

The impact of online harmful practices on the electoral cycle and tools to tackle them FR (French)

[00:00:18] Bienvenue dans ce troisième module du MOOC sur l'information et les élections à l'ère du numérique. Ce cours est organisé par le Centre Knight pour le journalisme dans les Amériques avec le soutien de l'UNESCO et de l'UNDP. Je suis très heureuse de votre présence aujourd'hui. Je m'appelle Alberta Piterbarg, je suis experte électorale à l'UNESCO et la formatrice principale de ce cours. Dans ce module, nous analyserons l'impact sur les élections des pratiques nuisibles en ligne et les réponses possibles pour y faire face et atténuer leurs effets négatifs. Nous passerons en revue les diverses stratégies et techniques utilisées pour diffuser des contenus de désinformation, de mésinformation et le discours de haine et d'autres pratiques délétères. Nous parlerons des principales cibles de la désinformation au cours du cycle électoral et nous commencerons à voir comment articuler des solutions et des réponses à ces défis. Pour cela, nous devons revoir le lien entre le cycle électoral, le calendrier électoral et la planification opérationnelle. Commençons avec les stratégies et les techniques de diffusion de la désinformation. Tout d'abord, nous devons nous familiariser avec les stratégies et les techniques permettant de diffuser la désinformation. Elles sont nombreuses, mais nous aborderons cinq des principales stratégies pour diffuser la désinformation, la mésinformation et la malinformation. Nous aborderons le concept de "comportement inauthentique coordonné" (CIB), les opérations d'information et les campagnes d'influence, l'amplification informatique de la désinformation, les narratifs faux et trompeurs et les contenus vidéos mensongers. Commençons par le comportement inauthentique coordonné. La coordination d'un comportement inauthentique se produit lorsque les acteur.rices se coordonnent entre eux.elles pour induire des personnes en erreur sur ce qu'elles sont et ce qu'elles font. Cette méthode a été largement exploitée à des fins politiques dans le monde entier ces dernières années. Un comportement inauthentique coordonné en ligne peut utiliser de faux profils, des utilisateur.rices anonymes, des trolls et des robots. Chacun de ces éléments peut permettre de harceler, provoquer ou intimider d'autres utilisateur.rices réels. Les différents objectifs du principe de comportement inauthentique coordonné sont de générer plus de trafic et/ou de faire taire certaines opinions, en fonction des motivations de ses instigateur.rices, d'influencer l'opinion publique et, enfin d'influencer la prise de décision, ce qui est particulièrement sensible lors des processus électoraux. Qu'est-ce qu'un "troll" ? Dans la pratique, un troll est une personne ou un utilisateur.rice qui harcèle systématiquement d'autres utilisateur.rices en ligne. Cela peut-être interprété comme un troll. Ces types d'utilisateur.rices provoquent, perturbent, attaquent d'autres utilisateur.rices à l'aide d'outils numériques, dans le but de créer une forte réaction ou de réduire les personnes au silence. Les trolls proposent des réponses émotionnelles et sont souvent cachés derrière l'anonymat. Une autre façon de diffuser des contenus de désinformation, de mésinformation et de malinformation est appelée "les opérations d'information". Ces dernières consistent à collecter des informations tactiques et à diffuser des contenus de propagande afin d'essayer d'obtenir un avantage concurrentiel. Un concept similaire est celui des campagnes d'influence qui visent à obtenir un résultat stratégique et/ou géopolitique, tel que le résultat de l'élection. L'amplification informatique de la désinformation à l'aide d'actions de micro-ciblage, de robots ou de faux comptes, tente quant à elle de promouvoir et de partager certains types de contenus. Cette amplification a un impact, par exemple, sur ce que nous avons vu au cours du premier module, avec le contenu viral, cela peut faire partie de l'amplification informatique de la désinformation. Nous devons également comprendre le concept de micro-ciblage ici. Qu'est-ce que le "micro-ciblage" ? Il s'agit d'une nouvelle forme de publicité politique qui implique de surveiller le comportement en ligne des personnes et d'utiliser les données collectées collectivement, en lien avec le concept de mégadonnées

