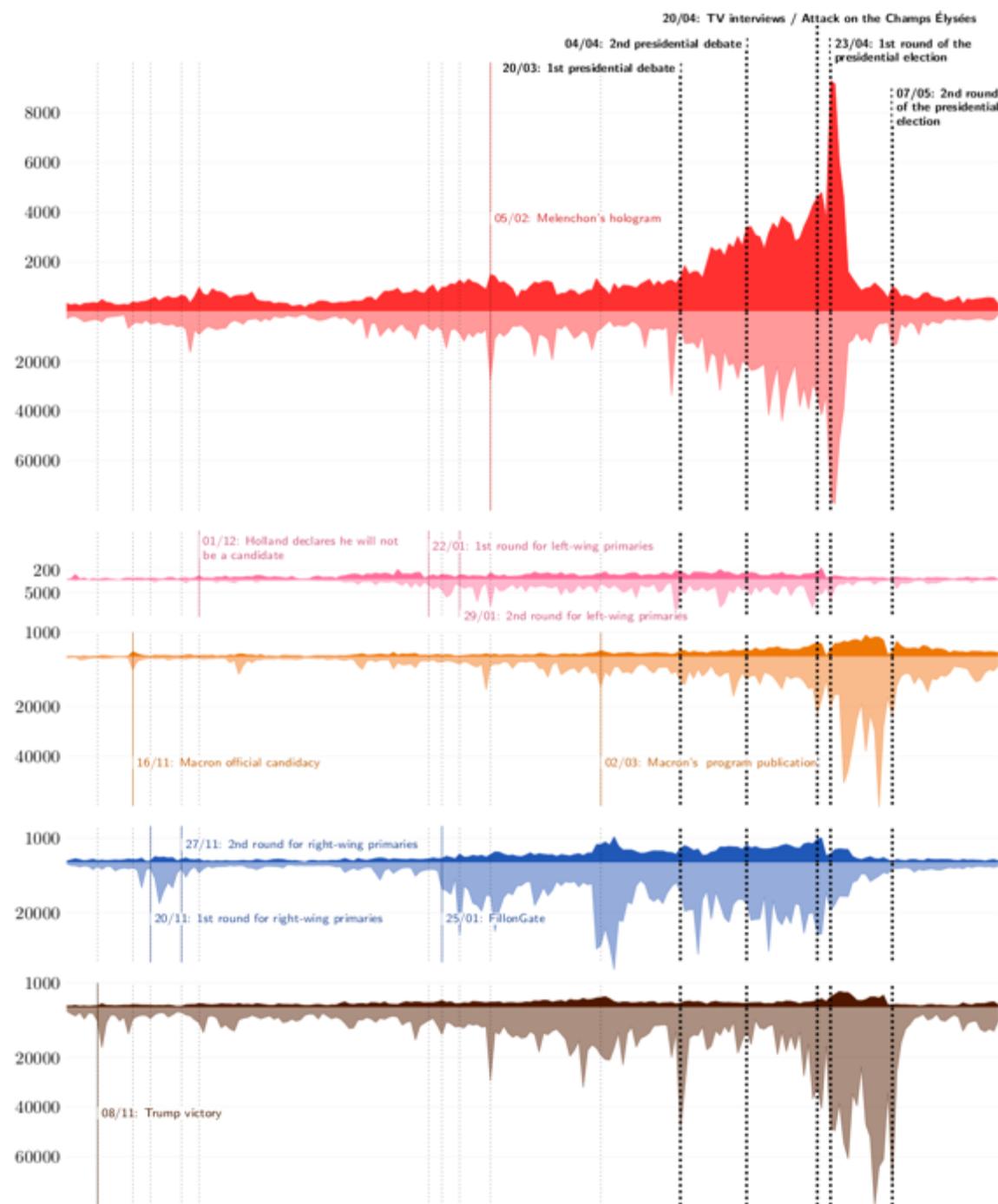
| Communautés Politiques | Nombre de groupes | Nombre de pages | Total |
|------------------------|-------------------|-----------------|-------|
| LFI                    | 13                | 44              | 57    |
| PS                     | 13                | 29              | 42    |
| REM                    | 11                | 32              | 43    |
| LR                     | 14                | 44              | 58    |
| FN                     | 11                | 41              | 52    |

>> Collecte des données de ce corpus de pages Facebook via Netvizz (Reider, 2013)

