



# GDI

Global  
Disinformation  
Index

---

## Évaluation du risque de désinformation : Le marché de l'information en ligne au Canada

---

**Auteurs :** Colette Brin\*, Mathieu Lavigne, Javier Ruiz Soler, Aengus Bridgman.

**Collaborateurs :** Mijanou Bourque Bouliane, Cedrik Verreault, Christopher Ross et Amy Harris.

**Design :** [www.designbythink.co.za](http://www.designbythink.co.za)

**Le Global Disinformation Index** est une organisation sans but lucratif qui fonctionne d'après les trois principes de neutralité, indépendance et transparence. Notre vision est celle d'un monde libre de désinformation et de ses maux. Notre mission est de catalyser industrie et gouvernement afin de définancer la désinformation. Nous fournissons des évaluations de risque sur les sites de médias d'information du monde entier.

Pour plus d'informations, veuillez consulter [www.disinformationindex.org](http://www.disinformationindex.org)

**L'Institut des Démocraties Digitales à la Simon Fraser University** intègre de la recherche dans les sciences humaines, les sciences sociales, les sciences de l'informatique et des données, afin de comprendre et de résoudre la polarisation en ligne, le langage à caractère abusif, les algorithmes discriminatoires ainsi que la mésinformation et la désinformation.

**Le Centre d'études sur les médias**, un organisme sans but lucratif fondé en 1992, est à la fois un lieu de recherche et un agent de concertation entre les entreprises de communication et les milieux gouvernementaux et universitaires. **Le Centre for Media, Technology, and Democracy** cherche à comprendre la relation entre les médias, la technologie, et la démocratie, en s'attardant principalement à la gouvernance de la technologie, la santé de nos écosystèmes d'information et les changements dans la pratique et le domaine du journalisme.

*\*Colette Brin est présidente du Comité consultatif indépendant sur l'admissibilité aux mesures fiscales pour soutenir le journalisme mises en œuvre par le gouvernement du Canada. Sa participation à la présente étude n'engage aucunement le Comité ni l'Agence du Revenu du Canada.*



CENTRE D'ÉTUDES SUR LES MÉDIAS



Septembre 2021. Publié sous licence Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0)

# Table des matières

---

<b>Résumé</b>	<b>4</b>
<b>Le marché canadien des médias :</b> principales caractéristiques et envergure	<b>6</b>
<b>Évaluation du risque de désinformation</b>	<b>8</b>
<b>Conclusion</b>	<b>16</b>
<b>Annexe : Méthodologie</b>	<b>18</b>
<b>Notes de fin de texte</b>	<b>22</b>

# Résumé

---

**Depuis que l'industrie de l'information s'est étendue dans l'espace numérique, les transformations de la production et de la distribution de l'information ont exposé le secteur à de nouveaux risques de désinformation.**

Les sites d'information ont des incitations financières à diffuser de la désinformation, afin d'augmenter leur trafic en ligne et ainsi leurs recettes publicitaires. Parallèlement, la diffusion de la désinformation a des conséquences perturbatrices importantes. La désinformation entourant la pandémie de COVID-19 en est un exemple récent. Ces récits ébranlent la compréhension des faits acceptés en société; ils sapent les efforts de la santé publique, la sécurité des citoyens et les réponses des gouvernements.

Pour lutter contre la désinformation financée par la publicité, Global Disinformation Index (GDI) a déployé un cadre d'évaluation du risque de désinformation des principaux sites web nationaux en information. Ces analyses indépendantes, fiables et neutres permettent aux annonceurs, sociétés de technologie publicitaire et plateformes de réorienter leurs dépenses publicitaires en ligne, conformément à leurs stratégies de sécurité des marques et d'atténuation des risques de désinformation.

GDI définit la désinformation comme « des récits antagoniques qui créent des dommages dans le monde réel. » L'indice de risque GDI est composé d'une série d'indicateurs liés au risque qu'un site puisse désinformer ses lecteurs et lectrices en diffusant ces récits antagoniques. Ces indicateurs sont regroupés sous les piliers Contenu et Opérations de l'indice, qui mesurent respectivement la qualité et la fiabilité du contenu d'un site, de même que l'intégrité de ses politiques rédactionnelles et de sa gouvernance.<sup>1</sup> Le score global d'un site quant au risque qu'il pratique de la désinformation est basé sur le score agrégé de ce site pour l'ensemble des indicateurs, sur une échelle de 0 (niveau de risque maximal) à 100 (niveau de risque minimal).

La méthodologie d'évaluation du risque développée par GDI ne vise pas à identifier et à étiqueter les sites de désinformation ou les sites d'information dignes de confiance. L'approche de GDI est plutôt basée sur l'idée qu'un ensemble combiné d'indicateurs peut refléter le risque global de désinformation d'un site. Les classements doivent être considérés comme offrant un premier aperçu du marché des médias, dans ce cas-ci le marché canadien, et de ses niveaux globaux de risque de désinformation, ainsi que des forces et des défis auxquels les sites sont confrontés pour atténuer les risques de désinformation.

Le rapport suivant présente les résultats relatifs aux risques de désinformation pour le marché des médias au Canada, sur la base d'une étude de 35 sites de nouvelles (23 en anglais et 12 en français). Ces résultats sont le fruit d'une recherche menée entre avril et juillet 2021 par GDI avec le Centre d'études sur les médias, le Digital Democracies Institute de l'Université Simon Fraser et le Center for Media, Technology & Democracy de l'Université McGill. Toutes les organisations étudiées ont été informées de leur score individuel et de leur évaluation des risques, afin de permettre l'échange et la rétroaction quant à ces résultats.

Le besoin d'une évaluation fiable et indépendante du risque de désinformation est urgent. Ce cadre d'évaluation du risque pour le Canada fournira des informations cruciales aux décideurs politiques, aux sites d'information et à l'industrie de la technologie publicitaire, permettant ainsi aux principaux décideurs d'endiguer le flot d'argent qui incite à la désinformation, qui la soutient.

## Principaux constats : Canada

En examinant le paysage médiatique du Canada, l'évaluation de GDI a révélé que :

**Près des deux tiers des sites d'information de notre échantillon présentent un risque de désinformation variant de minimal à faible.**

- Six sites ont été classés comme présentant un risque minimal de désinformation. Les sites à risque minimal se distinguent surtout par leur niveau élevé de transparence quant à leurs politiques internes.
- Quinze sites ont été classés comme présentant un risque faible de désinformation. Ces sites obtiennent également un bon score global pour la publication de contenus neutres et non sensationnalistes, mais ils divulguent moins d'informations sur certaines des politiques jugées essentielles pour gérer le risque de désinformation au sein de la salle de rédaction.
- Les sites ayant obtenu un score de risque faible ou minimal sont généralement ceux dont la fréquentation est la plus élevée parmi l'ensemble des sites examinés.

**Seul un nombre limité de sites canadiens présente un risque élevé ou maximal de désinformation.**

- Trois sites présentent un risque élevé de désinformation, tandis qu'un site a obtenu un score le plaçant dans la catégorie « risque maximal ». Les dix autres sites ont un score moyen.
- Certains de ces sites (en particulier ceux des catégories de risque élevé et maximal) publient des contenus biaisés et sensationnalistes, créant ainsi des occasions de manipuler leurs lecteurs et lectrices.
- Des sites peuvent être catégorisés à risque moyen ou élevé en raison de leur traitement intensif de thématiques ou d'événements non couverts par d'autres médias. De manière générale, la diffusion d'informations non validées par d'autres médias peut augmenter le risque de désinformation.

**La plupart des sites d'information canadiens manquent de transparence quant à certaines politiques clés qui peuvent contribuer à atténuer les risques de désinformation.**

- Les résultats montrent, globalement, une meilleure performance pour le pilier Contenu que pour le pilier Opérations.
- La plupart des sites fournissent peu ou pas d'informations sur leurs politiques en matière d'identification des sources (ou politiques d'attribution) et sur la manière dont ils garantissent l'exactitude des articles qu'ils publient.
- Une majorité de sites ne divulguent pas non plus les informations nécessaires sur leurs pratiques rédactionnelles et sur les moyens appliqués pour assurer la modération des commentaires.
- L'ajout ou la clarification de certaines des règles et directives rédactionnelles serait bénéfique pour le score global, et ferait passer certains sites dans les catégories de risque de désinformation minimal ou faible. Ces éléments sont également considérés comme essentiels pour gagner la confiance du public.

