
PLURALISME DE L'INFORMATION DANS LES ALGORITHMES DE CURATION ET D'INDEXATION

CADRE DE RÉGULATION

FÉVRIER 2023



**Forum
Information
& Démocratie**

SOMMAIRE

Avant-propos	5
Résumé exécutif	7
Principales recommandations	12
À propos du Forum sur l'information et la démocratie	13
À propos du groupe de travail	14
Glossaire	15
I : LES SYSTÈMES DE RECOMMANDATION ET LEUR IMPACT SUR L'INFORMATION	16
1. Introduction et contexte	16
2. Les systèmes de recommandation	18
2.1 Types de systèmes de recommandation	21
2.1.1 Recommandations ouvertes ou fermées	21
2.1.2 Recommandations « Tirées » (« Pull ») et « Poussées » (« Push »)	22
2.1.3 La personnalisation dans les systèmes de recommandation	22
2.1.4 La configuration des systèmes de recommandation	24
2.1.5 Chambres d'écho et bulles de filtre	25
2.2 Les systèmes de recommandation dans les processus de curation de contenu plus larges	27
3. Impacts des systèmes de recommandation sur l'information	29
3.1 Production	29
3.1.1 Menaces sur le journalisme professionnel et digne de confiance	29
3.1.2 Un public participatif fixe l'agenda	31
3.2 Distribution	32
3.2.1 Pratiques de distribution, de conservation et de hiérarchisation des priorités	33
3.2.2 Amplification du contenu toxique	35
3.3 Consommation	37
3.3.1 Les plateformes imaginent un avenir sans actualités	39
II : DOMAINES D'ACTION POUR GARANTIR LE PLURALISME DANS LES ALGORITHMES	41
4. Domaines d'action pour garantir le pluralisme dans les algorithmes	41
4.1 Les cadres de régulation relatifs aux services numériques	42
4.1.1 Transparence et responsabilité des plateformes et de leurs systèmes de recommandation	42

4.1.2 La concurrence dans les marchés numériques et les systèmes de recommandation	45
4.2 Les cadres de régulation en matière de confidentialité et de protection des données	47
4.2.1 Manque d'application des instruments existants	47
4.2.2 L'autodétermination illusoire	48
4.2.3 Interopérabilité et portabilité des données	50
4.2.4 Profilage et ciblage	52
4.3 Les cadres de régulation relatifs aux médias et à l'information	54
4.3.1 Cadres relatifs au pluralisme et à la diversité des médias	54
4.3.2 Relations commerciales des plateformes avec les médias d'information	56
4.3.3 Més-, mal- et désinformation	57
4.4 Protections des droits de l'homme	59
4.4.1 Liberté d'opinion et d'expression	59
4.4.2 Liberté d'accès et de réception de l'information	60
4.4.3 Sécurité en ligne, préjudice et responsabilité des plateformes	62
4.5 Étude de cas en Amérique latine	64
III : CONSTRUIRE DES SYSTÈMES DE RECOMMANDATION RESPONSABLES	67
5. De nouvelles voies pour promouvoir le pluralisme et la diversité	68
5.1 Créer des structures d'incitation et des modèles commerciaux alternatifs	68
5.2 Systèmes de recommandation ouverts et interopérables	71
5.3 Conception sûre	74
5.4 Vie privée	76
5.5 Donner du pouvoir aux utilisateurs	77
5.6 Sauvegarde de l'accès à des informations fiables	80
5.7 Anticiper et répondre aux dommages réels causés par les désordres informationnels	82
5.8 Concurrence	84
5.9 Transparence et responsabilité	85
6. Mesurer l'efficacité des interventions sur le pluralisme	87
6.1 Diversité et pluralisme dans la production	87
6.2 Diversité et pluralisme dans la distribution	90
6.3 Diversité et pluralisme dans la consommation	90
Remerciements	92
Bibliographie sélectionnée	95

AVANT-PROPOS

PAR LE PROFESSEUR PIER LUIGI PARCU

Directeur du Centre pour le pluralisme et la liberté des médias à l'Institut universitaire européen, et président du groupe de travail sur le pluralisme de l'information dans les algorithmes de curation et d'indexation organisé par le Forum sur l'information et la démocratie

La transformation numérique, avec l'avènement de l'Internet dans les années 1990, a modifié la communication dans la société moderne. La consommation d'informations en ligne a créé un nouvel écosystème pour la circulation de l'information. Premièrement, la quantité et la diffusion de l'information ont augmenté à des niveaux sans précédent. Deuxièmement, de nouveaux acteurs, notamment les grandes plateformes en ligne, se sont imposés comme gardiens de l'information, rompant ainsi la relation qui liait les utilisateurs aux médias. D'une part, cette expansion de la communication numérique a en quelque sorte favorisé d'importants processus sociopolitiques, tels que le printemps arabe, le mouvement « Fridays for Future » et le mouvement « Black Lives Matter ». D'autre part, elle a augmenté les risques et les menaces pour la formation de l'opinion publique, car la mauvaise utilisation de ces gigantesques plateformes, dépourvues de responsabilité éditoriale, a accentué la polarisation de l'opinion, permettant la circulation de campagnes massives de manipulation et de désinformation.