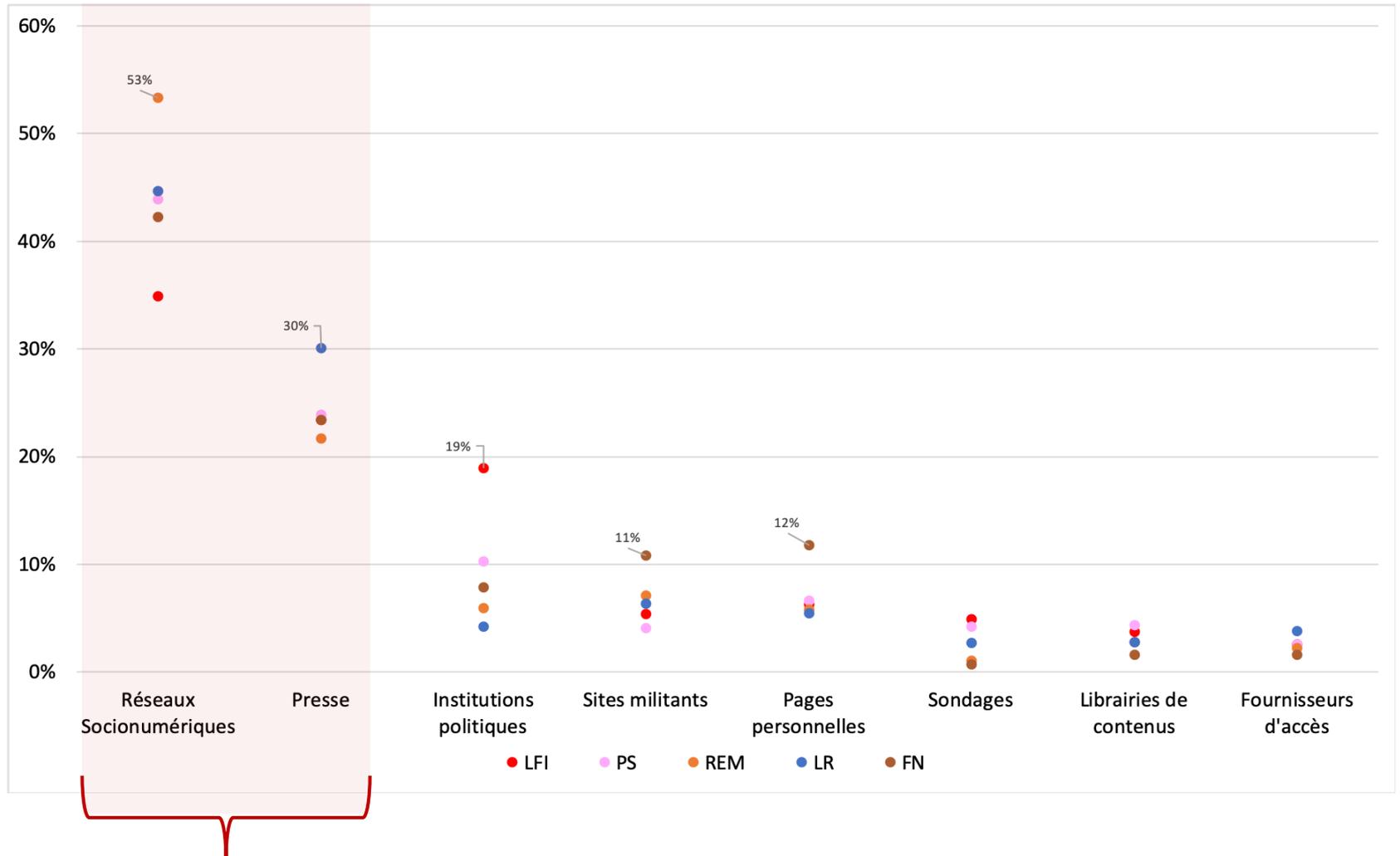
>> Campagne d'entretiens ( $n = 75$ ) avec les community managers et des utilisateurs intensifs pour comprendre leurs pratiques, leurs usages de Facebook et Twitter

# Quelle période ?

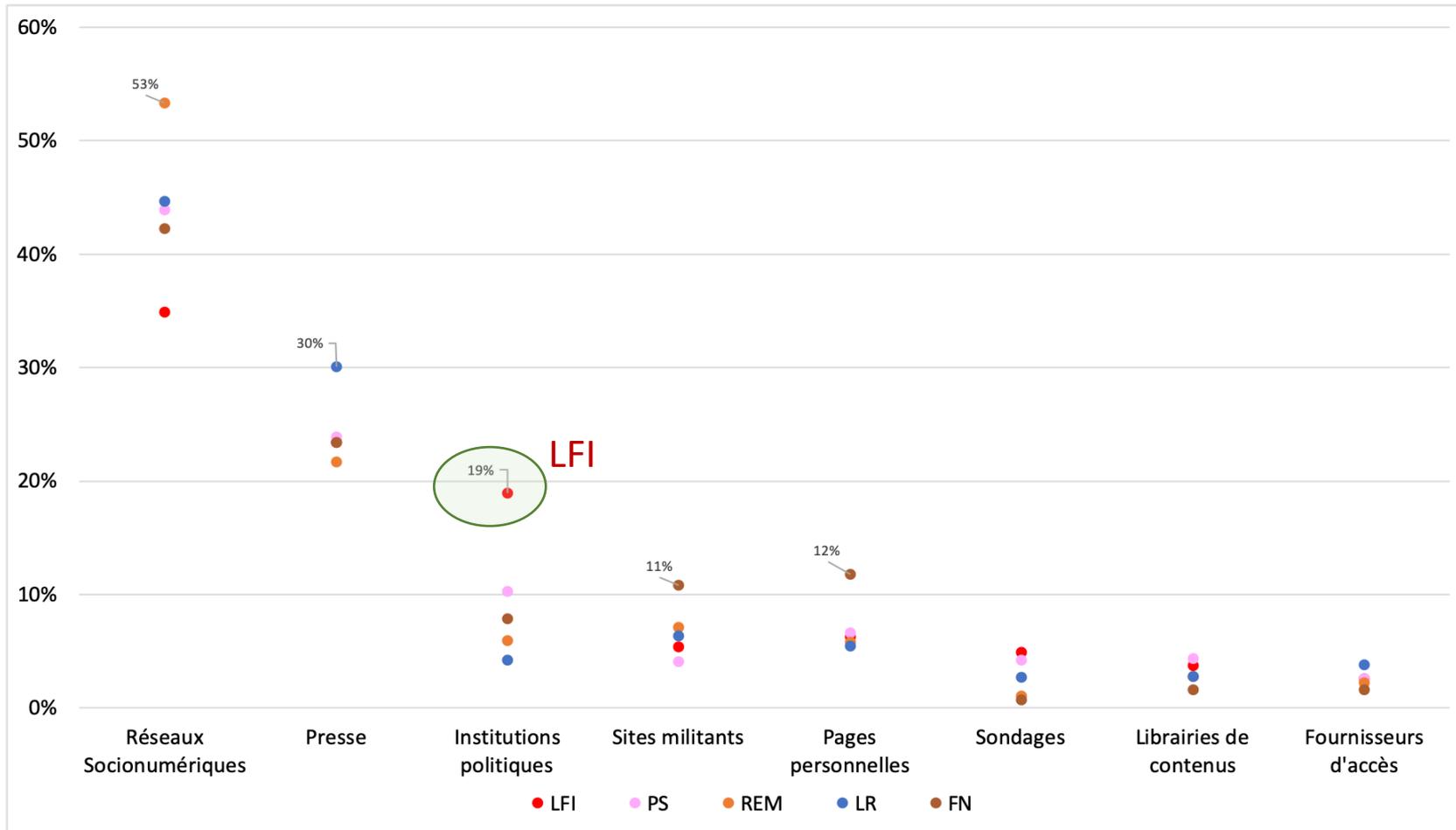
De novembre 2016,  
lors des primaires du PS,  
à fin mai 2017,  
après le second tour de l'élection



