



laquadrature.net

Réponse à la consultation européenne sur les « fake-news »

Définir le problème

Les «fausses nouvelles» constituent une notion mal définie qui englobe différentes formes de désinformation, telle qu'une représentation erronée de la réalité ou une dénaturation des faits. Dans le cadre du présent questionnaire, l'accent est mis sur des **nouvelles qui sont intentionnellement créées et diffusées en ligne pour induire le lecteur en erreur** (par exemple, pour des raisons politiques ou économiques). En général, les avis personnels, la satire et les simples erreurs journalistiques ne sont pas considérés comme de fausses nouvelles. Si la diffusion de certaines fausses nouvelles peut constituer un comportement illégal au regard du droit de l'UE et/ou des droits nationaux (par exemple, les discours haineux illégaux, l'incitation à la violence, le terrorisme ou la maltraitance des enfants, la diffamation, la calomnie, etc.), dans bien d'autres cas, les fausses nouvelles sont susceptibles d'avoir des effets préjudiciables sur la société sans être forcément illégales.

Le sous-ensemble de questions suivant vise à permettre à la Commission de définir le problème et d'évaluer les mécanismes susceptibles de contribuer à la diffusion de fausses nouvelles qui ne sont pas jugées illégales.

1. Selon vous, quels critères faudrait-il utiliser pour définir les fausses nouvelles en vue de définir le problème?

2000 caractère(s) maximum

Aucun critère ne peut définir de façon satisfaisante et générale ce qu'est une information «fausse». En droit, traditionnellement, la véracité d'une information ou la sincérité d'une démarche n'est interrogée que lorsque cette information ou ce comportement a causé un tort précis et concret à un individu ou à la société dans son ensemble. Ce n'est qu'au regard de ce tort précis, et des circonstances factuelles qui l'entourent, qu'il peut être raisonnable et utile de chercher à qualifier une information ou un comportement.

Définir des critères absolus (indépendant des torts concrets causés) aurait pour unique conséquence d'établir une vérité officielle.

De même que les principes démocratiques fondamentaux interdisent aux États d'imposer une religion ou une doctrine politique officielle, ils interdisent d'imposer tout critère général de vérité. C'est précisément en réaction aux régimes autoritaires qui, en Europe, ont violé ces principes que s'est construite l'histoire politique de l'Union européenne.

Pourtant, le phénomène qui a conduit à la présente consultation révèle bien un problème actuel. Ce problème n'est pas lié au caractère « faux » de certaines informations mais à la surdiffusion sur certains services Internet (Facebook, Youtube, Twitter...) d'informations qui ne sont guidées ni par la recherche de consensus, ni par la rigueur scientifique, mais par l'émotion, la simplification, etc.

Certaines de ces informations sont probablement « fausses » (lorsque cela à un sens de les évaluer), alors que d'autres ne le sont pas. Prises individuellement, elles ne nuisent pas toutes à la société. Toutefois, leur surdiffusion, dont l'effet est notamment d'écarter des débats les informations plus subtiles et nuancées, est systématiquement nuisible. Cette surdiffusion est rarement le fait des individus qui émettent ces informations, mais est systématiquement celui de certains services qui, pour des raisons purement économiques, choisissent de les mettre avant.

2. Les catégories suivantes de fausses nouvelles risquent-elles de causer du tort à la société? Veuillez répondre, sur une échelle de 1 à 4: 1 (aucun), 2 (improbable), 3 (probable) à 4 (très probable).

	Sans opinion	1	2	3	4
De fausses nouvelles délibérées visant à influencer les décisions de vote lors d'élections	<input type="radio"/>				
De fausses nouvelles délibérées visant à influencer les politiques de santé	<input type="radio"/>				
De fausses nouvelles délibérées visant à influencer les politiques environnementales	<input type="radio"/>				
De fausses nouvelles délibérées visant à influencer les politiques d'immigration	<input type="radio"/>				
De fausses nouvelles délibérées visant à influencer l'économie ou la finance	<input type="radio"/>				

De fausses nouvelles délibérées visant à miner la confiance dans les institutions publiques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De fausses nouvelles délibérées visant à compromettre la sécurité publique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De fausses nouvelles délibérées visant à générer des recettes publicitaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Autres catégories de fausses nouvelles délibérées	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* Veuillez préciser quelles autres catégories de fausses nouvelles risquent de causer du tort à la société.