Le rôle des plateformes numériques en tant que principaux points d'accès et d'échange de d'informations soulève immédiatement la question de leur responsabilité juridique et éditoriale en ce qui concerne la diffusion de contenus préjudiciables ou illégaux. Les plateformes numériques ont réagi à toute demande d'action en se présentant comme de simples hébergeurs, avec des rôles différents par rapport aux médias traditionnels, un argument qui a été généralement accepté et intégré dans les cadres juridiques du monde entier, conduisant à l'exonération de responsabilité juridique des plateformes numériques pour le contenu qu'elles diffusaient. Cependant, en partant de ces prémisses, la diffusion de contenus en ligne préjudiciables a rapidement augmenté et a atteint des niveaux inimaginables, affectant profondément le discours social et politique, comme on l'a vu lors du référendum sur le Brexit et des élections présidentielles américaines de 2016, pour ne rappeler que certains des moments historiques ayant fait débat. En réaction, les plateformes numériques ont commencé à explorer des moyens de limiter la diffusion de contenus préjudiciables, en agissant sur la détection et le retrait de ce type de contenus. Comme l'action humaine ne pouvait pas tout faire, la solution a consisté à développer des algorithmes capables d'entreprendre des actions telles que la modération, la curation et la recommandation.

L'une des principales questions soulevées par l'utilisation des systèmes de recommandation, notamment ceux qui tentent de personnaliser la diffusion des informations en fonction de leur pertinence perçue par les utilisateurs, est la nécessité de garantir la protection des utilisateurs, notamment leur droit d'accéder à des informations diverses et plurielles. En effet, ces types de systèmes algorithmiques exploitent l'historique des données des utilisateurs pour prédire le contenu ou les informations avec lesquels celui-ci préférerait s'engager davantage à l'avenir. Toutefois, avec cette manière de faire, les systèmes de recommandation altèrent gravement le rôle que jouent les médias dans une société démocratique, en affectant la diffusion des informations et, potentiellement, en empêchant les citoyens de recueillir des informations provenant d'un ensemble diversifié de sources présentant des points de vue différents. En outre, les niveaux élevés de concentration sur les plateformes numériques augmentent les risques en matière d'accès et d'échange d'actualités et d'informations, car le contrôle des systèmes de recommandation a tendance à être décidé par un petit nombre d'acteurs commerciaux influents, qui peuvent ne pas être intéressés par la recherche de solutions respectant les objectifs

démocratiques. À titre d'exemple récent, ces jours-ci, le monde attend avec impatience de connaître la nouvelle orientation de Twitter, et ses futures politiques internes suite à son acquisition par un magnat de la technologie controversé.

Prenant en compte ce scénario, le groupe de travail sur le pluralisme de l'information dans les algorithmes de curation et d'indexation, formé par le Forum sur l'information et la démocratie, propose plusieurs recommandations, s'adressant à la fois aux États et aux plateformes. Ces recommandations visent principalement à renforcer la transparence et la pluralité des systèmes de recommandation et, par conséquent, à accroître le contrôle des utilisateurs sur les informations qui leur sont présentées par les plateformes numériques. D'un point de vue juridique et politique, les propositions se concentrent sur l'application et le développement des cadres réglementaires actuels en matière de services numériques, de protection des données et de la confidentialité, de médias et d'informations, ainsi que des droits de l'homme. Certaines de ces recommandations ont déjà été adoptées par les États, tandis que d'autres sont en cours d'examen, et d'autres encore doivent être améliorées et détaillées. Bien qu'on puisse ne pas être d'accord avec chacune des propositions, il faut reconnaître que, dans l'ensemble, elles constituent un important pas en avant. **Elles instaurent un cadre qui tient enfin pleinement compte du pouvoir de formation de l'opinion des systèmes de recommandation de quelques plateformes numériques dominantes, et qui cherche à définir une réponse politique globale.** À cette fin, les recommandations suggèrent de parvenir au pluralisme et à la diversité par le biais d'une série d'actions qui doivent être adoptées par les États et les plateformes, telles que la promotion de structures d'incitation et de modèles commerciaux alternatifs ; la promotion de la dissociation fonctionnelle des plateformes, avec pour objectif un marché ouvert et interopérable pour les systèmes de recommandation ; l'exigence d'une mise en œuvre rigoureuse des règles de protection de la vie privée et des données ; et le renforcement de la transparence dans le but de donner aux utilisateurs un plus grand contrôle sur le contenu qu'ils voient. Avant tout, les recommandations conçoivent une approche centrée sur les droits de l'homme, destinée à guider et à unifier les politiques dans ce domaine, en mettant particulièrement l'accent sur la protection de la liberté d'expression et de la liberté d'accès à l'information.