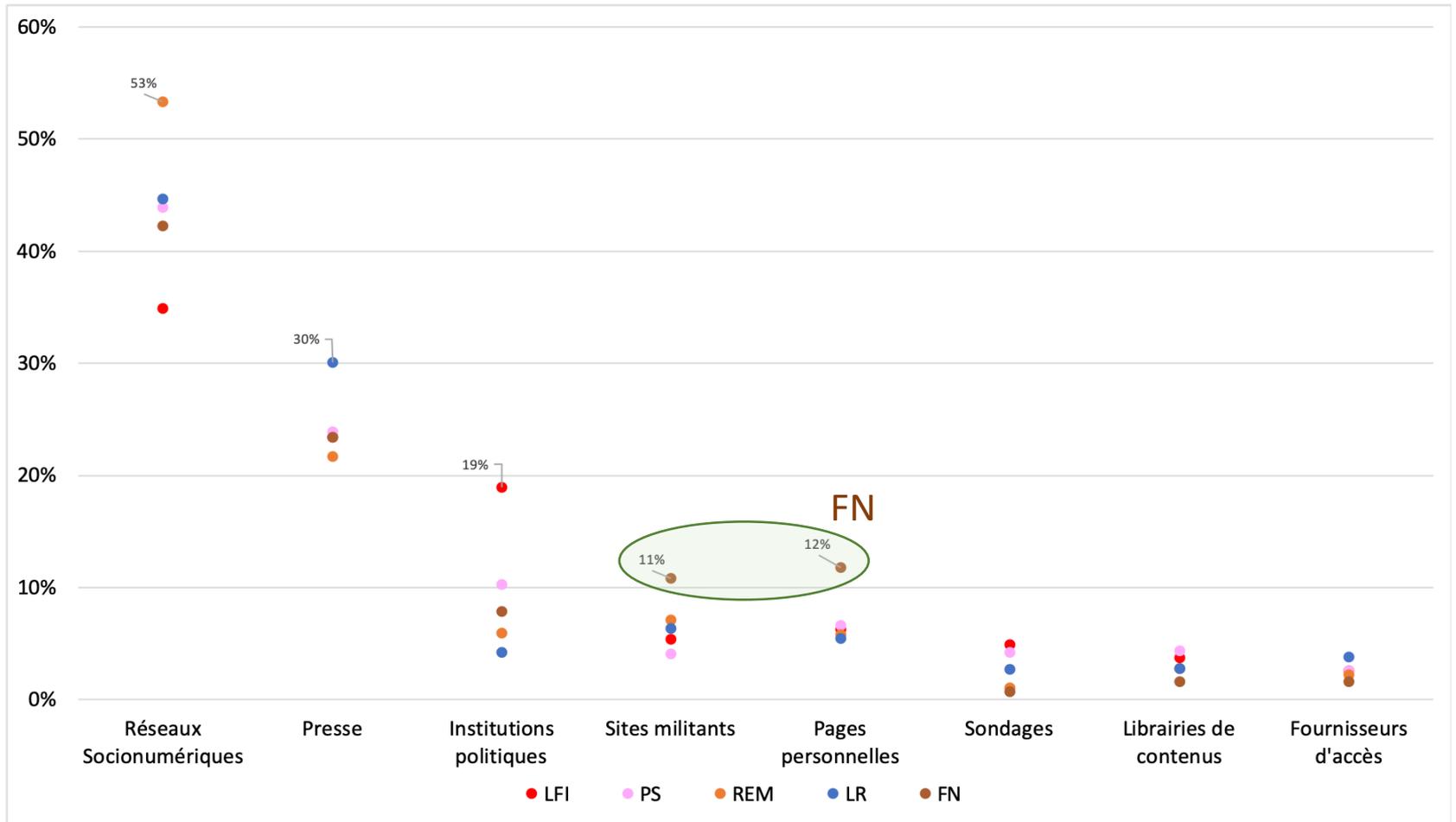
# Part des différents types de sources d'information au sein des communautés politiques