300 caractère(s) maximum

Il serait dangereux de prétendre prédire en amont, sans définir de circonstances précises, quelle catégorie d'information pourrait plus ou moins nuire à la société. Des informations entrant dans chacune de ces catégories pourraient causer un tort immense ou parfaitement nul selon les circonstances.

3. Si vous avez des observations sur ces catégories, veuillez expliquer pourquoi et/ou suggérer des catégories supplémentaires de fausses nouvelles.

300 caractère(s) maximum

Ces catégories ne sont d'aucune aide pour aborder le présent problème. La seule distinction à faire est entre les informations dont la diffusion facilite le ciblage comportementale et celles qui, de ce point de vue, sont peu rentables.

4. Selon vous, quels sont les principaux facteurs économiques, sociaux et liés aux technologies qui, dans le paysage actuel des médias d'information, contribuent à la diffusion croissante de fausses nouvelles? Vous pouvez, par exemple, évoquer les comportements de lecture, les recettes publicitaires, l'évolution du rôle des journalistes et/ou l'incidence des articles sponsorisés.

3000 caractère(s) maximum

La diffusion de contenus simples, courts, peu subtils, polémiques, clivants ou caricaturaux n'est pas nouvelle. Une partie de la presse (sensationnaliste ou parfois grand public) y a toujours eu recours. La part croissante de la publicité dans les ressources financières de la presse a depuis accentué cette tendance, et de nombreux titres historiquement réputés pour leur rigueur d'analyse et la qualité de leurs enquêtes ont dernièrement perdu en crédit auprès d'un public qui se lasse d'un nombre croissant d'articles simplistes, caricaturaux, peu documentés.

Mais ce phénomène dépasse largement le secteur de la presse qui, tel que devait le permettre le développement d'Internet, a largement perdu sa position dominante d'émetteur public d'informations. La diffusion d'informations passe désormais par divers vecteurs, dont certains média sociaux qui, pour les plus centralisés d'entre eux (Facebook, Youtube, Twitter...), favorisent certains types d'informations selon des critères commerciaux.

Ces critères ont pour but de permettre à ces nouveaux média de cibler leurs utilisateurs de façon de plus en plus précise (afin de leur proposer, en aval, des publicités aussi ciblées que possible).

La précision de ce ciblage est d'autant plus efficace que sont soumis aux utilisateurs des contenus avec lesquels ils auront le plus tendance à interagir (« aimer » une image, « lire » une vidéo, « retweeter » un

message...) en fonction de leur profils préétablis. De même, le ciblage est d'autant plus efficace que sont mis en avant des contenus avec lesquels n'interagissent habituellement qu'une catégorie précise et prédéfinie d'utilisateurs, ce qui permet d'intégrer facilement à cette catégorie les « nouveaux » utilisateurs qui interagissent avec ces contenus. Au contraire, l'objectif de ciblage rend peu intéressant de mettre en avant des contenus consensuels, susceptibles de plaire à n'importe quel type de public et donc peu utiles pour catégoriser les utilisateurs qui interagissent avec eux.

Ces deux tendances, qui sont la conséquence directe de l'objectif économique primaire de ces nouveaux média, ont ainsi pour conséquence nécessaire la surdiffusion d'un type de contenu (simple, faisant appel à l'émotion, caricatural, polémique) par rapport à d'autres, de même que l'enfermement des utilisateurs autour de certains sujets arbitrairement choisis pour eux et à la diffusion desquels ils participent malgré eux.

Ces changements restreignent considérablement les mécanismes du débat démocratique : les échanges publics sont drastiquement déséquilibrés, filtrés ou favorisés automatiquement selon des critères opaques qui ne prennent aucunement en compte l'intérêt public mais, au contraire, ont tout à gagner en efficacité du conflit, du ressentiment et de la confusion. La société se retrouve dans une situation particulièrement difficile pour rechercher ensemble, de façon cohérente, concertée et apaisée, ses choix à faire et ses vérités à construire.