**Enfin, nos résultats indiquent que, de manière générale, les sites de langue française pourraient représenter un risque moindre de désinformation.**

- Sur 12 sites en français analysés, 10 se classent dans les catégories de risque « minimal » (2) ou « faible » (8) (83 %), contre 11 des 23 sites anglais analysés (48 %).
- Ces résultats pourraient en partie s'expliquer par le processus de sélection des sites de cette étude. La différence entre les deux langues officielles aurait peut-être été moindre si notre échantillon s'était concentré sur les médias les plus lus, qui suscitent habituellement la plus forte confiance et présentent un moindre risque de désinformation. Rappelons que les critères de sélection incluaient la diversité des groupes propriétaires et des perspectives (inclusion de médias de gauche et de droite) et la représentation de l'ensemble des régions du Canada.

# Le marché canadien des médias : Principales caractéristiques et envergure

---

**Le Canada possède deux marchés médiatiques distincts sur le plan linguistique. Les consommateurs de nouvelles, tant anglophones que francophones, font généralement confiance à un petit groupe de grandes organisations médiatiques, dont le diffuseur public national.<sup>2</sup>**

Les médias du pays ont été touchés par les tendances économiques que subissent les médias à l'échelle mondiale : diminution du nombre de lecteurs et lectrices fidèles à un média particulier et diminution des abonnements; baisse massive des recettes publicitaires de la télévision, de la radio et surtout de la presse écrite; et montée en puissance de Google, de Facebook et des autres médias sociaux qui relaient des informations. Une caractéristique particulièrement frappante du marché médiatique canadien de langue anglaise est que, malgré les tentatives des organismes de réglementation d'encourager la production et la consommation de contenu canadien et malgré une préférence des consommateurs pour les nouvelles nationales, des médias internationaux provenant principalement des États-Unis sont largement consommés et peuvent influencer les débats nationaux.<sup>3</sup>

Les Canadiens utilisent largement Internet pour trouver et consommer des nouvelles : environ 80 % d'entre eux obtiennent leurs nouvelles en ligne.<sup>4</sup> Les habitudes de recherche et de consommation varient toutefois : certains Canadiens visitent leurs sites d'information préférés, d'autres utilisent les moteurs de recherche pour trouver des informations sur des sujets précis et d'autres encore se fient aux médias sociaux pour suivre l'actualité. Les médias sociaux devraient bientôt dépasser la télévision en tant que source d'information privilégiée, et les flux d'informations algorithmiques jouent un rôle de plus en plus important dans l'orientation du public vers l'information.<sup>5</sup> Ces plateformes font aussi une grande place aux manchettes et aux médias internationaux, ce qui contribue à estomper les limites du marché médiatique canadien.

Les médias d'information traditionnels (en particulier la presse écrite et, dans une moindre mesure, la télévision et la radio) sont en déclin rapide depuis de nombreuses années, car les investissements publicitaires se déplacent vers les plateformes où les Canadiens passent de plus en plus de temps.<sup>6</sup> Depuis 10 ans, la publicité numérique a énormément crû au Canada : elle représente actuellement plus de la moitié de l'ensemble des dépenses publicitaires, et des observateurs prévoient que sa croissance se poursuivra.<sup>7</sup> Les médias d'information n'ont toutefois pas profité de ces nouvelles sources de revenus, puisque Google et Facebook reçoivent environ 80 % des recettes publicitaires en ligne.<sup>8</sup> Ces changements, conjugués à la baisse du nombre d'abonnés à la presse écrite, ont entraîné une crise généralisée des revenus qui s'est traduite par une réduction rapide du nombre de journalistes canadiens, une diminution du nombre de médias (surtout des hebdomadaires locaux et régionaux) et, en fin de compte, une baisse de la production de nouvelles locales et nationales.<sup>9</sup> La propriété des

médias est fortement concentrée entre les mains de quelques grandes entreprises à l'échelle régionale et à l'échelle nationale. Toutefois, on a vu apparaître ces dernières années quelques nouveaux médias, dont la plupart diffusent leurs contenus uniquement en ligne (par exemple Québec Nouvelles, MediAT, Majeur, La Converse) et ciblent des publics de niche.

Il reste que les Canadiens font fortement confiance à un certain nombre de grandes organisations médiatiques pour leur fournir des informations objectives et factuelles. Radio-Canada, La Presse, TVA et Le Devoir sont parmi les médias considérés comme fiables au Canada francophone; du côté anglophone, Global News, CTV News, les journaux régionaux et locaux ainsi que CBC sont jugés dignes de confiance.<sup>10</sup> Les Canadiens sont généralement capables de reconnaître les organes de presse hyperpartisans ou peu recommandables<sup>11</sup> et, bien qu'ils se fient de plus en plus aux médias sociaux pour s'informer, ils se méfient généralement des informations qu'ils y trouvent et rapportent une forte proportion d'informations fausses et trompeuses sur ces plateformes.<sup>12</sup>

Les Canadiens manifestent une inquiétude croissante à l'égard de la désinformation, notamment depuis qu'ils sont au fait que des informations fausses et trompeuses ont circulé durant la campagne référendaire sur le Brexit au Royaume-Uni et lors des élections américaines en

2016. En particulier, le gouvernement canadien a établi un Protocole public en cas d'incident électoral majeur en 2019 comme mécanisme pour détecter et alerter le public canadien des cas graves d'ingérence électorale (ce protocole n'a pas été activé).<sup>13</sup> Le Service canadien du renseignement de sécurité publie régulièrement des rapports sur l'ingérence étrangère et le ministère du Patrimoine canadien a créé l'Initiative de citoyenneté numérique pour soutenir la recherche et les actions de la société civile visant à contrer la désinformation. En outre, plusieurs médias d'information canadiens, dont Radio-Canada et CBC, L'Actualité, La Voix acadienne de l'Île-du-Prince-Édouard et l'Agence Science-Pressé ainsi que la Fédération professionnelle des journalistes du Québec ont lancé de nouvelles initiatives journalistiques axées sur la lutte à la désinformation ces dernières années. Des organismes de la société civile, tels HabiloMédias, la Fondation pour le journalisme canadien et CIVIX, mènent également des campagnes d'éducation aux médias destinées à aider les membres du public à reconnaître les informations fausses ou trompeuses en ligne. Malgré ces efforts, les Canadiens ne sont pas immunisés contre les contenus de qualité douteuse. Certains médias continuent de jouer un rôle important dans la propagation de la désinformation, comme on a pu l'observer pendant la pandémie de COVID-19 et comme l'indiquent les résultats présentés dans les pages qui suivent.

# Évaluation du risque de désinformation

Pour cette étude, le marché canadien des médias a été défini à partir d'une liste initiale de 64 sites d'information en anglais et en français, comprenant des organes nationaux bien connus, des journaux régionaux et une série de sites alternatifs.<sup>14</sup>

## Aperçu du marché

La liste a ensuite été affinée en fonction de la portée et de la pertinence de chaque site. GDI a défini la portée et la pertinence en fonction du classement Alexa d'un site et de son nombre d'abonnés sur Facebook et Twitter. La pertinence a également été évaluée par les auteurs selon les critères suivants :

1. la représentation des différentes régions du Canada ;
2. la diversité des publics et des perspectives (inclusion de sites web de gauche et de droite) ;
3. la diversité de propriété (en incluant autant de groupes médias que possible dans l'échantillon) et
4. la pertinence du média du point de vue des décideurs.