# Part des différents types de sources d'information au sein des communautés politiques

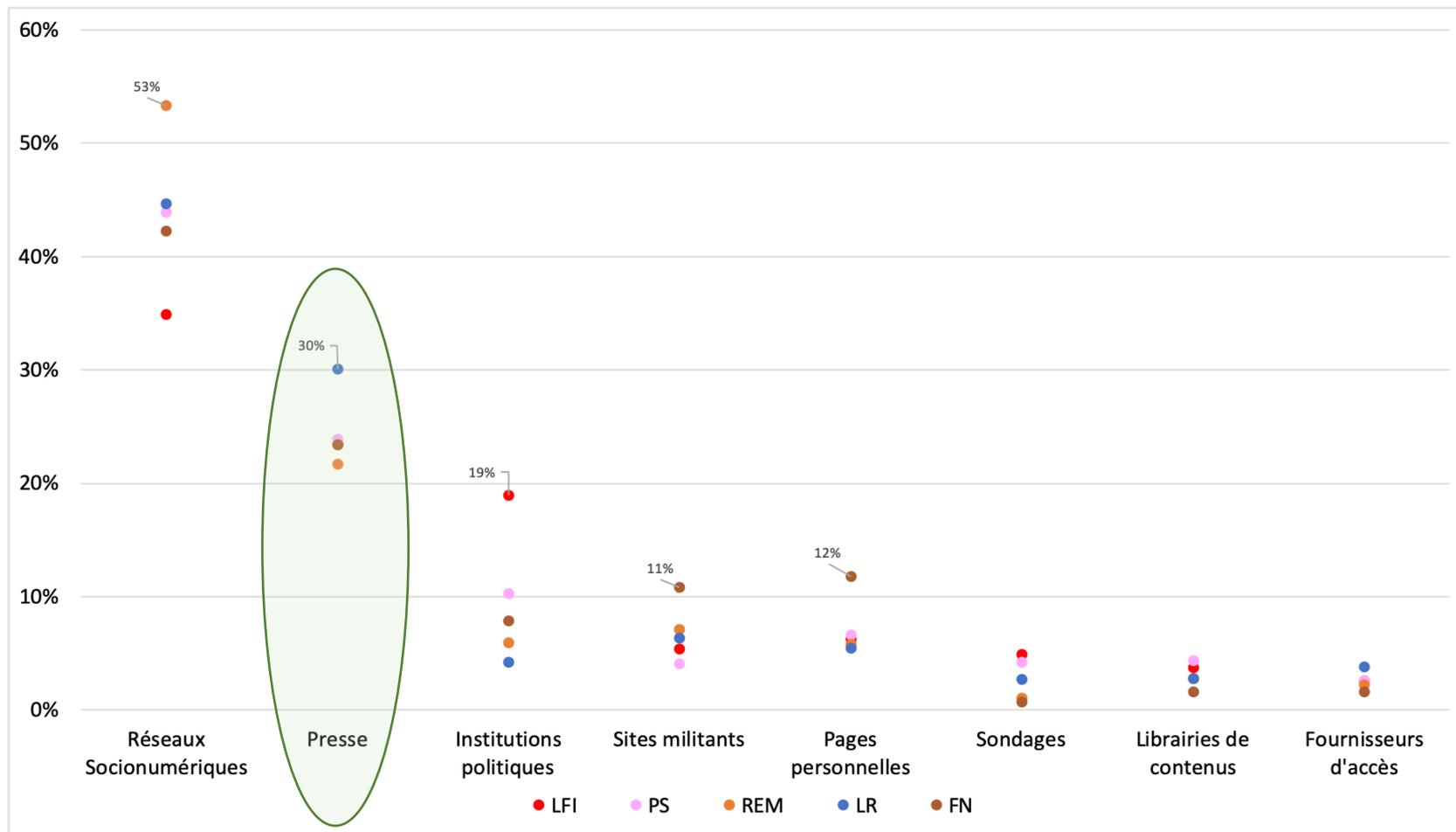


# Part des différents types de sources d'information au sein des communautés politiques

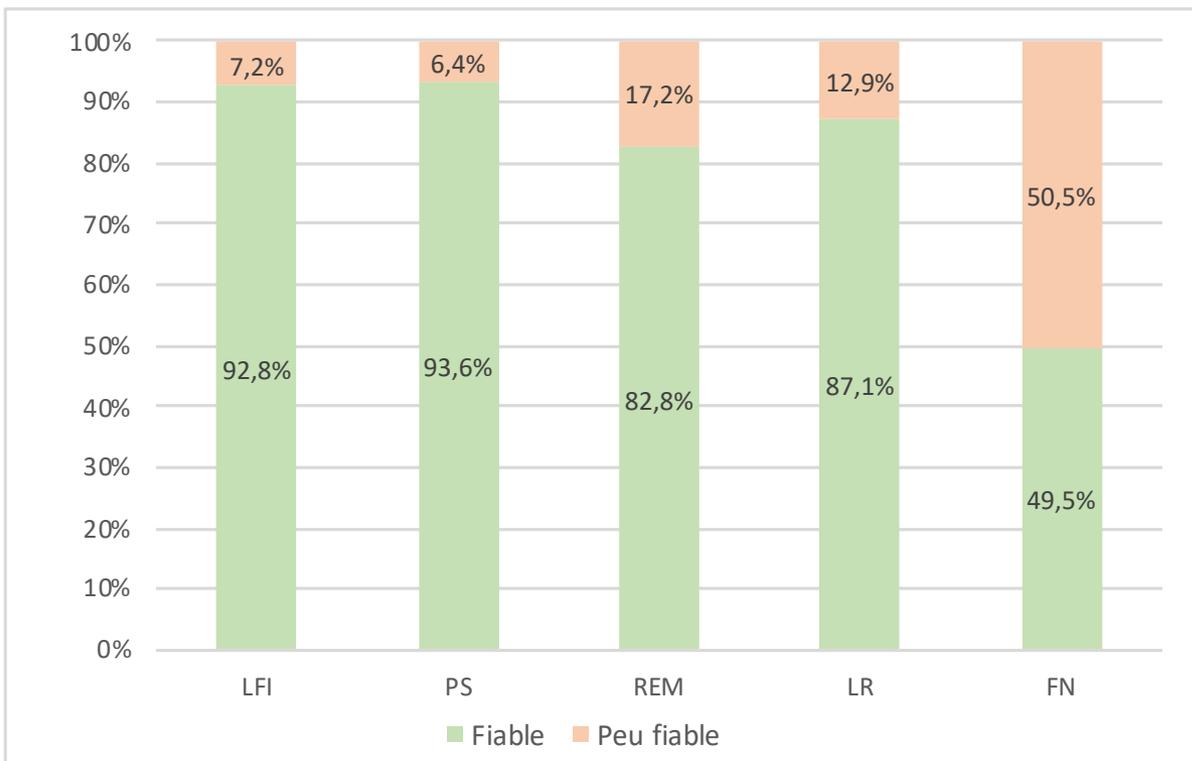


# Part de la fiabilité des sources au sein des communautés politiques

Le décodex et notre catégorisation manuelle analysent la fiabilité des url des sites de presse et, quand cela a été possible, des institutions politiques, sites de militants et blogs



# Part de la fiabilité des sources au sein des communautés politiques



Une nette surreprésentation des sources peu fiables en circulation au sein des groupes et des pages affiliées au FN

LREM a relayé des Fake News pour coordonner leurs « réponses » aux différentes vagues de cette campagne de « réinformation » du FN