que nous avons vues dans le module 1, ceci parfois en violation d'autres données, et qui permet d'individualiser l'envoi de publicités ou de contenus ciblés ou encore de propagande. Les narratifs faux et trompeurs prennent la forme d'articles journalistiques ou de contenus documentaire qui ressemblent à des contenus authentiques. Ils sont publiés pour induire en erreur, tromper ou fournir des informations incorrectes, dans le but de semer la confusion, des idées équivoques ou de déstabiliser les utilisateurs, il s'agit notamment de contenus idéologiques extrêmes, hyper-partisans ou conspirationnistes ainsi que de diverses formes de propagande. Afin d'attirer votre attention, les narratifs faux ou trompeurs sont souvent accompagnés de vidéos et de photos sensationnelles, de sons excessifs, de mots et d'images chargés d'émotion, de généralisations et de sophismes. Nous avons vu bon nombre des stratégies visant à diffuser des contenus de désinformation, de mésinformation et de malinformation pendant la pandémie de COVID 19. Mais qu'en est-il du contenu visuel trompeur ? La plupart des informations qui circulent sur les réseaux sociaux, sur internet et sur les plateformes sont visuelles: photos, vidéos, mêmes... ces contenus visuels peuvent être particulièrement convaincants, les contenus visuels sont davantage mis en avant par les algorithmes des plateformes sociales que les textes. De plus, nous, humains traitons les contenus visuels plus rapidement, ce qui entraîne souvent des réactions émotionnelles réduisant la probabilité d'utiliser nos compétences analytiques. De plus, il peut s'avérer impossible de retracer la source de certaines images. Nous avons donc vu quelles sont les stratégies de diffusion et nous allons maintenant établir un lien vers les principales cibles de désinformation, de mésinformation et de malinformation pendant le cycle électoral. Tout d'abord, relevons que l'une des principales cibles sont les organismes de gestion des élections, les régulateurs électoraux, les institutions gouvernementales et les autres parties prenantes électorales. L'objectif est très simple: discréditer les institutions électorales, miner et interférer avec le processus électoral. Cela peut aller de la diffusion d'informations trompeuses sur le processus d'inscription des électeurs pour remettre en cause l'indépendance et à la transparence de la commission électorale, à l'annonce des résultats faux qui ne peuvent être publiés que sur les réseaux ou encore de dénoncer des fraudes fictives. Les candidats sont une autre cible des campagnes de désinformation, de mésinformation et de malinformation. L'objectif est de dissuader les acteurs politiques de se présenter comme candidats ou à les intimider pour qu'ils se retirent de la compétition. Les fausses informations sur les candidates se répandent plus rapidement et plus intensément que la désinformation sur les candidats. Les tactiques de désinformation liée au genre visent souvent à humilier les femmes et à les dissuader de participer à la vie politique ou même d'aller voter. Une autre cible des campagnes de désinformation et de mésinformation, en fonction du système électoral, peut être les partis politiques, groupes politiques ou même de candidats indépendants. Selon le système électoral et le cadre juridique, certains partis politiques, candidats ou groupes politiques peuvent disposer de moins de ressources que d'autres pour leurs campagnes politiques que d'autres, bien entendu, cela dépend du pays, du contexte et du cadre juridique. Par conséquent, certains acteurs politiques peuvent être plus vulnérables que d'autres, car certains autres acteurs peuvent investir plus d'argent et plus de ressources dans des campagnes de désinformation et de mésinformation pour affaiblir les autres candidats, ce qui peut créer un déséquilibre dans l'équation politique et une inégalité dans l'accès à la participation politique. La désinformation peut être non seulement un moyen de créer de la propagande politique, d'influencer les électeurs, mais aussi de déstabiliser et de créer des inégalités entre des candidats et des groupes politiques différents. Lorsque les cibles sont les minorités et les membres de groupes vulnérables, l'objectif est essentiellement de dissuader des personnes appartenant à ces groupes spécifiques de se présenter comme candidats ou de les obliger à démissionner si elles sont déjà candidates. Les groupes vulnérables peuvent être pris pour cible lors des élections, par la désinformation, dans le