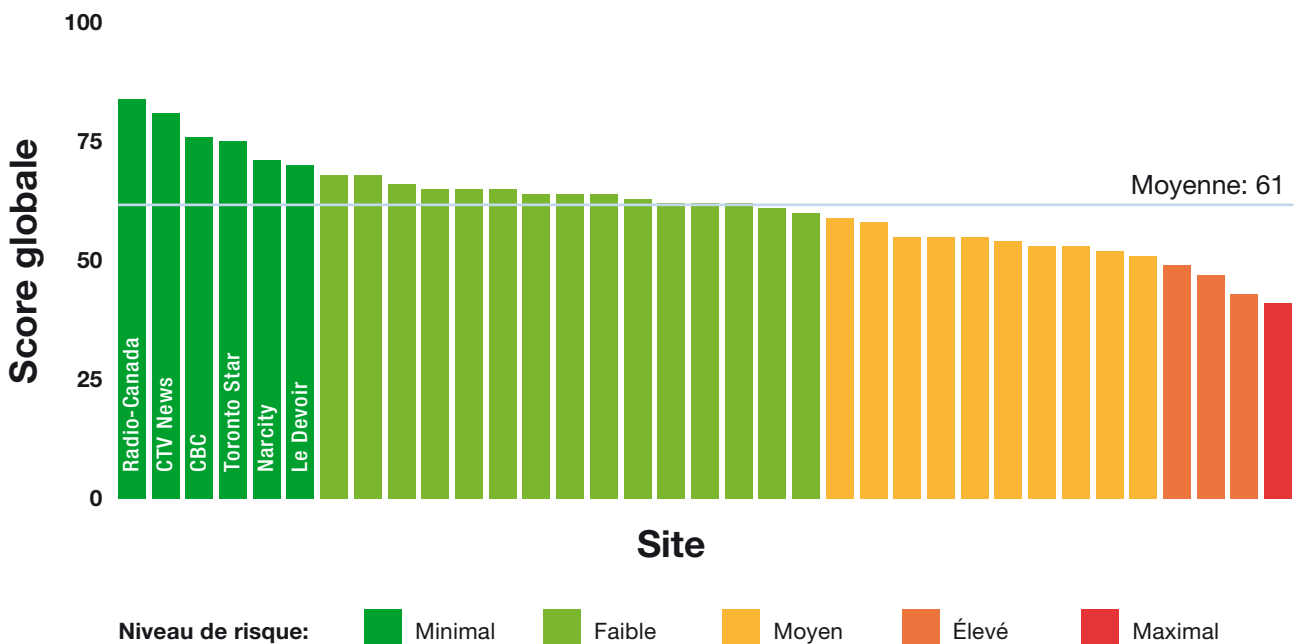
Sur la base de ces critères, les auteurs du rapport ont réduit les 64 sites de départ à un échantillon de 35 sites web d'information canadiens : 23 en anglais et 12 en français. Le nombre de sites web anglais et français reflète la taille de la population des deux groupes de langue officielle et la taille des deux marchés médiatiques au Canada.<sup>15</sup>

**Tableau 1** : Sites web de médias canadiens soumis à l'évaluation (par ordre alphabétique)

Média	Site	Langue	Média	Site	Langue
98.5 FM	985fm.ca	Français	National Observer	nationalobserver.com	Anglais
Acadie Nouvelle	acadienouvelle.com	Français	National Post	nationalpost.com	Anglais
L'Actualité	lactualite.com	Français	NNSL Media	nnsi.com	Anglais
APTN News	aptnnews.ca	Anglais	The Post Millennial	thepostmillennial.com	Anglais
Calgary Herald	calgaryherald.com	Anglais	La Presse	lapresse.ca	Français
CBC	cbc.ca	Anglais	Québec Nouvelles	quebecnouvelles.info	Français
CP24	cp24.com	Anglais	Rabble	rabble.ca/news	Anglais
CTV News	ctvnews.ca	Anglais	Radio-Canada	radio-canada.ca	Français
Daily Hive	dailyhive.com	Anglais	Rebel News	rebelnews.com	Anglais
Le Devoir	ledevoir.com	Français	SaltWire	saltwire.com	Anglais
Le Droit	ledroit.com	Français	Le Soleil	lesoleil.com	Français
Global News	globalnews.ca	Anglais	The Star	thestar.com	Anglais
The Globe and Mail	theglobeandmail.com	Anglais	True North	tnc.news	Anglais
The Hill Times	hilltimes.com	Anglais	TVA Nouvelles	tvanouvelles.ca	Français
Le Journal de Montréal	journaldemontreal.com	Français	The Tyee	thetyee.ca	Anglais
Macleans	macleans.ca	Anglais	Vancouver Sun	vancouvernews.com	Anglais
Mondialisation.ca	mondialisation.ca	Français	Winnipeg Free Press	winnipegfreepress.com	Anglais
Narcity	narcity.com	Anglais			

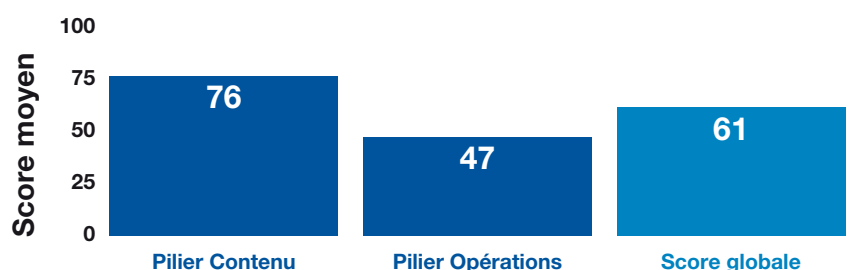


**Figure 1 :** Classement des risques de désinformation par site



Notre analyse montre que, globalement, les scores sont bons en ce qui concerne les risques de désinformation (voir figure 1). La majorité des sites, soit près des deux tiers, présentent des risques de désinformation limités, tandis que quatre sites font face à des défis importants (risque élevé ou maximal). Dix sites présentent un risque moyen. Les sites médiatiques canadiens obtiennent des résultats relativement bons pour le pilier Contenu, qui porte sur la fiabilité des contenus (score moyen de 76), mais la majorité d’entre eux obtiennent des scores faibles pour le pilier Opérations, mesurant l’intégrité fonctionnelle et rédactionnelle d’un site (le score moyen est de 47). Cela donne à penser que ces sites pourraient améliorer leurs scores globaux en adoptant les contrôles et les équilibres opérationnels recommandés ou, s’ils gèrent déjà leur salle de rédaction selon ces bonnes pratiques, en codifiant et en publiant ces procédures pour que le public y ait accès (voir figure 2).

**Figure 2 :** Scores moyens du marché, par pilier



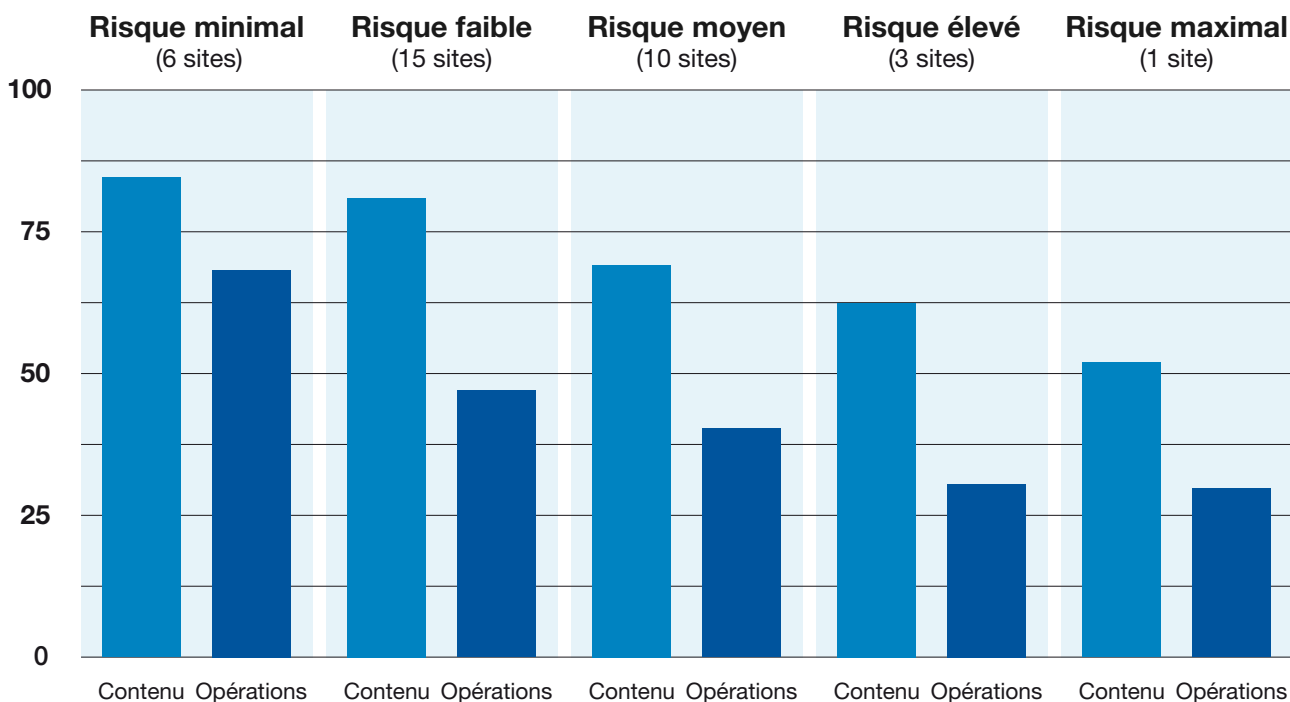
Au Canada, six sites ont été considérés comme présentant un **risque minimal** : Radio-Canada, CTV News, CBC, Toronto Star, Narcity et Le Devoir.<sup>16</sup> Ces sites – qui regroupent des diffuseurs publics, un réseau de télévision privée et des quotidiens ainsi qu'un média 100 % numérique – ont généralement de bonnes performances dans les piliers Contenu et Opérations. Ils ont tendance à avoir des politiques robustes clairement décrites sur leurs sites web et à présenter un contenu récent, neutre et non sensationnaliste qui ne cible pas négativement des groupes ou des individus particuliers.