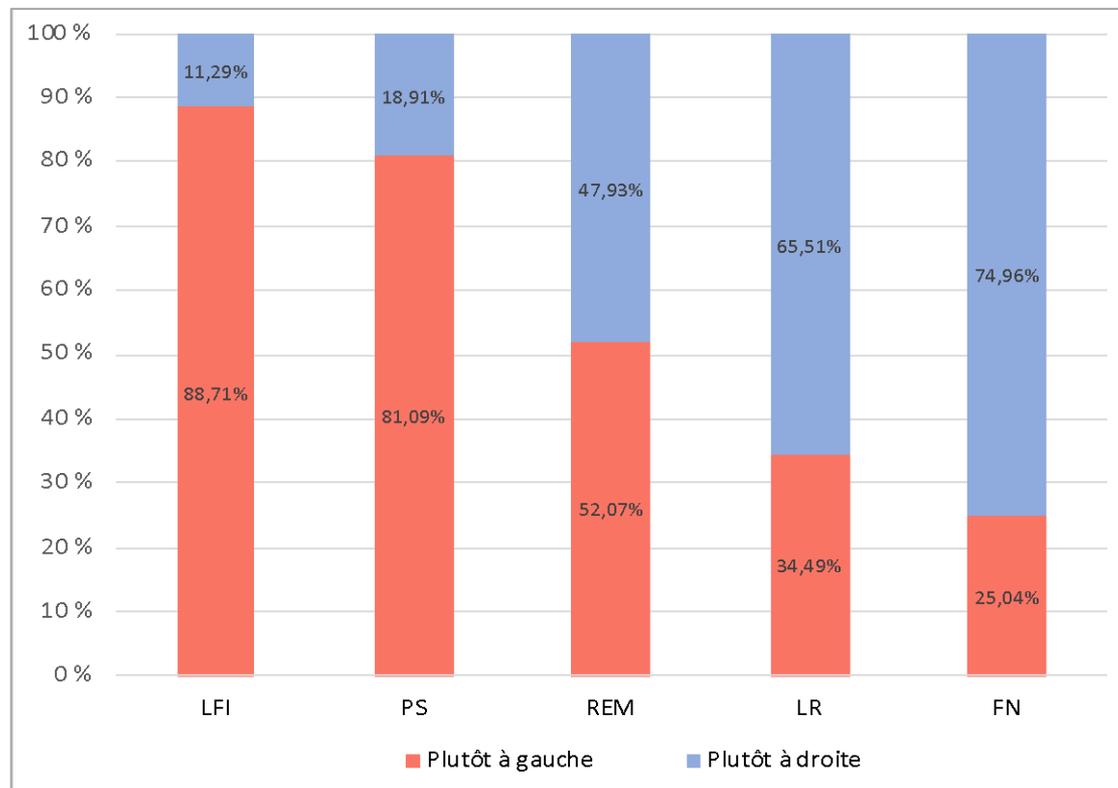
# Affiliation politique des sources partagées au sein des communautés politiques

Les centristes citent à part  
quasi égale des sources  
politiquement à droite et à gauche

Plus on va vers les extrêmes,  
moins on cite de sources non  
alignées sur ses positions  
idéologiques

**>> L'homophilie politique  
est donc plus forte dans les  
communautés politiques  
situées aux « extrêmes »**

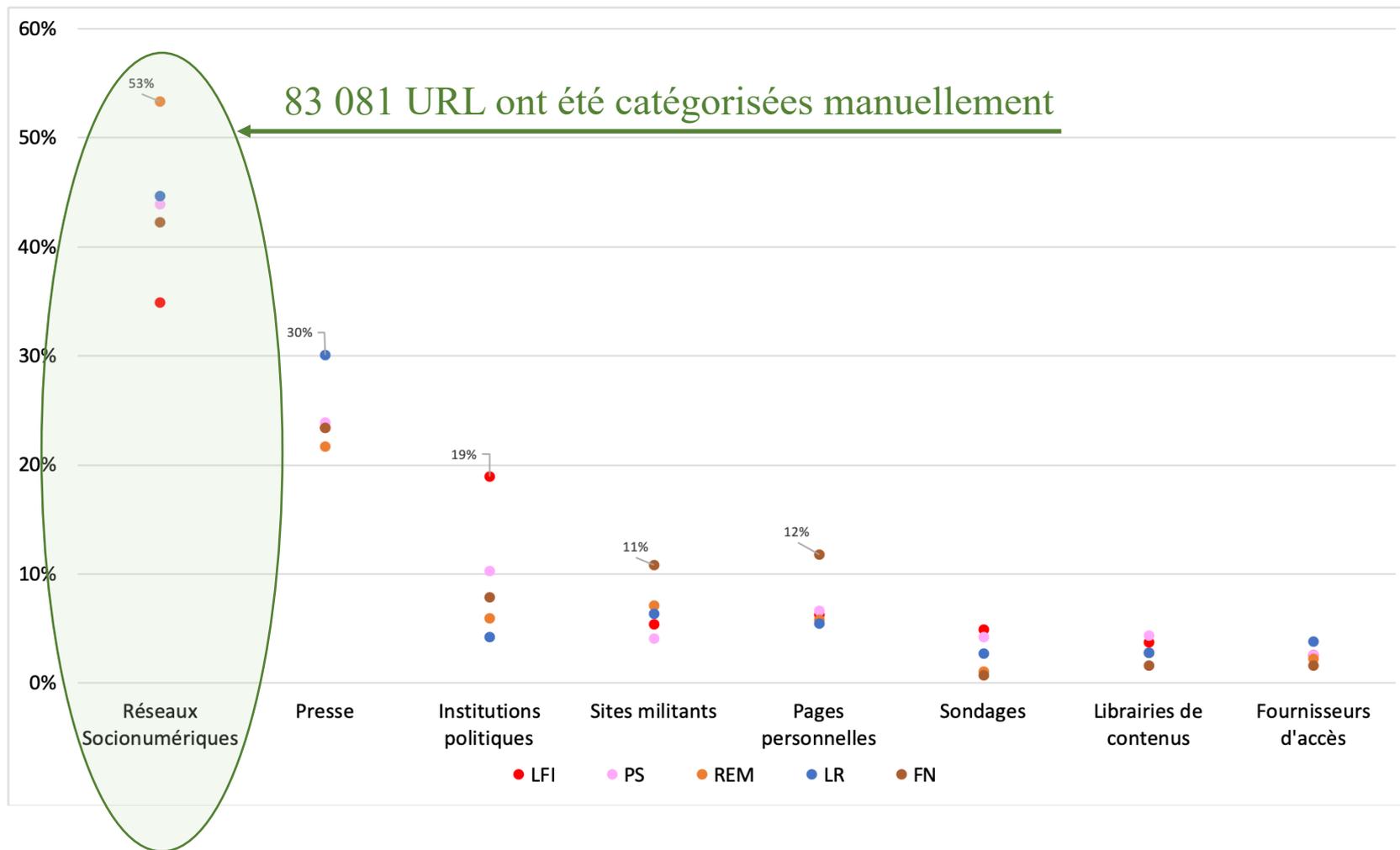
**=> Les médias sociaux  
alimentent un pluralisme de  
l'information très relatif...**



