



## SOMMAIRE

**Les chercheurs, les décideurs politiques et le public en général accordent de plus en plus d'attention aux menaces que la désinformation et les autres formes de manipulation des médias en ligne constituent pour les institutions démocratiques et la vie politique. Depuis le référendum pour le Brexit et l'élection présidentielle aux États-Unis en 2016, et prenant de l'ampleur aux élections européennes de 2019, les inquiétudes au sujet des campagnes de désinformation coordonnées organisées par un État ou par d'autres acteurs, les comptes automatisés sur les réseaux sociaux (« robots »), la publicité malveillante et trompeuse et la polarisation améliorée par des « bulles de filtres » algorithmiques ont atteint leur plus haut niveau historique.**

Le Projet démocratie numérique (PDN) a été établi pour aider à construire une base de données internationale sur les répercussions de ces tendances en s'appuyant sur une étude de cas solide dont les méthodes pourraient être appliquées dans d'autres pays. Le projet comporte trois phases. La première phase était un atelier de deux jours pour journalistes sur les menaces de la désinformation, qui s'est tenu en mai 2019 à Toronto. La deuxième, l'objet du présent rapport, portait sur la recherche et la surveillance en temps réel de l'écosystème des médias numériques avant les élections fédérales canadiennes du 21 octobre 2019. La



troisième et dernière phase, qui démarre début 2020, comprendra des recherches et des consultations plus poussées avec des experts et des représentants du secteur public pour formuler des recommandations en matière de politiques.

Nous avons lancé cette phase du projet en août 2019 et continué de collecter les données jusqu'en fin novembre. Cette recherche s'appuie sur le champ d'étude croissant de l'intégrité des élections et, en particulier, sur l'étude de la propagation et de l'influence de l'exposition

aux médias (en ligne et hors ligne) ainsi que de la désinformation et du contenu toxique sur le comportement des électeurs. En utilisant une nouvelle approche qui a associé l'analyse des données à une batterie d'enquêtes nationales représentatives, nous avons cherché à contextualiser et à mieux comprendre les modèles émergents de l'activité en ligne à l'aide de mesures de la consommation des médias, de la confiance et de la partisanerie.

De façon générale, nos résultats suggèrent que l'écosystème canadien de l'information politique est probablement plus résilient que celui d'autres pays, particulièrement les États-Unis, en raison de la confiance relativement élevée de la population dans les médias d'information traditionnels, de préférences médiatiques relativement homogènes avec une place marginale pour les nouvelles hyperpartisanes, de niveaux élevés d'intérêt et de culture politiques et – malgré la fragmentation des médias en ligne – de niveaux assez faibles de polarisation idéologique dans l'ensemble. Alors que nous constatons une polarisation affective, c'est-à-dire ce que les individus ressentent à l'égard des autres partis et de leurs partisans, nous observons une polarisation moindre sur les enjeux, ce qui a été un point de vulnérabilité important lors d'autres élections à l'étranger.

Malgré certaines inquiétudes quant à l'utilisation de l'activité automatisée pour créer des mots-clic sur Twitter ou la présence de quelques sites en ligne peu recommandables, notre recherche suggère que leur influence a été limitée. Bien qu'il reste d'importantes tâches aveugles dans l'écosystème en ligne causées par l'accès limité aux données pour les chercheurs, nous n'avons trouvé aucune preuve, sur la base de la communication que nous avons pu constater, d'une quelconque répercussion attribuable à des campagnes de désinformation coordonnées.

Pour l'avenir, cependant, nous trouvons des preuves qui semblent indiquer des vulnérabilités potentielles futures, dont la plupart sont liées à la partisanerie et à la polarisation croissantes, ainsi qu'à la segmentation de la population en environnements d'information en ligne qui renforcent les visions du monde existantes.