Quinze sites canadiens ont été classés à **faible risque**. Comme les sites à risque minimal, ils ont tendance à obtenir de bons résultats en ce qui concerne les indicateurs de contenu, avec un contenu neutre, non sensationnaliste et qui ne cible pas négativement des groupes ou des individus particuliers. Cependant, ces sites manquent généralement de transparence quant aux politiques clés, notamment les principes et pratiques rédactionnels, les politiques d'attribution et les politiques visant à garantir l'exactitude des informations diffusées sur leur site web.

Dix sites ont été classés à **risque moyen**. Cette catégorie regroupe des types de sites très variés, y compris certaines sources alternatives à tendance partisane. Bien que ces sites soient moins fréquentés que ceux des grands médias d'information, la croissance de leur public pourrait augmenter le risque de désinformation considérant qu'ils obtiennent des résultats généralement faibles sur les indicateurs de partialité et de sensationnalisme. Les sites de la catégorie à risque moyen ont aussi tendance à présenter des contenus qui ne sont pas couverts par d'autres médias et ils omettent de publier certaines politiques rédactionnelles et opérationnelles clés, y compris des informations sur leur financement et leur propriété.<sup>17</sup>

Les quatre sites restants ont obtenu un score les plaçant dans la catégorie de **risque élevé** (trois sites) ou **maximal** (un site). Deux de ces sites obtiennent une mauvaise note en ce qui concerne la crédibilité de leur contenu : ils publient souvent des articles sensationnalistes ou partiaux, qui peuvent cibler négativement des groupes et des individus. Les deux autres sites obtiennent des scores légèrement inférieurs à la moyenne pour leur contenu, en grande partie parce qu'ils publient des contenus qui ne sont pas couverts par d'autres sites d'information, ce qui les rend peu adaptés à servir de source unique d'information. Tous les sites classés à risque élevé ou à risque maximal n'ont pas de politiques rédactionnelles et opérationnelles répondant aux normes universelles (ou manquent de transparence à ce sujet); voir figure 3.

**Figure 3** : Scores moyens des piliers par niveau de risque des sites



Une plus grande proportion de sites francophones (10 sur 12) que de sites anglophones (11 sur 23) a été classée dans les catégories de risque minimal ou faible. Cette différence est probablement exacerbée par le processus qui a été retenu pour sélectionner les sites à évaluer. Comme la diversité des groupes propriétaires et la représentativité idéologique et géographique constituaient des critères de sélection importants, certains des médias anglophones les plus fréquentés ont été exclus de l'échantillon. Or, les sources d'information les plus populaires tendent à être celles auxquelles les usagers font le plus confiance et celles qui présentent un plus faible risque de désinformation.

## Aperçu des résultats par pilier

### Pilier Contenu

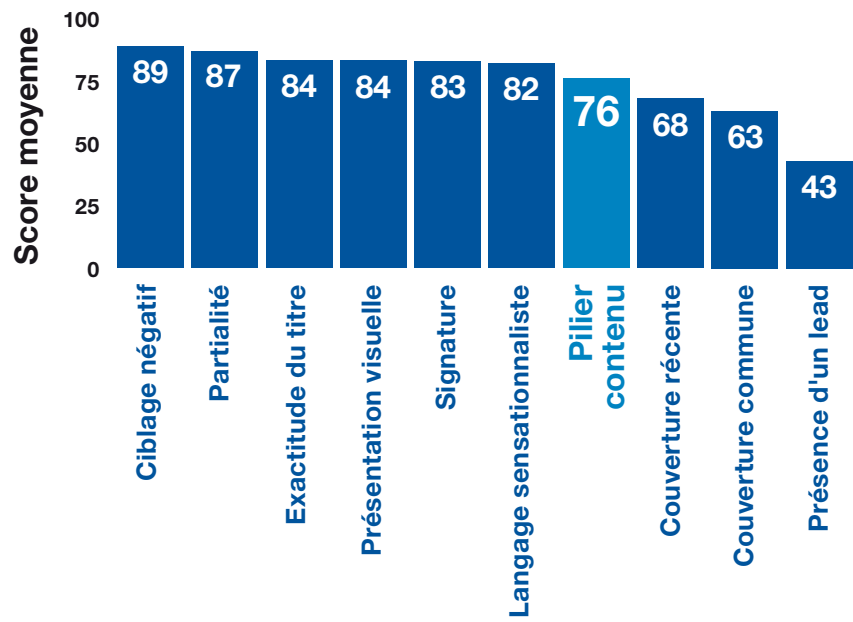
Ce pilier porte sur la fiabilité du contenu fourni par le site. Notre analyse pour le pilier Contenu est basée sur l'évaluation de 10 articles anonymes pour chaque site. Ces articles sont choisis parmi les éléments de contenu les plus fréquemment relayés pendant la période de collecte des données et parmi ceux traitant de sujets propices à la désinformation. Les examinateurs nationaux attribuent des scores aux articles d'après leur évaluation de plusieurs dimensions, selon une échelle allant de 0 (le pire score) à 100 (le meilleur score).

Pour le marché médiatique canadien dans son ensemble, les risques de désinformation semblent relativement faibles quant au pilier Contenu. Il y a toutefois matière à amélioration puisque très peu de sites web ont obtenu des résultats systématiquement favorables pour tous les indicateurs. Les articles de la plupart des sites d'information canadiens sont neutres, fondés sur des faits et ne ciblent pas négativement des groupes ou des individus particuliers. La plupart des articles incluent également des informations sur leurs auteurs, alors que 86% des sites obtiennent un score supérieur ou égal à 75 sur l'indicateur *signature*. Toutefois, bon nombre d'articles ne comportaient pas de lead (phrase ou paragraphe synthétique d'amorce) factuel qui aurait permis aux lecteurs et lectrices de mieux s'orienter dans les contenus et de repérer plus facilement la désinformation.<sup>18</sup>