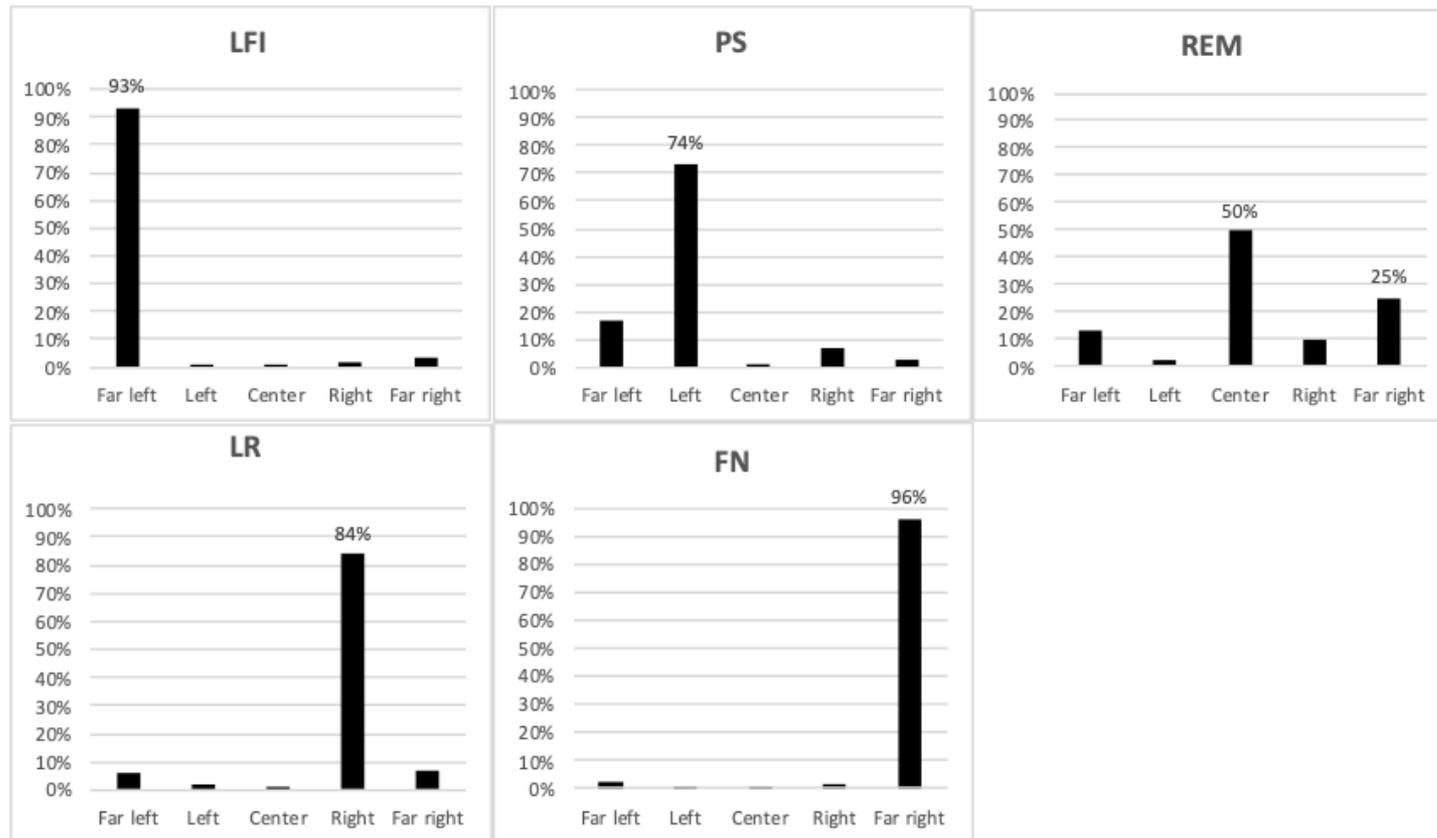
*\*Le Décodex classe certains titres de presse comme étant plutôt à droite ou plutôt à gauche*

# Part de la fiabilité des sources au sein des communautés politiques

Réalisation d'une analyse des contenus partagés entre les pages Facebook d'une même communauté politique



# L'endocitation entre les pages Facebook des communautés politiques



**L'endocitation est plus importante aux extrêmes :**

>> 96% des contenus partagés dans une page Facebook du FN, depuis une autre page Facebook, provient d'une autre page Facebook de la communauté de l'extrême droite

>> Comme les sources peu fiables sont surreprésentées au FN => « Bulle de désinformation »

## **Conclusion intermédiaire**

**Les sources fiables restent au centre des logiques de partage d'information**

**L'endocitation est une norme dans les pages Facebook des communautés politiques**

>> Un peu plus importante dans les communautés situées aux « extrêmes »

**L'homophilie idéologique des sources d'information est également une norme**

>> Un peu plus importante dans les communautés situées aux « extrêmes »

>> Le pluralisme de l'information est donc relatif : il diversifie le nombre de sources mais n'augmente pas forcément l'exposition à des sources idéologiquement éloignées

**En revanche, la fiabilité des sources d'information varie entre les communautés politiques**

>> Sur-représentation des sources peu fiables au FN : la campagne de « ré-information » mise en place par les militants crée une « bulle de désinformation »