5. Dans quel média rencontrez-vous le plus couramment de fausses nouvelles? Sélectionnez les options les plus pertinentes.

- Les journaux et magazines d'actualités imprimés traditionnels
- Les journaux et magazines d'actualités en ligne traditionnels
- Les journaux uniquement en ligne
- Les agences de presse (par exemple, Reuters, ANSA, AFP)
- Les medias sociaux et les applications de messagerie instantanée
- Les blogs/forums en ligne
- La télévision
- La radio
- Les agrégateurs d'informations (par exemple, Google News, Apple news, Yahoo news)
- Les plateformes de partage de vidéos (par exemple, YouTube, DailyMotion, Vimeo)
- Les informations partagées par les amis ou la famille
- Sans opinion

6. Indiquez lesquels des mécanismes de diffusion suivants ont, selon vous, la plus forte incidence sur la propagation de fausses nouvelles dans l'UE? Sélectionnez les options les plus pertinentes.

- Le partage en ligne par des personnalités influentes / faiseurs d'opinion
- Le partage en ligne effectué par des robots (comptes automatisés sur les médias sociaux)
- Le partage entre utilisateurs de médias sociaux
- Les algorithmes de recommandation utilisés sur les plateformes en ligne
- Les décisions éditoriales des médias
- Autres

* Veuillez expliquer quels autres mécanismes de diffusion ont une incidence sur la propagation de fausses nouvelles dans l'UE

600 caractère(s) maximum

La surdiffusion de « fausses nouvelles » (notion qui n'a pas de pertinence prise en dehors de cas ayant causé un tort concret) n'est qu'un des symptômes du mal bien plus large causé par la régulation automatique des communications par les services reposant sur le ciblage des individus.

7. Lesquels des domaines suivants ont-ils, selon vous, été touchés par de fausses nouvelles au cours des deux dernières années? Pour chaque domaine, veuillez utiliser une échelle de 1 à 4; 1 (non touché), 2 (légèrement touché), 3 (moyennement touché), 4 (fortement touché).

	Sans opinion	1	2	3	4
Les affaires politiques (par exemple, des élections)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La sécurité	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La vie privée de personnalités (par exemple, hommes et femmes politiques)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'industrie du spectacle et du divertissement	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'immigration (par exemple, les réfugiés)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les minorités (par exemple, religieuses, ethniques ou sexuelles)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La santé (par exemple, les vaccins)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'environnement (par exemple, le changement climatique)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'économie et la finance (par exemple, les rumeurs de marché)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les sciences et technologies (par exemple, des études fausses ou tendancieuses)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Selon vous, les fausses nouvelles ont-elles eu une incidence sur l'opinion publique, au cours des deux dernières années, dans les domaines suivants? Pour chaque domaine, veuillez utiliser une échelle de 1 à 4: 1 (aucune incidence), 2 (quelque incidence), 3 (incidence notable), 4 (forte incidence)

	Sans opinion	1	2	3	4
Les affaires politiques (par exemple, des élections)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La sécurité	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La vie privée de personnalités (par exemple, hommes et femmes politiques)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'industrie du spectacle et du divertissement	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'immigration (par exemple, les réfugiés)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les minorités (par exemple, religieuses, ethniques ou sexuelles)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La santé (par exemple, les vaccins)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'environnement (par exemple, le changement climatique)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'économie et la finance (par exemple, les rumeurs de marché)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les sciences et technologies (par exemple, des études fausses ou tendancieuses)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Si vous êtes une plateforme en ligne ou un organe de presse, veuillez expliquer les critères que vous utilisez pour classer le contenu informatif sur votre plateforme/site web en ligne, et décrire leur incidence sur le classement d'autres sources d'information.

3000 caractère(s) maximum

La Quadrature du Net héberge une instance du média social décentralisé Mastodon, mamot.fr (8 400 utilisateurs). Nous n'appliquons aucun critère de filtrage, afin de respecter tant la vie privée de nos utilisateurs que la qualité des débats qui y prennent place.