## Résultats principaux

**Consommation des médias :** Les médias hyperpartisans suscitent une grande inquiétude, au regard de l'expérience aux États-Unis du rôle important joué par les médias d'extrême droite qui ont influencé l'agenda médiatique lors des élections de 2016. En revanche, nous constatons que les distributeurs de nouvelles pour publics partisans spécifiques jouent un rôle très limité au Canada, 10 % seulement des personnes interrogées déclarant consommer des informations provenant de ces distributeurs. En fait, les préférences en matière de médias sont relativement homogènes d'un parti à l'autre, la plupart des Canadiens et Canadiennes consommant des nouvelles provenant de grands médias réputés et reconnus tels que la CBC, CTV et Global News. Cela est généralement vrai pour les modèles de partage sur les médias sociaux également, bien que le partage et la consommation de médias partisans soient un peu plus élevés en ligne. Il convient de noter que la télévision reste le mode dominant de consommation des nouvelles pour les Canadiens et Canadiennes – un espace qui n'est pas souvent suffisamment examiné à l'ère des médias sociaux.

**Confiance dans les médias et littératie :** Généralement, les Canadiens et Canadiennes font assez confiance aux médias d'information. Nous constatons que les Canadiens et Canadiennes ont envers les principaux

médias les mêmes niveaux de confiance qu'à l'égard de leurs amis et membres de famille, conformément aux études comparatives qui ont constamment mesuré la confiance des Canadiens et Canadiennes dans les médias comme étant parmi les plus élevées au monde<sup>2</sup>. D'une certaine manière, les Canadiens et Canadiennes semblent faire preuve d'éléments importants de littératie médiatique, en attribuant une très mauvaise note aux médias hyperpartisans ou peu recommandables et en se déclarant très sceptiques à l'égard des articles qu'ils voient sur les médias sociaux.

**Culture politique :** Les Canadiens et Canadiennes s'intéressent beaucoup à la politique et s'y connaissent assez bien. Alors que les inquiétudes concernant les effets corrupteurs du discours politique en ligne sont devenues l'objet d'une critique populaire, nos résultats laissent penser que même quand on fait la part d'une série de facteurs socio-économiques (âge, sexe, région, langue et statut professionnel), les personnes qui participent aux conversations en ligne sont plus intéressées par la politique, mieux informées et ont tendance à se sentir plus personnellement capables d'apporter des changements politiques. Nous sommes également quelque peu surpris de constater que les personnes ayant une exposition élevée aux nouvelles sont, non seulement plus susceptibles d'être mieux informées sur

1 Faris, R.M., et al. 2017. [Partisanship, Propaganda, and Disinformation: Online Media and the 2016 U.S. Presidential Election](#). Berkman Klein Center for Internet & Society.

2 Newman, N., et al. 2019. [Reuters Institute Digital News Report 2019](#). Reuters Institute for the Study of Journalism.

les politiques publiques que celles qui ne suivent pas les nouvelles, mais aussi d'être encore plus victimes de mésinformation. Cela ne signifie pas que les journalistes mésinforment délibérément; plutôt, il peut arriver que les personnes ayant de fortes convictions politiques s'intéressent sélectivement aux nouvelles fournies par les médias de sorte à tirer des conclusions inexactes pour soutenir leurs opinions existantes. Cela laisse penser que les nouvelles politiques telles qu'elles sont actuellement livrées aux Canadiens et Canadiennes ne sont peut-être pas un antidote à la mésinformation.