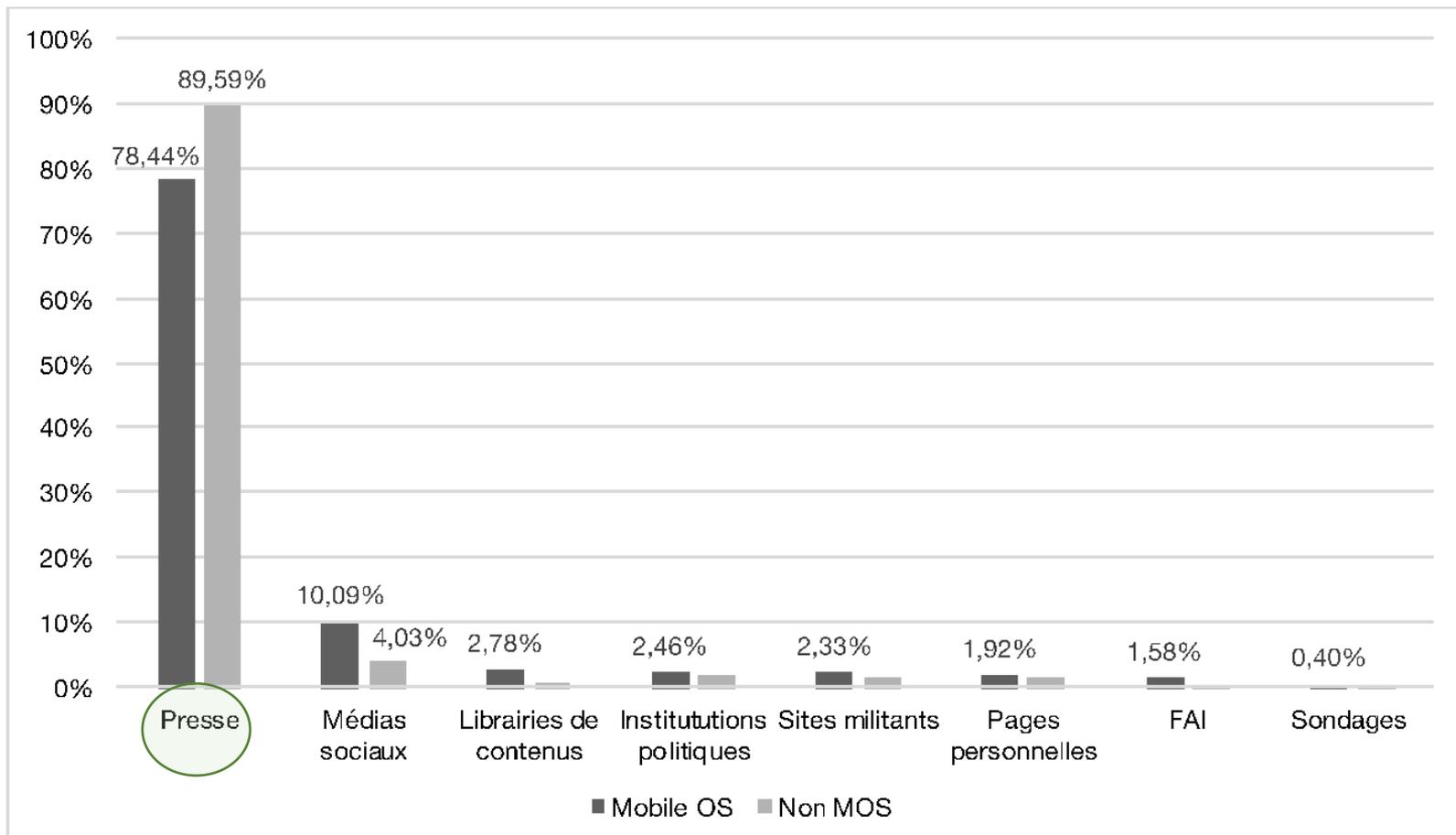
>> Le pluralisme de l'information est donc relatif : des militants exploitent les ressources des médias sociaux pour diffuser leur « sources alternatives » et mener à bien leur campagne de « réinformation »

# Les téléphones mobiles favorisent-ils la propagation des informations peu fiables ?

Julien Figeac, Pierre Ratinaud, Nikos Smyrniotis, Tristan Salord, Guillaume Cabanac, Ophélie Fraisier, Fanny Seffusatti. Mobile phones in the spread of unreliable information on Twitter: Evidence from the 2017 French presidential campaign. *Mobile Media & Communication*, OnlineFirst, 2020.

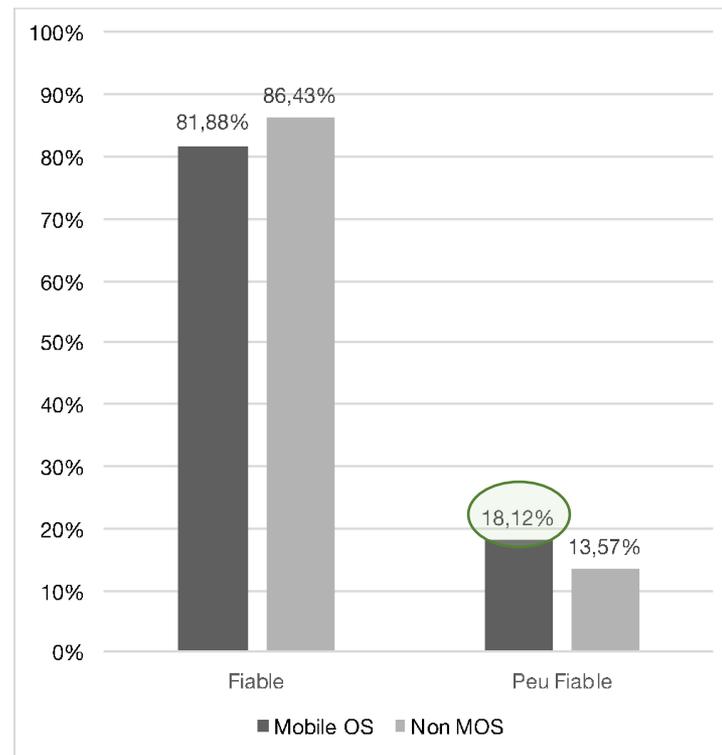
# Part des différents types de sources selon les plateformes

Parmi les 38 346 765 tweets collectés entre novembre 2016 et mai 2017, nous avons réussi à analyser les sources d'information partagées par 11 048 901 tweets