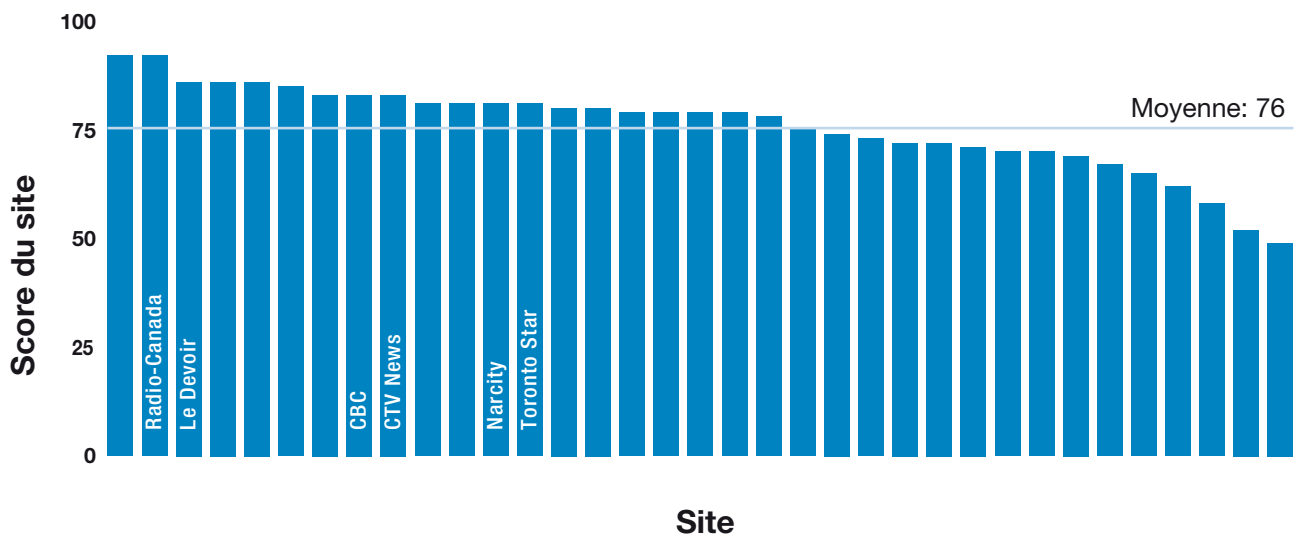
Dans l'ensemble de l'échantillon, au moins 80 % des sites d'information obtiennent un score supérieur à 80 pour le ton neutre de leurs articles et le fait qu'ils ne ciblent pas de groupes et d'individus particuliers, tandis que plus des deux tiers obtiennent un score supérieur à 80 parce qu'ils évitent le sensationnalisme sur le plan du langage (69% des sites) ou de la présentation visuelle (77%). Néanmoins, quelques sites, principalement ceux qui présentent un contenu idéologiquement orienté, obtiennent de mauvais résultats pour un ou plusieurs de ces indicateurs. Ces sites sont également les plus susceptibles de publier des titres trompeurs, puisque ne reflétant pas le contenu de l'article.

Les scores de nombreux sites d'information canadiens sont tirés vers le bas par leurs résultats plus faibles sur le plan de la couverture récente et commune. Plus précisément, seulement la moitié des sites obtiennent un score de 70 ou plus pour la publication de contenu récent et à jour, tandis que plus d'un tiers ont tendance à publier du contenu qui n'a pas été publié ailleurs (c'est-à-dire qu'ils obtiennent un score de 50 ou moins pour l'indicateur de couverture commune). Selon la méthodologie actuelle de GDI, ce résultat semble révéler deux phénomènes au Canada: 1) un choix rédactionnel de se consacrer à l'actualité politique régionale ou une mission d'information particulière (p. ex. la couverture des réalités autochtones)<sup>19</sup>; ou 2) la publication d'informations non corroborées par d'autres sources, peut-être dans le but de polariser l'opinion sur certains enjeux ou pour discréditer des individus, des organisations ou des décisions.

**Figure 4 :** Scores moyens du pilier Contenu, par indicateur



**Figure 5 :** Scores du pilier Contenu, par site



## Pilier Opérations

Ce pilier évalue l'intégrité fonctionnelle et rédactionnelle d'un site d'information. Les examinateurs nationaux attribuent des scores aux articles d'après leur évaluation de plusieurs dimensions, selon une échelle allant de 0 (le pire score) à 100 (le meilleur score), en fonction des informations disponibles sur le site. Le pilier Opérations recense les politiques mises en vigueur par le site pour réduire le risque de désinformation ainsi que la transparence dont il fait preuve à leur sujet vis-à-vis du public. Il n'évalue pas la robustesse de ces politiques ni leur mise en œuvre.

De nombreux sites de notre échantillon ont obtenu des résultats insatisfaisants pour ce pilier, peu d'entre eux fournissant des détails sur leurs politiques d'attribution, leurs politiques visant à garantir l'exactitude des articles qu'ils publient, et leurs politiques et pratiques rédactionnelles (pour les indicateurs de politiques d'attribution et d'exactitude, respectivement 4 et 5 sites ont obtenu un score égal ou supérieur à 60). Cela ne signifie pas nécessairement qu'il y ait un manque d'attribution des sources, que les sites ne soient pas guidés par des normes axées sur la vérité ou que les sites ne respectent pas des normes journalistiques fortes, mais plutôt que leurs pratiques et leurs directives n'y sont pas divulguées, de sorte qu'elles ne peuvent pas être prises en compte dans le calcul du risque. Une plus grande transparence sur ces questions permettrait d'accroître la responsabilité journalistique et la confiance du public. La vérification des faits et les corrections contribuent à établir la crédibilité des sites en réduisant le risque que les lecteurs et lectrices soient exposés à de fausses informations.

De nombreux sites manquent également de transparence quant à leur financement (et, dans une moindre mesure, quant à leur propriété), plus de la moitié d'entre eux obtenant un score inférieur à 60 sur cet indicateur. Enfin, les commentaires des utilisateurs d'un site peuvent être d'importants vecteurs de désinformation.<sup>20</sup> De nombreux sites d'information canadiens ne disposent pas de politiques détaillées concernant la modération des commentaires et visant à éviter la désinformation, les propos haineux, la diffamation, les atteintes à la vie privée ou le harcèlement (environ la moitié des sites obtiennent un score inférieur à 50 sur cet indicateur).

Les 35 sites de notre échantillon ont le potentiel pour obtenir un score parfait pour tous les indicateurs du pilier opérationnel s'ils adoptent et divulguent de telles politiques. Les indicateurs du pilier opérationnel sont tirés des normes établies par les journalistes dans le cadre de la Journalism Trust Initiative (JTI).<sup>21</sup> Comme le souligne la JTI, l'adoption de ces normes renforce la crédibilité aux yeux du public, oblige les médias traditionnels à réévaluer leurs pratiques à l'ère du numérique et encourage les nouveaux médias à faire preuve de plus de transparence quant à leurs modèles économiques.<sup>22</sup>

Figure 6 : Scores moyens du pilier Opérations, par indicateur

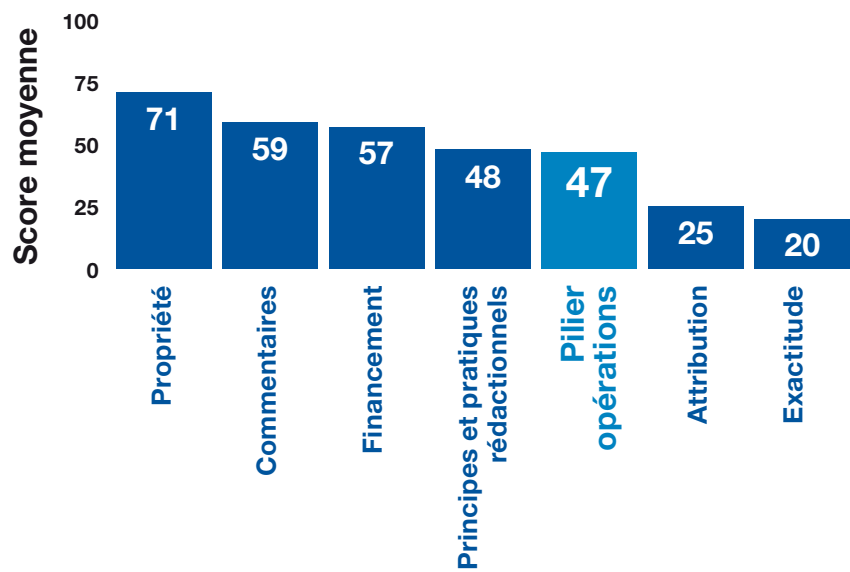
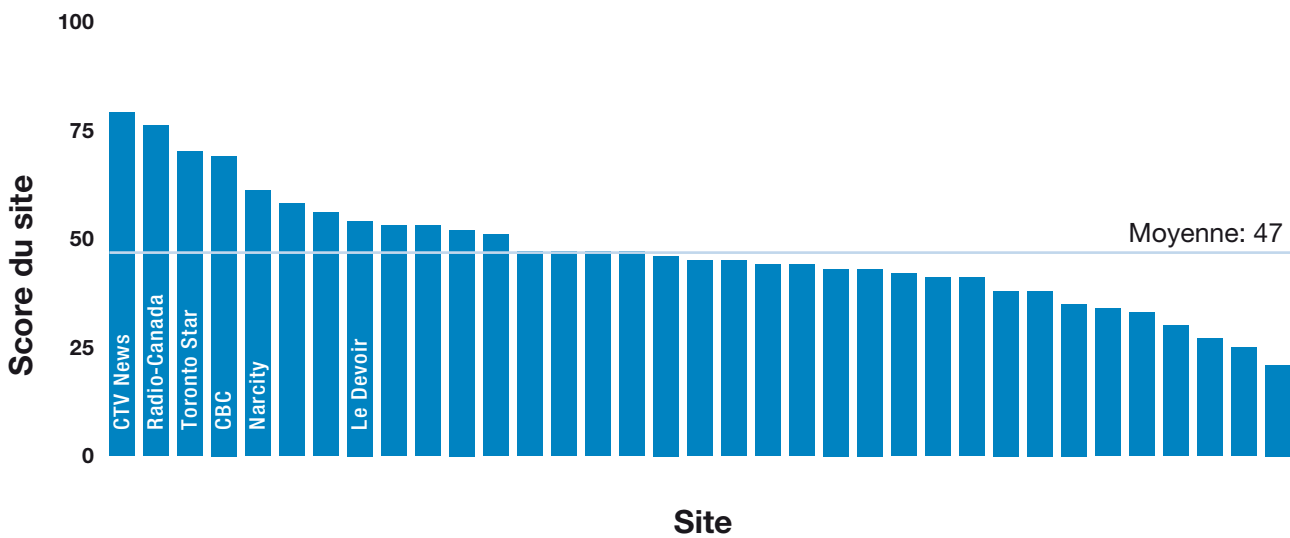