Évaluation des mesures déjà prises par les plateformes en ligne, les organes de presse et les organisations de la société civile pour contrer la propagation de la désinformation en ligne

Les plateformes en ligne, organes de presse et organisations de la société civile (par exemple, les vérificateurs de faits) ont pris des mesures concrètes pour contrer la propagation de la désinformation en ligne. Par exemple, des mesures ont été prises pour priver de recettes publicitaires en ligne les sites web diffusant de fausses nouvelles, pour faire fermer les faux comptes, pour créer des mécanismes de signalement (par les lecteurs et les organismes signaleurs de confiance qui avertissent les plateformes de l'existence de contenus d'une véracité douteuse) et nouer des collaborations avec des vérificateurs de faits indépendants respectueux du code international de principes de vérification des faits. Le sous-ensemble de questions suivant vise à recueillir les informations nécessaires pour mieux déterminer l'incidence positive, et les inconvénients, des mesures actuelles de lutte contre la propagation de la désinformation en ligne.

10. À quel point les mesures suivantes ont-elles réduit la diffusion de fausses nouvelles, à supposer que tel ait été le cas? Veuillez évaluer chacune des affirmations suivantes, sur une échelle de 1 à 4; 1 (aucune contribution), 2 (contribution mineure), 3 (contribution appréciable), 4 (contribution importante).

	Sans opinion	1	2	3	4
Les messages contextuels sur les médias sociaux, incitant les lecteurs à vérifier les nouvelles et les sources	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les mécanismes destinés à afficher de manière bien visible les informations de différentes sources représentant des points de vue similaires (par exemple, le bouton «articles connexes»)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Les mécanismes destinés à afficher de manière bien visible des informations représentant des points de vue différents (par exemple, le bouton «ce qu'en disent d'autres sources»)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les mécanismes permettant aux lecteurs de signaler des contenus qui induisent en erreur et/ou sont faux	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des mentions avertissant les lecteurs qu'une publication ou un article fait l'objet d'un signalement/est contesté	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La vérification des faits par l'intermédiaire d'organes de presse indépendants et d'organisations de la société civile (expliquant pourquoi une publication peut induire en erreur)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les mécanismes destinés à bloquer les contenus sponsorisés de comptes qui publient régulièrement de fausses nouvelles	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La clôture de faux comptes et la suppression des comptes automatiques présents sur les médias sociaux (en vertu du code de conduite des plateformes)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Pour les mesures dont l'évaluation, à la question précédente, est égale ou inférieure à 2, veuillez préciser pourquoi, selon vous, elles ne sont pas si efficaces.

600 caractère(s) maximum

Aucune de ces mesures n'est à même de résoudre les problèmes que nous dénonçons. Elles prétendent seulement apaiser certains symptômes (la diffusion de certaines informations identifiées comme sensibles ou hasardeuses) d'un mal qu'elle n'atteignent aucunement.

11. Si vous êtes une plateforme en ligne ou un organe de presse et que vous avez adopté des mesures visant à contrer la propagation de la désinformation sur votre plateforme en ligne, au sein de votre organe de presse ou sur votre site web, ou sur ceux exploités par des tiers, veuillez expliquer ces mesures. Veuillez fournir une brève description de leurs caractéristiques ainsi que de leurs résultats.

3000 caractère(s) maximum

Sur notre service mamot.fr, nous considérons que la meilleure solution contre la désinformation est la libre participation de chaque utilisateur à tout débat, tous mis sur un même pied d'égalité, indépendamment du format, du sujet ou d'une quelconque qualité de leur message.

12. Si vous êtes une plateforme en ligne ou un organe de presse, quels outils employez-vous pour apprécier le contenu chargé sur votre plateforme/la qualité des informations en ligne utilisées pour produire du contenu informatif? Veuillez évaluer chacune des mesures suivantes, sur une échelle de 1 à 4; 1 (rarement), 2 (parfois), 3 (souvent), 4 (toujours).