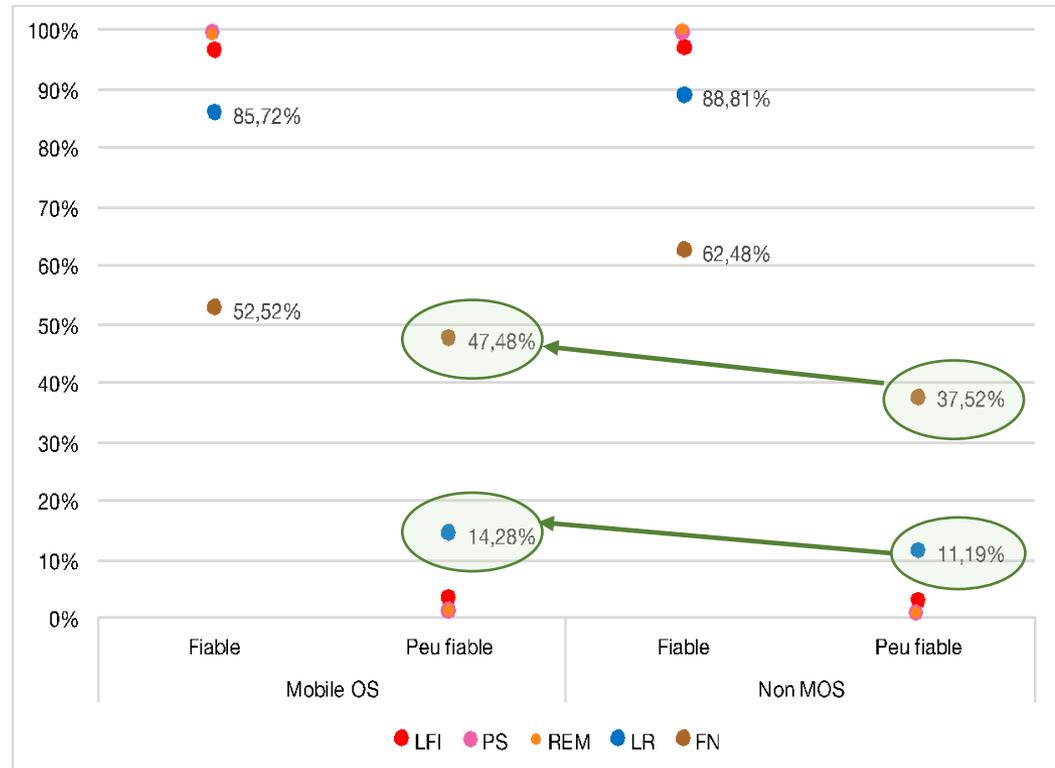
# Part de la désinformation selon les plateformes

Dans Twitter, il y a plus de (re)tweets pointant vers une source d'information peu fiable qui ont été émis depuis une plateforme mobile



# Part de la désinformation selon les plateformes et selon les communautés politiques

La part des sources d'information peu fiables partagées depuis une plateforme mobile est plus importante dans les communautés FN et LR



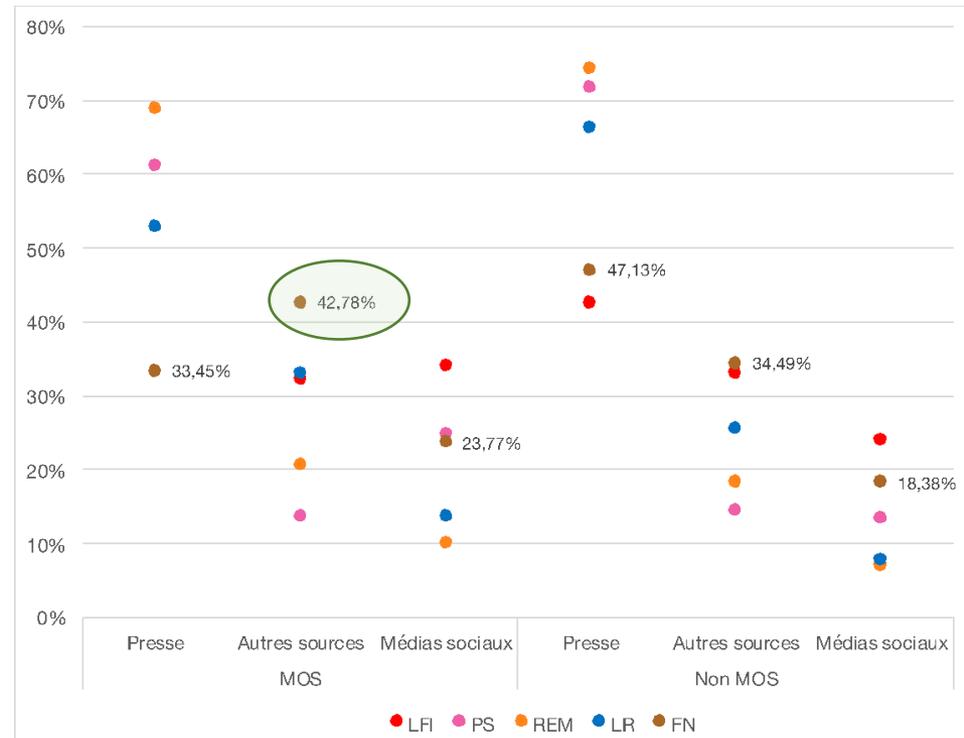
**Ces deux communautés ont partagé plus de sources peu fiables via Twitter au moment de cette élection (Gaumont, Panahi et Chavalarias, 2018)**

**>> Les plateformes mobiles tendent donc à amplifier la circulation de la désinformation au sein des communautés qui tendent par ailleurs à en partager un plus grand nombre**

# Part de la désinformation selon les plateformes et selon les communautés politiques

La part des sources d'information alternatives est plus importante au FN

>> *Les sites de militants ou les pages personnelles de partisans*



>> **Les plateformes mobiles tendent à amplifier la circulation de la désinformation au sein des communautés qui partagent le plus de sources d'information alternatives**

>> **Si les téléphones mobiles favorisent le pluralisme de l'information et les modes d'expression alternatifs, notamment lors des rassemblements et des manifestations (Zeynep Tufekci, 2017 ), ils favorisent aussi et ainsi la propagation de la désinformation**

Merci !

**Julien Figeac**  
CNRS – LISST

**Guillaume Cabanac**  
IRIT – Univ. Toulouse III

**Pierre Ratinaud**  
LERASS – Univ. Toulouse II

**En collaboration avec :**

Ophélie Fraasier, IRIT – Univ. Toulouse III  
Tristan Salord, IRIT – Univ. Toulouse III

Fanny Seffusatti, LISST - Univ. Toulouse II  
Nikos Smyrnaio, LERASS – Univ. Toulouse III