Figure 7 : Scores du pilier Opérations, par site



# Conclusion

---

**Notre évaluation du risque de désinformation des sites d'information au Canada révèle un portrait plutôt positif.**

Près des deux tiers des sites obtiennent de bons résultats (risque minimal à faible), tandis que seulement quatre sites présentent un niveau de risque élevé à maximal. Les 10 autres sites se situent dans la fourchette moyenne (c'est-à-dire un risque moyen).

Les sites médiatiques canadiens présentent généralement un risque faible de désinformation, selon le cadre d'analyse de GDI, lorsqu'il s'agit des indicateurs qui évaluent la fiabilité du contenu (ce qui ne signifie pas que certains sites ne présentent pas un contenu biaisé et sensationnaliste). Néanmoins, les scores globaux de ces sites sont tirés vers le bas par des lacunes opérationnelles, notamment en raison du manque de divulgation de leurs politiques visant à garantir l'exactitude des informations sur leur site web, de l'attribution et d'autres pratiques rédactionnelles. De nombreux sites pourraient également être plus transparents quant à leurs sources de financement et à la manière dont ils gèrent les incivilités en ligne dans la section des commentaires des utilisateurs.

Les sites d'information pourraient remédier à ces lacunes grâce à des mesures concrètes :

- Adopter et publier des normes journalistiques et organisationnelles, comme celles établies par la Journalism Trust Initiative, permettant aux usagers de se renseigner sur les politiques générales du site, y compris une déclaration d'indépendance rédactionnelle ;
- Améliorer et rendre plus visibles les pratiques et politiques de vérification de l'information et de rectification. Il est important que les rectificatifs soient clairement vus et compris, plutôt que cachés au bas d'une page web ;
- S'assurer que les sites publient le nom de l'auteur de chaque texte et qu'ils expliquent leurs pratiques en matière de signature des textes. C'est un moyen facile d'assurer la transparence et la responsabilité ;
- Fournir systématiquement un *lead* factuel qui donne rapidement au lecteur ou à la lectrice un aperçu général de la nouvelle ;



- Pour les sites qui permettent les commentaires, divulguer une politique claire de modération, en particulier en ce qui concerne la désinformation ;
- Pour les reportages et sujets exclusifs, prendre un soin particulier pour assurer l'exactitude et la contextualisation de l'information, avec une diversité d'opinions, de voix et de perspectives ;
- Encourager les sites de médias à publier dans leurs pages des informations sur les propriétaires et leurs sources de financement (p. ex. abonnements, revenus publicitaires, dons). Cette information permet de renforcer la confiance dans le site et de dissiper les doutes sur d'éventuels conflits d'intérêts ;
- Veiller à ce que les sites publient les dates des nouvelles. La publication d'actualités non datées pourrait créer une confusion chez le public entre les informations archivées et les informations nouvelles et pertinentes. Une mention telle que « cette nouvelle a été publiée il y a plus d'un an » aiderait les lecteurs et lectrices à évaluer la pertinence d'articles qui sont relayés de manière virale sur les médias sociaux.

Par ce rapport, nous avons voulu jeter un éclairage sur le paysage médiatique canadien pour que les responsables de politiques publiques, le personnel des médias d'information et l'industrie de la publicité numérique aient un portrait de la situation de la désinformation. Bien que les sites examinés présentent globalement un faible risque, surtout comparativement à d'autres pays étudiés avec le cadre d'analyse de GDI,<sup>23</sup> il est encore possible de faire mieux. L'attente de transparence à l'égard des organes de presse quant à leurs activités fonctionnelles et rédactionnelles est particulièrement élevée pour ceux d'entre eux qui sont de plus en plus financés directement par leur public (par le biais d'abonnements et, dans certains cas, de dons) et par des financements publics comme les subsides directs, les réductions d'impôts ou autres programmes gouvernementaux. Appuyer les médias dignes de confiance est essentiel pour une sphère publique saine et démocratique.

# Annexe : Méthodologie

---

Le Global Disinformation Index évalue le niveau de risque de désinformation du marché des médias en ligne d'un pays. Le marché des médias en ligne du pays est représenté par un échantillon de 30 à 35 sites d'information sélectionnés sur la base de leur classement Alexa, de leur nombre d'adeptes des médias sociaux et de l'expertise des chercheurs locaux. L'échantillon ainsi obtenu comprend les principaux sites d'information nationaux présentant des niveaux élevés d'engagement en ligne; des sites d'information qui reflètent la composition régionale, linguistique et culturelle du pays; et des sites d'information qui influencent les idées des décideurs, groupes ou acteurs locaux.

L'indice est composé des piliers Contenu et Opérations. Chacun des piliers est composé de plusieurs indicateurs. Ceux du pilier Contenu évaluent les éléments et les caractéristiques du contenu de chaque site afin de saisir son niveau de crédibilité, de sensationnalisme et d'impartialité. Les indicateurs du pilier Opérations évaluent les politiques et les règles qu'un site web établit et divulgue pour garantir la fiabilité et la qualité des informations publiées. Ces politiques concernent, par exemple, les conflits d'intérêts, la précision des reportages et la responsabilité journalistique.

Chacune des évaluations du risque de désinformation du marché des médias d'un pays est menée en collaboration avec une équipe locale d'experts en médias et en désinformation qui détermine la liste des médias pour l'échantillon du marché, contribue au cadre d'échantillonnage pour le contenu inclus dans l'examen du pilier Contenu, mène la collecte de données pour les piliers Contenu et Opérations, vérifie et interprète les résultats de l'indice et rédige le rapport du marché.

## Sélection des sites

L'échantillon de marché pour l'étude est déterminé sur la base d'un mélange de critères quantitatifs et qualitatifs. GDI commence par créer une liste des 64 sites d'information ayant le plus grand trafic sur le marché des médias. Cette liste ainsi que des données sur le nombre d'adeptes de Facebook et Twitter pour chaque site sont fournies à l'équipe de recherche nationale afin qu'elle évalue la pertinence et la portée de ces sites. L'équipe de recherche locale réduit ensuite la liste à 35 sites, en s'assurant que l'échantillon offre une couverture géographique, linguistique et politique adéquate pour saisir les principaux discours médiatiques sur le marché. Les organes de presse internationaux sont généralement exclus, car leurs risques sont évalués sur le marché d'où ils proviennent.<sup>24</sup> Les agrégateurs d'informations sont également exclus, afin que tous les sites retenus soient évalués sur leur contenu original. L'échantillon final du marché des médias reflète l'ensemble des 30 à 35 sites pour lesquels des données complètes ont pu être collectées tout au long du processus d'examen.