**Vérification des faits :** Nous constatons un vif intérêt pour la vérification des faits dans le grand public, près des trois quarts de notre échantillon représentatif de Canadiens et Canadiennes souhaitant voir plus de vérification des faits dans le journalisme. Il est rassurant de constater que ce désir de vérification des faits repose sur la confiance dans les médias, ce qui suggère qu'il est motivé positivement par le désir d'un meilleur journalisme et d'un public mieux informé, plutôt que négativement par un discours peu confiant sur les « fausses nouvelles », faisant des journalistes des suspects qui doivent donc être constamment surveillés. Bien que l'infrastructure de vérification des faits mise en place pour l'élection canadienne ait été fragmentée entre divers organes d'information et n'ait jamais bénéficié du type de coordination et de collaboration qui ont été déployées dans d'autres contextes, nos résultats nous permettent d'espérer que la vérification des faits pourra permettre de corriger les perceptions erronées. Il existe cependant des limites importantes à la vérification des faits. Il est plus facile d'améliorer la connaissance des faits des personnes qui sont simplement ignorantes que de celles qui sont mésinformées, car ces dernières

sont moins susceptibles de renoncer à croire à une histoire fausse après une vérification des faits. De même, nous n'avons pas trouvé de preuves suffisantes que les vérifications des faits en elles-mêmes ont des effets significatifs en aval sur des attitudes bien ancrées en matière de politiques. Par exemple, les vérifications des faits sur le changement climatique semblent avoir peu d'effet sur la position des Canadiens et Canadiennes concernant les taxes sur le carbone.

**Polarisation :** Nous avons examiné diverses mesures de la polarisation au Canada. Nous constatons que les Canadiens et Canadiennes ont généralement tendance à être idéologiquement modérés plutôt que de se regrouper des deux côtés d'un spectre idéologique. Cependant, nous voyons les prémices d'une tendance potentiellement inquiétante de polarisation affective, où des partisans engagés ont des sentiments fortement négatifs contre les membres de partis idéologiquement opposés. Il est intéressant de relever que nous avons trouvé peu de preuves que les élections fédérales canadiennes tendues de 2019 aient influencé les niveaux de polarisation affective, qui sont restés relativement stables tout au long de la campagne. Nous n'avons pas non plus trouvé de preuves que l'utilisation des médias sociaux exacerbe la polarisation affective, qui semble être motivée par l'idéologie, la partisanerie et les perceptions de l'extrémisme des partis.

**Chambres d'écho :** Notre suivi de la consommation de nouvelles en ligne et nos expériences d'enquête suggèrent que les Canadiens et Canadiennes sont beaucoup moins susceptibles que l'on pourrait s'y attendre de choisir des distributeurs de nouvelles et d'histoires partisans. Cependant, selon les recherches précédentes sur l'homophilie dans

les réseaux Twitter, les Canadiens et Canadiennes ne sont généralement pas attirés par les distributeurs partisans de nouvelles bien que les utilisateurs de Twitter s'intéressent au contenu partisan de divers distributeurs. Les Canadiens et Canadiennes sont assez sélectifs dans le contenu qu'ils partagent et les personnes qu'ils suivent sur Twitter, de nombreux comptes partisans engagés ne suivant et ne partageant que le contenu de leur parti préféré. C'est une tendance potentiellement inquiétante de notre discours politique en ligne.

**Discours toxique :** Une préoccupation majeure à l'approche de cette élection, ainsi qu'à propos du discours en ligne plus généralement, est que la possibilité de publier anonymement sur des plateformes telles que Twitter et Reddit pourrait amener les utilisateurs à se sentir plus libres de poster des propos haineux à l'encontre de candidats politiques ou d'autres utilisateurs. La proportion de gazouillis contenant des propos haineux est restée faible (moins de 2 %), même dans les mots-clic négatifs. Nous avons constaté que les termes haineux étaient plus susceptibles d'apparaître dans les gazouillis qui expriment des sentiments négatifs. Les gazouilleurs de gauche étaient plus enclins à employer des termes classistes tels que « plouc », tandis que les gazouilleurs de droite utilisaient le plus souvent des insultes sexistes et sexualisées.

