

## Module 2: Looking at harmful practices on social media and their impact on democratic governance and on electoral processes FR (French)

[00:00:19] Bonjour. Je m'appelle Niamh Hanafin. Je suis Conseillère principale pour l'intégrité de l'information au Centre de gouvernance d'Oslo du PNUD. Je vais animer la deuxième partie de ce deuxième module, qui examinera les usages néfastes sur les réseaux sociaux et autres et leur impact sur la gouvernance démocratique et les processus électoraux plus précisément. Avant d'aborder le sujet de cette session, je voudrais prendre un moment pour définir le terme "pollution de l'information". L'écosystème de l'information peut être pollué et manipulé de différentes manières. Nous utilisons le terme "désinformation" pour décrire un contenu faux, trompeur ou manipulé. Mais le contenu n'est pas le seul problème, les pratiques néfastes et trompeuses qui favorisent la désinformation nuisent également à l'écosystème de l'information. Cela comprend les usines de trolls, les faux comptes, les comptes automatisés et d'autres moyens amplifiant faussement un contenu qui sont les tendances en ligne. Au PNUD, nous sommes profondément préoccupés par l'impact de la pollution de l'information sur les principes de gouvernance responsable, inclusive et efficace et de cohésion sociale. Nous voyons que cela mine la légitimité des processus démocratiques, dégrade et détourne le débat public en ligne et hors ligne et entrave la participation des femmes à la vie politique. Cela érode la confiance dans les institutions gouvernementales et les médias et accroît les clivages sociaux et politiques existants. Cela accroît également la marginalisation des groupes déjà exclus. En ce qui concerne spécifiquement les élections, quel est l'impact de la pollution de l'information sur le processus électoral ? Eh bien, échanger librement des opinions et des idées divergentes pendant les élections est fondamental pour la démocratie. Dans le cas de la compétition politique, les élections nécessitent un espace où coexistent des idées concurrentes, la démocratie exige des règles du jeu équitables pour permettre un large éventail de convictions politiques. Cependant, l'écosystème actuel de l'information ne permet plus cet échange critique. Dotés d'outils et de tactiques numériques de plus en plus sophistiqués, les acteurs malveillants diffusent des contenus faux, trompeurs et manipulés pour influencer les résultats des élections, pour susciter le mécontentement, pour polariser ou pour délégitimer les processus électoraux. Cela peut accroître les risques de rejet des résultats des élections, de troubles politiques et sociaux, voire de violences électorales. Les menaces de perturbation des élections ne sont pas nouvelles mais elles se sont modernisées et sont maintenant amplifiées par des technologies numériques peu coûteuses et facilement accessibles. Il s'agit d'un problème qui s'aggrave à chaque cycle électoral. Étant donné qu'il s'agit d'un défi relativement nouveau et très complexe, les autorités électorales dans de nombreux pays n'ont pas encore mis en place de systèmes ni de mécanismes nécessaires pour détecter et réagir à ces agissements en ligne. Et de nombreux acteurs politiques sont prêts à prendre le risque d'utiliser des tactiques de pollution de l'information si cela augmente leurs chances de gagner du pouvoir., non seulement cela, mais la désinformation politique est devenue une industrie florissante. Il existe maintenant des sociétés de relations publiques et de marketing qui peuvent fournir ce service à quiconque a les moyens de le payer. En outre, de nombreux États parrainent eux-mêmes la désinformation politique. Examinons d'abord trois tactiques en ligne courantes et l'impact qu'elles peuvent avoir. De quelles manières des acteurs mal intentionnés peuvent-ils utiliser la pollution de l'information pour perturber le processus électoral ? Elles ne sont pas exhaustives et se chevauchent souvent les unes avec les autres et avec d'autres tactiques de propagande, mais voici quelques pratiques que nous rencontrons le plus souvent. La première est la publicité politique micro-ciblée. La publicité politique en ligne a connu un essor fulgurant au cours des 15 dernières années. Barack Obama a été le premier candidat à la présidentielle aux États-Unis à faire un usage substantiel de la publicité sur les réseaux sociaux. Il a dépensé 16 millions de