## Collecte des données

Les indicateurs de contenu sont basés sur l'examen d'un échantillon de 10 articles publiés sur chaque site. Cinq de ces articles sont choisis au hasard parmi les articles les plus fréquemment relayés sur Facebook par un site au cours d'une période de deux semaines. Les cinq autres articles sont choisis au hasard parmi un groupe d'articles d'un site couvrant des sujets susceptibles de véhiculer de la désinformation. Les sujets, ainsi que l'ensemble des mots-clés utilisés pour les identifier, sont développés conjointement par GDI et l'équipe de recherche du pays. Chaque équipe nationale fournit à GDI les thèmes et les mots-clés qui ont été utilisés pour identifier les sujets dans le discours médiatique local, de façon à alimenter la liste mondiale de sujets développée par les équipes de science des données et de renseignement de GDI. Ensuite, les équipes nationales vérifient manuellement la traduction automatique de l'ensemble de la liste de sujets dans les langues retenues pour l'étude nationale.

Les articles échantillonnés sont anonymisés par la suppression de toute information permettant aux analystes d'identifier le média ou l'auteur des articles. Le contenu anonymisé est examiné par deux analystes du pays qui ont été formés au guide de codage de GDI. Pour chaque article anonymisé, les analystes répondent à une série de 13 questions visant à évaluer les éléments et les caractéristiques de l'article et de son titre, sur le plan de la partialité, du sensationnalisme et du ciblage négatif. Les analystes examinent ensuite comment l'article est présenté sur le site et dans quelle mesure le site fournit des informations sur la signature de l'auteur et la chronologie. Lors de l'examen du pilier Contenu, les analystes sont tenus de fournir une explication approfondie et de rassembler des preuves pour étayer leurs décisions.

Le pilier Opérations est basé sur les informations recueillies lors de l'évaluation manuelle de chaque site effectué par les analystes nationaux. Ils répondent à une série de 98 questions visant à évaluer la propriété, la gestion et la structure de financement de chaque site, l'indépendance rédactionnelle, les principes et les directives, les politiques d'attribution, les politiques de correction des erreurs et de vérification des faits, ainsi que les règles et les politiques de la section des commentaires. Les analystes recueillent des preuves pour étayer leurs évaluations lors de l'examen de chaque pilier Opérations.

## Analyse des données et construction des indicateurs

Les données recueillies par les analystes du pays pour le pilier Contenu sont utilisées pour mesurer neuf indicateurs. Les indicateurs du pilier Contenu inclus dans l'évaluation finale du risque sont les suivants : Partialité, Signature, Couverture commune, Exactitude du titre, Présence d'un lead, Ciblage négatif, Couverture récente, Langage sensationnaliste, Présentation visuelle. Pour chaque indicateur, les valeurs sont normalisées sur une échelle de 0 à 100. Le score du site pour chaque indicateur de ce pilier est le score moyen obtenu pour les 10 articles. Le score du pilier pour chaque site est la moyenne de tous les scores de tous les indicateurs du pilier, et varie de 0 à 100.

Pour le pilier Opérations, les réponses des analystes nationaux sont traduites en une série de sous-indicateurs. Les six indicateurs sont calculés comme la moyenne des scores de ces sous-indicateurs. Les indicateurs du pilier Opérations qui en résultent sont les suivants : Attribution, Commentaires, Principes et pratiques rédactionnels, Exactitude, Financement et Propriété. Pour chaque indicateur, les valeurs sont normalisées sur une échelle de 0 à 100. Le score du site pour le pilier Opérations est le score moyen de tous les indicateurs.

Tableau 2 : Piliers et indicateurs du Global Disinformation Index

Pilier	Indicateur	Sous-indicateurs	Unité d'analyse	Définition	Justification
Contenu	Exactitude du titre	Aucun	Article	Évaluation de la précision avec laquelle le titre de l'article décrit le contenu de l'article.	Indique la présence de piège à clics ( <i>clickbait</i> )
	Signature			Évaluation de la quantité d'informations fournies dans la signature de l'article.	L'attribution des récits incite à la responsabilité quant à leur véracité
	Présence d'un <i>lead</i>			Évaluation du fait que l'article commence par une introduction fondée sur des faits.	Indique un traitement basé sur les faits et des normes journalistiques élevées.
	Couverture commune			Évaluation du fait que le même événement a été couvert par au moins un autre média local fiable.	Indique un événement réel et significatif.
	Couverture récente			Évaluation visant à déterminer si l'article couvre un événement ou des faits survenus dans les 30 jours précédant la date de publication de l'article.	Indique un événement digne d'intérêt, plutôt qu'un événement qui a été sorti de son contexte.
	Ciblage négatif			Score indiquant si l'article cible négativement un individu ou un groupe particulier.	Indique la présence d'un discours de haine, d'un parti pris ou d'un propos antagonique.
	Partialité			Évaluation du degré de partialité de l'article.	Indique un traitement neutre basé sur les faits ou une analyse pondérée.
	Langage sensationnaliste			Évaluation du degré de sensationnalisme du texte de l'article	Indique un traitement neutre basé sur des faits ou une analyse pondérée.
	Présentation visuelle			Évaluation du degré de sensationnalisme de la présentation visuelle de l'article	Indique un traitement neutre basé sur les faits ou une analyse pondérée.
Opérations	Attribution	Aucun	Site	Évaluation du nombre de politiques et de pratiques mentionnées sur le site.	Évalue les politiques concernant l'attribution des textes (signatures), des informations et des sources pour les statistiques et autres contenus d'origine externe, y compris photos et vidéos (publiquement ou les sources anonymes) ; l'engagement à citer plusieurs sources dans chaque article; les politiques qui garantissent l'exactitude des faits, la fiabilité et l'imputabilité du média.
	Commentaires	Politiques		Évaluation du nombre de politiques mentionnées sur le site.	Évalue les politiques visant à réduire la désinformation dans le contenu généré par les utilisateurs.
		Modération		Évaluation des mécanismes d'application des politiques de commentaires mentionnés sur le site.	Évalue le mécanisme d'application des politiques visant à réduire la désinformation dans le contenu généré par les utilisateurs.
	Principes et pratiques rédactionnels	Indépendance rédactionnelle		Évaluation du nombre de politiques mentionnées sur le site.	Évalue le degré d'indépendance rédactionnelle et les politiques en place pour atténuer les conflits d'intérêts.
		Cohérence idéologique		Évaluation du degré d'adhésion d'un site à une affiliation idéologique, sur la base des positions éditoriales exprimées.	Indique une prise de décision éditoriale politisée ou idéologique.
		Directives relatives au contenu		Évaluation du nombre de politiques mentionnées sur le site.	Évalue les politiques en place pour garantir que les informations factuelles sont rapportées sans parti pris.
		Nouvelles vs analyse		Évaluation du nombre de politiques et de pratiques mentionnées sur le site.	Évalue les politiques en place pour garantir que les lecteurs puissent faire la distinction entre les informations factuelles et les opinions.
	Exactitude	Vérification des faits avant publication		Évaluation du nombre de politiques et de pratiques mentionnées sur le site.	Évalue les politiques visant à garantir que seules des informations exactes sont diffusées.
		Corrections après publication		Évaluation du nombre de politiques et de pratiques mentionnées sur le site.	Évalue les politiques visant à garantir que les corrections nécessaires sont diffusées de manière adéquate et transparente.
	Financement	Mesures incitatives diversifiées		Évaluation du nombre de sources de revenus identifiées sur le site	Indique d'éventuels conflits d'intérêts découlant d'une dépendance excessive à l'égard d'une ou de quelques sources de revenus.
		Responsabilité envers le lectorat		Évaluation basée sur l'identification des abonnements ou des dons des lecteurs comme source de revenus.	Indique un engagement à l'égard d'une information de haute qualité (par opposition à un contenu visant à générer des revenus publicitaires)
		Financement transparent		Évaluation basée sur le degré de transparence du site concernant ses sources de financement.	Indique la transparence requise pour contrôler les incitations et les conflits d'intérêts qui peuvent découler de sources de revenus opaques.
	Propriété	Division propriétaire-opérateur		Évaluation basée sur le nombre de décideurs financiers et éditoriaux distincts au niveau de l'exécutif ou du conseil d'administration figurant sur le site.	Indique une séparation entre la prise de décision financière et la politique éditoriale afin d'éviter les conflits d'intérêts.
		Propriété transparente		Évaluation basée sur le degré de transparence du site concernant sa structure de propriété.	Indique la transparence nécessaire pour contrôler les conflits d'intérêts qui peuvent résulter de structures de propriété opaques.

## Notation des risques

Le score global de l'indice pour chaque site est la moyenne des scores des piliers. Les sites sont ensuite classés sur la base d'une échelle de risque à cinq catégories, en fonction du score global de l'indice. Les catégories de risque ont été définies sur la base de la distribution des scores de risque de 180 sites sur six marchés des médias en septembre 2020.