	Sans opinion	1	2	3	4
Vérification de faits (personnes vérifiant les faits)	<input type="radio"/>				
Examen par les pairs	<input type="radio"/>				

Signalement (par les utilisateurs)	<input type="radio"/>				
Signalement (par les organismes signaleurs de confiance)	<input type="radio"/>				
Outils de vérification automatisée de contenu	<input type="radio"/>				
Autre	<input type="radio"/>				

13. Selon vous, les lecteurs sont-ils suffisamment informés de ce qu'ils doivent faire pour vérifier la véracité de nouvelles lorsqu'ils lisent et partagent des nouvelles en ligne (par exemple, vérifier les sources, les comparer, vérifier si les allégations sont corroborées par les faits)?

- Oui
- Non
- Sans opinion

14. Si vous êtes une plateforme en ligne ou un organe de presse, que fait votre organisation pour informer les lecteurs des précautions qu'ils devraient prendre lorsqu'ils lisent et partagent des nouvelles en ligne (par exemple, notifications périodiques, programmes d'éducation aux médias)? Comment les aidez-vous à évaluer un article/une publication (outils pour se renseigner sur la source, liens vers des faits et des chiffres, liens vers d'autres sources, etc.)?

3000 caractère(s) maximum

Futures actions possibles pour améliorer l'accès à des informations fiables et endiguer la propagation de la désinformation en ligne

On soutient parfois que les mécanismes mis en place jusqu'à maintenant par les plateformes en ligne et les organes de presse pour contrer la diffusion de fausses informations ne neutralisent qu'une faible part de la désinformation, que cela nécessite une vérification des contenus qui mobilise d'importantes ressources humaines et que cela n'empêche pas la diffusion virale de fausses nouvelles par l'intermédiaire des médias sociaux. En outre, des voix se sont élevées pour dénoncer les risques de censure et souligner la nécessité d'un classement plus diversifié et pluraliste des sources d'information alternatives sur les médias sociaux.

Les questions suivantes visent à recueillir des informations sur les actions supplémentaires qui pourraient contribuer à apporter une réponse complète et efficace au phénomène des fausses nouvelles.

15. Pensez-vous qu'il faille faire davantage pour endiguer la propagation de la désinformation en ligne?

- Oui
- Non
- Sans opinion

Vous pouvez formuler des observations sur ce qu'il conviendrait de faire pour endiguer la propagation de la désinformation en ligne.

3000 caractère(s) maximum

Voir réponse à la question 16.

16. Selon vous, quelles mesures les plateformes en ligne pourraient-elles prendre pour améliorer l'accès des utilisateurs à des informations fiables et empêcher la propagation de la désinformation en ligne?

3000 caractère(s) maximum

La surdiffusion d'un certain type d'informations, selon des critères opaques et contraires à l'intérêt public, est la conséquence principale de la surveillance imposée par les médias sociaux centralisés à leurs utilisateurs.

Ce problème ne peut être résolu que d'une seule façon : en contraignant ces médias à respecter le règlement général sur la protection des données. Ce règlement prévoit qu'aucun service ne peut être refusé à une personne du seul fait que celle-ci refuse que son utilisation soit analysée (voir la définition du caractère libre du consentement donnée par le groupe de l'article 29 dans ses lignes directrices 2016/679).

Faire respecter ce règlement permettrait à tous les utilisateurs de ces médias d'échapper par défaut (tant qu'ils ne les ont pas acceptés) aux filtres et « bulles » construites en analysant leur comportement et qui leur empêchent d'avoir accès à un débat public apaisé, sincère et non déséquilibré.

Toute autre stratégie ne viserait qu'à tenter d'apaiser les symptômes du mal pour mieux en ignorer la source.

Par ailleurs, le libre choix d'être ou non surveillé ne peut être complet qu'en obligeant les plateformes centralisées à l'interopérabilité avec d'autres plateformes alternatives, par la mise à disposition d'une exportation complète des contenus des utilisateurs ainsi que par la possibilité pour des services tiers de communiquer directement avec elles et leurs utilisateurs. Ainsi, la migration vers des plateformes alternatives devient possible, sans que cela n'implique d'être exclu du débat public. Les utilisateurs reconquerraient la liberté de choix pour contrer les « walled gardens » dont la centralisation et la logique prédatrice est au cœur du problème ici abordé.