dollars en publicité en ligne en 2008. Lors des élections de 2020, les dépenses combinées en publicité proposée en ligne se sont élevées à 1,6 milliard de dollars. Le défi de la publicité politique est qu'elle peut être utilisée comme vecteur de désinformation et qu'elle peut être ciblée sur certains groupes et pas sur d'autres. Donc ce que je vois et ce que vous voyez ne sont pas la même chose. Les acteurs politiques peuvent atteindre de petits groupes d'électeur.rices en fonction du sexe, du lieu, de la religion, de la classe économique et de nombreuses autres variables. Ces micro-publicités ciblées ont été utilisées pour semer la confusion sur les procédures d'inscription et de vote, pour délégitimer le processus électoral auprès de certains groupes. La deuxième tactique est "astroturfing", il s'agit d'amplifier faussement le contenu pour donner l'impression d'un large soutien à une politique, à un.e candidat.e ou à un parti politique, même si ce soutien est minime. Les acteur.rices politiques peuvent faussement amplifier un problème, ou leur propre popularité, ou au contraire pour viser un.e adversaire. Ils/elles peuvent le faire via des comptes automatisés appelés "robots" (bots) ou via des faux comptes ou des comptes piratés, souvent il s'agit d'une combinaison coordonnée de tous ces éléments. Ceci est utilisé pour induire le public en erreur et lui faire croire qu'une position donnée est un point de vue communément admis. Cela déforme l'opinion publique et, par conséquent, fausse le débat public, en mettant en avant des questions marginales. Cela peut également réduire la qualité du débat public en opposant les groupes les uns aux autres et en accentuant la polarisation. La troisième tactique est la désinformation relative au genre. Les acteur.rices politiques utilisent de plus en plus la désinformation sur le genre pour cibler les critiques et les opposantes féminines. Les recherches montrent que les femmes en politique sont ciblées de manière disproportionnée par la désinformation, y compris par le biais d'histoires fictives, de menaces, de commentaires sur l'apparence physique et d'images humiliantes. Cela vise à dépeindre les femmes politiques et les candidates comme sous-qualifiées, peu fiables, peu intelligentes, trop émotives pour occuper des fonctions publiques. La désinformation fondée sur le genre décourage les femmes de se porter candidates et peut renforcer les stéréotypes négatifs à l'égard des femmes. L'impact de la désinformation sur le genre est encore plus grave pour les femmes appartenant à des minorités raciales, ethniques ou religieuses. Et bien entendu, lorsque les femmes sont exclues de la politique et du leadership, c'est le signe d'un recul démocratique et une grave préoccupation en matière de droits humains. Toutes ces tactiques peuvent contribuer à perturber les élections démocratiques. À quoi ressemble donc la désinformation lorsqu'elle parvient aux électeur.rices ? Eh bien, ça peut être n'importe quoi. Il peut s'agir de YouTube, de théories du complot, de mèmes ou de vidéos, d'informations fausses ou manipulées, de commentaires sur un fil Twitter, de publicités dans un flux Facebook ou encore de faux sites de vérification des faits. Mais au moment où la désinformation remonte à la surface et est partagée sur des sites internet ouverts, elle circule probablement dans d'autres forums fermés depuis un certain temps. Il est également important de savoir que de plus en plus, la désinformation s'éloigne des zones ouvertes aux internautes vers des espaces fermés tels que les groupes WhatsApp et les groupes Facebook privés, qui sont plus difficiles à suivre et plus difficiles à traiter. Alors, que peut-on faire pour protéger les électeur.rices ? Eh bien, il existe certainement actuellement des lacunes réglementaires en ce qui concerne la lutte contre la désinformation électorale, mais cela ne signifie pas que vous ne pouvez pas y répondre en tant qu'expert.e électoral.e, en fonction de votre mandat et de votre valeur ajoutée potentielle. Voici donc quelques options qui peuvent vous aider à mieux comprendre et à mieux réagir. Tout d'abord, c'est un nouveau monde, un nouvel ordre de l'information. Soyez prêt.es et aptes à communiquer dans ce monde, cela peut nécessiter un renforcement de capacités et une connaissance du domaine des données, un suivi en ligne et des stratégies de communication en ligne efficaces. Il est important de vous assurer que vous disposez de ces compétences dans votre équipe pour pouvoir y

accéder. Assurez une veille du paysage de l'information en ligne et suivez les narratifs émergents afin de pouvoir y répondre avant qu'ils ne gagnent en popularité. Le PNUD et d'autres ont développé et testent des outils numériques pour la veille des réseaux sociaux, la veille de la désinformation, le suivi et la vérification des faits. Ils sont spécialement conçus pour les environnements électoraux. Informez les électeur.rices des risques en ligne et donnez-leur des conseils sur la façon d'éviter de se laisser tromper par ces tactiques. Renforcer la résilience du public face à la pollution de l'information est essentiel. Identifiez comment les électeur.rices obtiennent leurs informations et établissez des partenariats solides avec des sources d'information fiables, telles que les médias, les responsables nationaux des statistiques, ou les décideur.euses au sein de groupes. Si possible, adressez-vous aux entreprises de médias sociaux avant les élections. Comprenez ce qu'ils peuvent faire de leur côté. Signalez les risques que vous voyez et proposez des moyens d'interagir avec vous. Encouragez les codes de conduite pour les partis politiques, les médias ou autres. Les codes de conduite peuvent définir comment les candidat.es, les partis politique et les médias devraient se comporter pendant la période électorale et les tenir responsables de cela. Mais n'oubliez pas que les interventions ne peuvent pas restreindre le droit à la liberté d'expression et d'opinion. Les coupures partielles ou totales d'internet, les restrictions imposées aux médias et d'autres réponses de ce type ne font que renforcer la méfiance et la vulnérabilité du public face à des sources d'information peu fiables. Enfin, il est facile de se sentir dépassé par un problème aussi complexe. Mais il y a actuellement des discussions mondiales en cours pour essayer de mieux guider les expert.es électoraux.ales et autres sur la façon d'y faire face. Le PNUD dirige actuellement une coalition d'action sur l'intégrité de l'information dans les élections, qui vise à identifier les meilleures pratiques et les orientations programmatiques, en particulier en ce qui concerne l'utilisation des technologies numériques. Nous sommes également en train de créer un centre de connaissances pour proposer des réponses programmatiques efficaces. D'autres parties prenantes du soutien électoral font un travail similaire et nous espérons que dans un proche avenir, il y aura beaucoup plus de clarté sur ce qui fonctionne et sur la manière dont ces outils peuvent être adaptés aux différents contextes. Merci beaucoup de m'avoir écouté.