**Activité trompeuse :** Les médias se sont beaucoup intéressés à la possibilité que des acteurs politiques utilisent des comptes de médias sociaux coordonnés pour tenter d'influencer le discours en ligne. En raison du manque de fiabilité avéré des outils de détection des robots, il est pratiquement impossible de déterminer le niveau d'une telle activité trompeuse. Cependant, si les

méthodes de détection des robots sont appliquées à nos données, nous constatons que la grande majorité des comptes qui sont engagés dans le discours politique canadien et qui n'ont pas été fermés par Twitter ne sont pas signalés comme étant trompeurs. Nous avons également enquêté sur les allégations d'influence étrangère par des comptes incluant dans leurs profils le slogan « Make America Great Again (MAGA) (Redonner aux É.-U leur grandeur) ». Malgré une proportion plus élevée de comptes probablement automatisés parmi les utilisateurs étiquetés MAGA que dans l'ensemble du groupe d'utilisateurs que nous avons testé, ni l'analyse automatisée ni l'analyse manuelle n'ont révélé de preuves d'un comportement coordonné que nous qualifierions de manipulation ou d'interférence électorale.

**Scandales :** Nous avons examiné deux histoires majeures qui ont éclaté lors de l'élection de 2019 : la publication de photos de Justin Trudeau, avant son engagement en politique, grimé en noir et la révélation qu'Andrew Scheer n'était pas courtier d'assurance comme il l'avait prétendu. L'examen du comportement des internautes à l'égard de ces deux histoires donne un aperçu de l'écosystème en ligne : lorsqu'un scandale éclate aussi soudainement comme ceux-ci, il nous permet d'observer comment cela peut amener le comportement des médias sociaux à changer. Dans les deux cas, nous constatons que le pic d'activité relatif aux révélations a duré environ 48 heures, avec une baisse d'attention suivie d'un très faible intérêt général cinq à sept jours après le début de l'histoire. Nous constatons que l'intérêt des journalistes et des candidats a faibli au même rythme que celui du grand public, et que les utilisateurs de Facebook et Twitter ont des modèles d'intérêt et d'oubli similaires. Nous constatons également que l'at-

tention portée à ces histoires était largement spécifiques à des communautés ayant une motivation partisane, les différents groupes partisans réagissant très différemment aux deux histoires et montrant une forte propension à favoriser la discussion sur les scandales des partis opposés. Il s'agit d'un thème récurrent dans le rapport général, les individus étant motivés à consommer et à partager des contenus qui soutiennent leur candidat, chef ou parti préféré.

**Désinformation :** Enfin, tout au long de l'élection, nous avons activement recherché la désinformation – fausses nouvelles liées à des enjeux politiques diffusées dans l'intention d'induire le public canadien en erreur, de perturber le dialogue démocratique public et d'influencer potentiellement le résultat de l'élection. Nous sommes parvenus à la conclusion que la désinformation n'a pas joué un rôle majeur dans la campagne électorale canadienne de 2019. Cette position est conforme aux résultats de nombreuses autres enquêtes menées par des journalistes, des universitaires, des organismes et

des fonctionnaires gouvernementaux, et le secteur privé. Cela ne veut pas dire qu'il n'y a pas eu de cas de désinformation, mais ce qui s'est passé n'a généralement pas semblé coordonné et a eu des répercussions limitées.

Bien qu'il soit impossible de prouver le contraire, un certain nombre de facteurs ont joué en faveur du Canada avant les élections. Après un certain nombre d'élections à l'étranger où la désinformation a été un problème sérieux, nous avons pu tirer des leçons des tactiques des personnes qui cherchent à saper l'intégrité des élections et de celles qui essaient de la protéger. Cela a permis au gouvernement, aux chercheurs, aux journalistes et à la société civile de se mobiliser. Comme nous le montrons dans le rapport, malgré certaines tendances inquiétantes, le Canada possède également des valeurs solides qui nous ont probablement protégés de certains des méfaits observés dans d'autres pays. Dans l'ensemble, c'est une bonne – plutôt qu'une fausse nouvelle.



**FORUM DES  
POLITIQUES  
PUBLIQUES**