but également d'attiser l'intolérance et la polarisation sociale. Quand les cibles sont les journalistes, les organes médiatiques et les journalistes citoyen.nes, l'objectif est de saper, la plupart du temps, la réputation des médias et des journalistes et de les discréditer. De cette façon, les informations partagées par ces acteur.rices seront également discréditées. Parmi ces cibles, les femmes journalistes sont confrontées à des risques spécifiques, en plus de ceux encourus par leurs pairs masculins. Elles sont plus vulnérables aux attaques réputationnelles ou à l'utilisation d'informations privées pour les déstabiliser ou les discréditer. Lorsque les citoyen.nes et les électeur.rices sont la cible de ces campagnes, le but est aussi de les manipuler dans le but d'influencer leurs décisions, soit d'aller voter ou de ne pas aller voter, de faire craindre que quelque chose se passe, de dissuader de se rendre dans les bureaux de vote ou de participer en tant qu'assesseur.ses ou membres du personnel du bureau de vote, etc. Encore une fois, il existe des différences entre la manière dont les femmes et les hommes peuvent être influencés ou atteints par ce type de propagande et de manipulation. Nous allons continuer avec le module 3 après une courte pause de 5 minutes. Reprenons et ravie de vous retrouver. Nous allons maintenant parler du calendrier électoral. Chaque cycle électoral est traduit en un calendrier électoral précis. Le calendrier électoral informe toutes les parties prenantes des dates clés d'un processus électoral donné. L'approche du cycle électoral et le calendrier électoral sont les pierres angulaires du plan opérationnel de gestion électorale et les piliers de la planification et des actions et activités liées aux élections, y compris les initiatives visant à prévenir et à combattre la désinformation, la mésinformation la malinformations et le discours de haine. La planification des opérations électorales est généralement effectuée par les autorités électorales, elles présentent comment et quand chaque activité sera réalisée. Chaque activité doit correspondre aux objectifs définis de manière stratégique et être ensuite reflétée dans le budget. Disposer de ressources financières adéquates est essentiel non seulement pour la mise en œuvre, mais également pour être prêt à faire face aux imprévus. Nous allons maintenant regarder comment lutter contre la désinformation, la mésinformation et la malinformation. Mais pour cela, nous devons garder à l'esprit non seulement l'idée du cycle électoral, mais aussi le fait que ce cycle électoral sera adapté à un calendrier électoral particulier et que toutes les opérations seront mises en place après une planification stratégique. Les moyens de lutter contre la désinformation, la mésinformation et la malinformation doivent donc être intégrés à l'avance dans ce processus de planification opérationnelle. Tout d'abord, pour mettre en œuvre de solutions et envisager des mesures et des moyens de lutter contre les campagnes de désinformation et de mésinformation et le discours de haine tout le monde doit être impliqué à tous les niveaux. Des mesures efficaces nécessitent une gamme de réponses par de multiples acteur.rices. Les mesures peuvent avoir différents niveaux d'impact et être conçues pour des périodes à court, moyen et long termes. Les réponses visant à lutter contre la désinformation peuvent être organisées en quatre catégories : mesures préventives, mesures d'identification et de vérification des faits et de suivi, mesures réglementaires et non-réglementaires, mesures correctives ou contenant des mesures correctives. Les mesures préventives sont des activités que nous pouvons mener avant de disposer de toutes les informations que nous avons examinées dans le cadre des trois derniers modules, nous savons qu'il existe différents types de défis que nous devons relever lors de la préparation des élections pour un cycle électoral en particulier. Ainsi, pendant les mesures préventives et en relation avec les connaissances sur le processus, les mesures d'identification et de surveillance peuvent démarrer une fois que le processus est déjà en place. Les mesures correctives peuvent également être mises en œuvre pendant cette période. Après cette partie qui coïncide généralement avec la période post-électorale, il s'agit de réviser les mesures réglementaires et non réglementaires et de commencer à élaborer des stratégies pour la prochaine période électorale. Faisons un récapitulatif du module 3. Au cours de ce module, nous avons abordé les stratégies et les

techniques visant à diffuser de la désinformation, mésinformation et malinformation. Les principales cibles de la désinformation au cours du cycle électoral. La pertinence du calendrier électoral et son lien avec le cycle électoral. La raison pour laquelle la planification des opérations électorales est essentielle pour préparer les processus électoraux et la lutte contre la désinformation, la mésinformation et la malinformation. Enfin, les quatre catégories de réponses pour faire face à ces enjeux. Dans le prochain module, nous continuerons à examiner en détail les quatre catégories de réponses, et nous nous concentrerons en particulier sur les réponses préventives. Merci beaucoup pour votre participation. Rendez-vous la semaine prochaine dans le module 4.