17. Quel serait le degré d'efficacité des mesures suivantes prises par les plateformes en ligne dans la prévention de la diffusion de fausses informations? Veuillez évaluer chaque mesure sur une échelle de 1 à 4; 1 (aucune incidence), 2 (faible incidence), 3 (incidence modérée), 4 (forte incidence)

	Sans opinion	1	2	3	4
Classer en tête les informations provenant de sources fiables et les faire apparaître de manière prédominante dans les résultats de recherche ou les fils d'actualité.	<input type="radio"/>				
Mieux rémunérer les organes de presse qui produisent des informations en ligne fiables.	<input type="radio"/>				
Accorder aux utilisateurs une plus grande maîtrise des modalités de personnalisation de l'affichage des contenus.	<input type="radio"/>				
Permettre le signalement direct de contenus suspects entre les utilisateurs de médias sociaux.	<input type="radio"/>				
Investir dans l'éducation et l'autonomisation des utilisateurs pour qu'ils évaluent et utilisent mieux les informations en ligne.	<input type="radio"/>				

Prévoir à côté de chaque article des boutons qui permettent aux utilisateurs de se renseigner sur les sources ou de les comparer.	<input type="radio"/>				
Informers les utilisateurs lorsque certains contenus ont été produits ou diffusés par un robot et non par un être humain.	<input type="radio"/>				
Informers les utilisateurs des critères et/ou des algorithmes utilisés pour afficher des contenus à leur intention (pourquoi ils voient certains contenus).	<input type="radio"/>				
Soutenir les organisations de la société civile dans l'amélioration de la surveillance et de la réfutation des fausses nouvelles.	<input type="radio"/>				
Employer des vérificateurs de fait sur la plateforme en ligne.	<input type="radio"/>				
Limiter davantage les recettes publicitaires des sites web publiant de fausses nouvelles.	<input type="radio"/>				
Améliorer, et étendre à l'ensemble des États membres de l'UE, les pratiques actuelles des plateformes en ligne qui appliquent un marquage sur les informations suspectes après une vérification des faits.	<input type="radio"/>				
Investir dans des solutions technologiques telles que l'intelligence artificielle pour améliorer la détection et le dépistage des fausses nouvelles.	<input type="radio"/>				
Concevoir de nouvelles formes de coopération avec les entreprises de médias, les vérificateurs de faits et les organisations de la société civile pour appliquer de nouvelles méthodes de lutte contre les fausses nouvelles.	<input type="radio"/>				
Autre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

* Si vous avez répondu «Autre», veuillez préciser.

600 caractère(s) maximum

Respecter le règlement général sur la protection des données.

18. Selon vous, quelles mesures les organes de presse pourraient-ils prendre afin d'améliorer la portée des informations fiables et empêcher la propagation de la désinformation en ligne?

3000 caractère(s) maximum

De la même façon que les médias sociaux, les sites de presse doivent respecter la loi en s'interdisant de cibler et de tracer leurs utilisateurs, ou de permettre à des tiers de le faire, sans le consentement de ces premiers. Actuellement, l'écrasante majorité des sites de presse que nous avons pu analyser permettent à un grand nombre de tiers de réaliser ce traçage sans même en informer leurs visiteurs, et encore moins en leur demandant leur avis. La Quadrature du Net publiera prochainement des informations détaillées à ce sujet.

Ce ciblage et ce traçage poursuivent l'exacte même logique du problème général dénoncé dans cette réponse, et concourent quasi-systématiquement à l'entreprise de ciblage conduite par les médias sociaux

centralisés, qui sont autorisés par les sites de presse à y poser leurs traceurs. Pour cette raison, les sites de presse participent au déséquilibre du débat public, tout en violant la loi.

19. Quel serait le degré d'efficacité des mesures suivantes prises par les organes de presse pour rendre les informations plus fiables et lutter contre les fausses nouvelles? Veuillez évaluer chaque action sur une échelle de 1 à 4; 1 (aucune incidence), 2 (faible incidence), 3 (incidence modérée), 4 (forte incidence).