Cet ensemble de données transnationales a été normalisé pour correspondre à une distribution normale avec une moyenne de 0 et un écart-type de 1. Les scores normalisés et leur distance par rapport à la moyenne ont été utilisés pour déterminer les intervalles pour chaque niveau de risque, comme l'indique le tableau 3. Ces intervalles sont ensuite utilisés pour classer les niveaux de risque des sites dans chaque analyse ultérieure du marché des médias

**Tableau 3** : Niveaux de risque de désinformation

Niveau de risque	Valeur minimale	Valeur maximale	Écart-type
Risque minimal	69,12	100	> 1,5
Risque faible	59,81	69,11	> 0,5 et ≤ 1,5
Risque moyen	50,5	59,8	> -0,5 et ≤ 0,5
Risque élevé	41,2	50,49	≥ -1,5 et ≤ -0,5
Risque maximal	0	41,19	< -1,5

# Notes de fin de texte

---

- 1 Le cadre d'évaluation de GDI est décrit en annexe de ce rapport.
- 2 Owen, T., Loewen, P., Ruths, D., Bridgman, A., Gorwa, R., MacLellan, S., Merkley, E., & Zhilin, O. (2020). *Lessons in Resilience: Canada's Digital Media Ecosystem and the 2019 Election*. Public Policy Forum. <https://ppforum.ca/articles/lessons-in-resilience-canadas-digital-media-ecosystem-and-the-2019-election/>
- 3 Bridgman, A., Merkley, E., Zhilin, O., Loewen, P. J., Owen, T., & Ruths, D. (2021). Infodemic pathways: Evaluating the role that traditional and social media play in cross-national information transfer. *Frontiers in Political Science* 3(20): 1-11. <https://doi.org/10.3389/fpos.2021.648646>
- 4 Brin, C. (2021). 'Canada'. Dans Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C.T., & Kleis Nielsen, R. *Reuters Institute Digital News Report 2021*. Reuters Institute for the Study of Journalism, 118-9. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/canada>
- 5 Brin, C. (2021). 'Canada'. Dans Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C.T., & Kleis Nielsen, R. *Reuters Institute Digital News Report 2021*. Reuters Institute for the Study of Journalism, 118-9. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/canada>
- Owen, T., Loewen, P., Ruths, D., Bridgman, A., Gorwa, R., MacLellan, S., Merkley, E., & Zhilin, O. (2020). *Lessons in Resilience: Canada's Digital Media Ecosystem and the 2019 Election*. Public Policy Forum. <https://ppforum.ca/articles/lessons-in-resilience-canadas-digital-media-ecosystem-and-the-2019-election/>
- 6 Interactive Advertising Bureau of Canada. (2020). *2019 IAB Canada Internet Ad Revenue Survey*. <https://iabcanada.com/research/2019-iab-canada-internet-ad-revenue-survey/>
- 7 Briggs, P. (2021). *Canada Digital Ad Spending 2021: Strong Growth to Return as a Recovery Looms*. eMarketer. <https://www.emarketer.com/content/canada-digital-ad-spending-2021>
- 8 Winseck, D. (2020). *Media and Internet Concentration in Canada, 1984– 2019*. Canadian Media Concentration Research Project. <https://www.cmcrp.org/media-and-internet-concentration-in-canada-1984-2019/>
- 9 Lindgren, A., & Corbett, J. (2021). Local News Map Data: June 1, 2021. Local News Research Project. <http://localnewsresearchproject.ca/category/local-news-map-data>
- 10 Brin, C. (2021). 'Canada'. Dans Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C.T., & Kleis Nielsen, R. *Reuters Institute Digital News Report 2021*. Reuters Institute for the Study of Journalism, 119. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/canada>
- 11 Owen, T., Loewen, P., Ruths, D., Bridgman, A., Gorwa, R., MacLellan, S., Merkley, E., & Zhilin, O. (2020). *Lessons in Resilience: Canada's Digital Media Ecosystem and the 2019 Election*. Public Policy Forum. <https://ppforum.ca/articles/lessons-in-resilience-canadas-digital-media-ecosystem-and-the-2019-election/>
- 12 Boulianne, S., Belland, S., Tenove, C., & Friesen, K. (2021) *Misinformation across Social Media Platforms and across Countries*. <https://roam.macewan.ca/islandora/object/gm:2822>
- 13 Service canadien du renseignement de sécurité. (2021, juillet). Menaces d'ingérence étrangère visant les processus démocratiques du Canada. <https://www.canada.ca/fr/service-renseignement-securite/organisation/publications/menace-dingerence-etrangere-visant-les-processus-democratiques-du-canada.html>
- 14 GDI a produit la liste de 64 sites à partir du classement Alexa et l'équipe de chercheurs a choisi les sites en fonction de leur portée et de leur pertinence.
- 15 L'anglais et le français sont les langues maternelles de 57 % et 21 % de la population canadienne respectivement. 22 % des Canadiens sont allophones (la troisième langue la plus parlée est le mandarin, avec 1,8 %). La population francophone est concentrée au Québec, où le français est la langue maternelle d'environ 78 % de la population. Voir Statistique Canada (2019). Statistiques sur les langues officielles au Canada. <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/langues-officielles-bilinguisme/publications/statistique.html>

**16** Ces scores reflètent le risque de désinformation en fonction des contenus d'information et de la transparence quant aux politiques internes. Il ne s'agit pas d'une mesure de la qualité journalistique. Des médias ont obtenu des résultats plus élevés pour le pilier Contenu que certains de cette liste, mais obtiennent un score global plus faible en raison du peu d'information sur leurs politiques diffusée sur leur site web.

**17** Certains des sites classés à risque moyen et élevé ont tendance à présenter un contenu exact, neutre et non sensationnaliste, mais obtiennent des scores plus faibles parce qu'ils se concentrent sur des enjeux touchant des communautés et publics moins bien desservis. Il est possible qu'ils n'aient pas les ressources pour codifier les politiques de leur salle de presse en raison de la petite taille de leur rédaction, ou encore parce qu'ils ont été lancés récemment.

**18** Étant donné que de nombreuses personnes ne lisent pas les articles au complet, la publication d'un *lead* factuel et synthétique peut réduire considérablement les risques de désinformation.

**19** Le choix de couvrir des enjeux et des événements non abordés par d'autres médias a certainement de l'importance dans une société démocratique. Il ne s'agit pas ici de demander aux médias de se limiter aux thèmes couverts par d'autres médias, ce qui affaiblirait la diversité de l'information. Nous considérons plutôt, aux fins de l'analyse, que lorsqu'un seul média traite d'un sujet, il est plus difficile pour le lecteur de valider cette information auprès d'une autre source indépendante. Par conséquent, lorsqu'un média est seul à couvrir un sujet, il doit prendre le plus grand soin à assurer l'exactitude de l'information et à la contextualiser.

**20** Voir, par exemple, Anspach, N.M., & Carlson, T. N. (2018). What to Believe ? Social Media Commentary and Belief in Misinformation. *Political Behavior* 42 : 697-718. Anderson, A.A., Yeo, S.K., Brossard, D., Scheufele, D.A. & Xenos, M.A. (2016). Toxic Talk : How Online Incivility Can Undermine Perceptions of Media. *International Journal of Public Opinion Research* 30(1) : 156-68..

**21** Pour plus d'informations sur la JTI, qui a adopté une norme ISO pour le secteur des médias d'information, voir : <https://www.journalismtrustinitiative.org/fr/>.

**22** Voir également : European Committee for Standardization. (2021). Draft CWA by the CEN/WS - Journalism Trust Initiative is made available for public review and commenting. <ftp://ftp.cencenelec.eu/EN/News/WS/2019/JTI/JTIForPublicComments.pdf>

**23** On peut consulter les rapports des autres pays dans la section « Research » du site web de Global Disinformation Index : <https://disinformationindex.org/research/>

**24** Dans certains cas, des organes d'information internationaux peuvent être inclus dans une étude si le marché national est petit, si les sites sont considérés comme très pertinents, si le contenu du site est spécifique au marché évalué et si GDI n'a pas développé une évaluation du risque pour ce site ailleurs.



---

[www.disinformationindex.org](http://www.disinformationindex.org)