	Sans opinion	1	2	3	4
Investir davantage dans de nouvelles formes de journalisme (un journalisme d'investigation fondé sur les données) pour offrir des discours fiables et attrayants.	<input type="radio"/>				
Accroître la coopération avec d'autres organes de presse.	<input type="radio"/>				
Aider les lecteurs à s'éduquer aux médias pour acquérir une approche critique des nouvelles en ligne.	<input type="radio"/>				
Aider les lecteurs à jauger les informations au moment et à l'endroit où ils les lisent (par exemple, liens vers les sources).	<input type="radio"/>				
Soutenir les organisations de la société civile et les plateformes participatives (utilisant, par exemple, le modèle de Wikipédia /Wikinews) afin d'améliorer la surveillance et la réfutation des fausses nouvelles.	<input type="radio"/>				
Investir dans des solutions technologiques pour renforcer leurs capacités de vérification de contenus, en particulier pour les contenus créés par les utilisateurs, afin de ne pas contribuer à la prolifération de fausses nouvelles.	<input type="radio"/>				
Autre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Si vous avez répondu «Autre», veuillez préciser.

600 caractère(s) maximum

Respecter le règlement général sur la protection des données.

20. Selon vous, quelles mesures les organisations de la société civile pourraient-elles prendre pour promouvoir les informations fiables et empêcher la propagation de la désinformation en ligne?

3000 caractère(s) maximum

21. Quelle serait, selon vous, la valeur ajoutée d'un observatoire/site web indépendant (plateformes de liaison, organes de presse et organismes de vérification des faits) pour dépister la désinformation et l'apparition de faux récits, améliorer la réfutation et faciliter l'exposition de différentes sources d'informations en ligne? Veuillez évaluer chacune des affirmations suivantes, sur une échelle de 1 à 4; 1 (pas du tout d'accord), 2 (pas d'accord), 3 (d'accord), 4 (tout à fait

d'accord). Si vous le jugez utile, vous pouvez formuler ci-après des suggestions pour garantir l'indépendance - par exemple, supervision par les milieux scientifiques, structures basées au niveau local ou structure hybride comme Wikipédia.

	Sans opinion	1	2	3	4
Un observatoire indépendant qui fonctionnerait comme un pôle de connaissance, rassemblant des études et dispensant des conseils généraux sur les moyens de lutte contre la désinformation en ligne, serait bénéfique au public	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un observatoire indépendant qui étudierait les publications très populaires sur les médias sociaux, demanderait aux vérificateurs de faits de les examiner et émettrait des avertissements à l'intention des plateformes, des pouvoirs publics, etc. les informant que ces publications doivent faire l'objet d'un signalement, serait bénéfique au public	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un observatoire/site web indépendant qui étudierait les publications très populaires sur les médias sociaux, effectuerait des recherches sur les faits et élaborerait des contre-récits si nécessaire, serait bénéfique au public	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un observatoire/site web indépendant qui n'étudierait pas les publications mais aiderait plutôt à recueillir des informations factuelles (et éventuellement les évaluations des utilisateurs) pour chaque source, en vue d'établir un aperçu factuel de l'activité et de la notoriété de chaque source, serait bénéfique au public	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un observatoire n'est pas utile au public	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Quelles mesures, le cas échéant, les pouvoirs publics devraient-ils prendre pour contrer la diffusion de fausses nouvelles, et à quel niveau (mondial, UE, national/régional) ces mesures devraient-elles être prises?

3000 caractère(s) maximum

Faire respecter le règlement général sur la protection des données. Ne pas vider le règlement ePrivacy de toute sa substance (ce qui, en matière d'analyse d'audience confiée à des tiers ou de géolocalisation, est hélas actuellement le cas).

Toute autre mesure serait aussi peu utile que dangereuse pour les libertés de communication.

Les rapporteurs spéciaux pour la liberté d'expression (UN, OAS, OSCE and African Commission) rappellent dans une déclaration conjointe de 2017 (<https://www.law-democracy.org/live/2017-joint-declaration-by-special-rapporteurs-on-fake-news/>) le rôle des pouvoirs publics concernant la désinformation :

- "Les interdictions générales de diffusion d'informations fondées sur des notions vagues et ambiguës, en ce compris les «fausses nouvelles» ou les «informations non objectives», sont incompatibles avec les normes internationales relatives aux restrictions à la liberté d'expression."
- "Les systèmes de filtrage de contenus imposés par un gouvernement qui ne sont pas contrôlés par l'utilisateur final ne sont pas justifiables en tant que restriction à la liberté d'expression."
- "Les acteurs étatiques doivent veiller, conformément à leurs obligations légales nationales et

internationales et à leurs devoirs publics, à garantir que les informations qu'ils diffusent sont fiables et dignes de confiance."

- "Les États ont l'obligation positive de promouvoir un environnement de communication libre, indépendant et pluraliste, en ce compris la diversité des médias, qui est un moyen essentiel de combattre la désinformation et la propagande."

Ces principes fondamentaux visent à rappeler les pouvoirs publics à se concentrer sur eux-mêmes et de ne pas légiférer de manière autoritaire afin de définir la vérité. Or, le dernier point cité implique que les pouvoirs publics doivent contrecarrer le système économique du paysage médiatique et des réseaux publicitaires (voir nos réponses à 1, 4, 16).

23. Veuillez formuler toute observation et/ou mentionner tout lien vers des recherches sur lesquelles vous jugez utile d'attirer l'attention de la Commission.

3000 caractère(s) maximum

Article de Robert Darnton sur la longue histoire de la désinformation : <https://frama.link/history-fake-news> .

Sur les effets de l'automatisation de l'espace public et la question d'y répondre avec un changement culturel de notre consommation des médias, voir le discours de Frank Pasquale : The Automated Public Sphere. <https://frama.link/Pasquale-autom-public-sphere>.

Sur le lien entre l'automatisation de l'espace public et des modèles économiques des plateformes :

- Safiya Noble, "Algorithms of Oppression" : Le "complètement automatique" (suggestions) du moteur de recherche Google a tendance à associer des mauvaises qualités aux minorités, car il fonctionne comme une machine de suffrage. Des groupes hostiles à l'égard des minorités peuvent manipuler ces suggestions automatiques et reproduire leurs stéréotypes en recherchant fréquemment et ensemble les mêmes termes. Cela est justifié par la logique économique du service qui donne justement aux clients ce qu'ils veulent et démontre que le fonctionnement de la démocratie ne peut pas être décrit en termes économiques. <https://nyupress.org/books/9781479837243/>.

- Jodi Dean, "Blog Theory" : Dans l'espace public automatisé, notamment sur Facebook, les contenus les plus partagés sont ceux qui déclenchent des émotions des récepteurs, et pas ceux qui sont le plus utiles ou « véritables ». Sur cette base, des profils psychologiques sont créés. Il ne s'agit plus de la relation binaire entre affinité et antipathie, mais de l'analyse des réactions émotionnelles (Affective Computing). <https://www.wiley.com/en-gb/Blog+Theory%3A+Feedback+and+Capture+in+the+Circuits+of+Drive-p-9780745649696>.

Pour approfondir les sujets de la capitalisation de nos émotions et du paradoxe entre l'opacité des plateformes et la transparence totale à laquelle sont forcés leurs utilisateurs, voir le livre de W. Christl et S. Spiekermann, "Networks of Control" (<http://crackedlabs.org/en/networksofcontrol>). Et W. Christl, "How Companies Use Personal Data Against People" (<http://crackedlabs.org/en/data-against-people>).

Pour approfondir le sujet de l'influence du modèle économique des plateformes sur l'information elle-même et sur l'utilisation statistique de ressemblances entre individus pour leur délivrer un contenu spécifique, lire l'article de Serge Proulx, "Capitalisme et communication : une monétisation de la relation sociale". <https://sergeproulx.uqam.ca/wp-content/uploads/sites/114/2014/02/Proulx-Namur2013-finalEXT2.pdf>.