Le rapport cherche à proposer des solutions valables dans le monde entier, mais il faut garder à l'esprit que les spécificités liées au contexte et à la culture sont cruciales lors de la conception de tout système de gouvernance dans la sphère de l'information. Si plusieurs pays dans le monde ont déjà pris des mesures pour s'attaquer à certains des problèmes liés à l'utilisation abusive des communications numériques, d'autres sont loin derrière et n'ont pas encore entrepris d'effort politique significatif. Ces recommandations couvrent donc à la fois les premières mesures que les gouvernements peuvent prendre pour promouvoir et garantir le pluralisme et la diversité des informations dans les systèmes de recommandation algorithmique, et proposent de nouvelles perspectives pour améliorer les politiques qui ont déjà été adoptées dans plusieurs pays.

Enfin, ces recommandations n'ont pas pour but d'offrir une solution à l'ensemble des problèmes découlant de l'utilisation accrue des plateformes numériques, mais elles tentent plutôt de mettre en avant des politiques spécifiques susceptibles d'améliorer directement la manière dont les personnes du monde entier accèdent aux informations et les échangent dans la sphère numérique. En résumé, elles peuvent servir de source d'inspiration aux gouvernements du monde entier qui s'engagent à améliorer l'accès à l'information pour le bon fonctionnement de la démocratie, mais elles pourraient également être utilisées par les plateformes numériques pour améliorer leurs politiques internes et montrer un engagement envers les valeurs démocratiques qui soit cohérent avec leur rôle central dans la communication numérique d'aujourd'hui.

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Le Forum sur l'information et la démocratie a rassemblé le groupe de travail sur le pluralisme de l'information dans les algorithmes de curation et d'indexation en septembre 2022 pour rechercher et recueillir les contributions d'experts de renommée internationale afin d'élaborer des recommandations visant à : (1) fournir aux utilisateurs plus de contrôle pour améliorer la qualité et le pluralisme des informations qui leur sont présentées par les systèmes de recommandation des plateformes ; (2) fournir aux utilisateurs plus de transparence et de contrôle sur la façon dont leurs informations personnelles sont utilisées pour leur recommander du contenu ; et (3) ouvrir la voie à un marché numérique plus décentralisé et ouvert pour les systèmes de recommandation, avec des alternatives viables aux modèles dominants.

CHAPITRE 1 : INTRODUCTION ET CONTEXTE

- > Les plateformes de communication en ligne telles que les réseaux sociaux, les moteurs de recherche, les agrégateurs d'informations et les services de partage de vidéos structurent désormais la manière dont des personnes du monde entier accèdent aux informations.
- > Ces plateformes servent d'intermédiaires entre le public, les médias professionnels et de service public, le secteur privé au sens large et les gouvernements.
- > Une poignée de plateformes détient une position de monopole sur leur marché. Compte tenu de cela et de la manière dont leurs systèmes déterminent le contenu à amplifier ou à masquer, ils ont le pouvoir de façonner l'opinion publique.

CHAPITRE 2 : LES SYSTÈMES DE RECOMMANDATION

- > L'un des moyens utilisés par les plateformes pour structurer l'espace de l'information et de la communication est leurs systèmes de recommandation, qui suggèrent du contenu aux utilisateurs en fonction de ce que leurs algorithmes prédisent comme étant le plus intéressant et/ou le plus rentable.
- > Les éléments sont suggérés aux utilisateurs sur la base d'informations les concernant (profilage en fonction de leurs intérêts) et/ou d'informations sur le contenu (signaux tels que l'indexation et/ou la prédiction de la viralité).
- > Les systèmes de recommandation ont le potentiel d'amplifier les contenus problématiques auprès d'un large public. Comme ces mêmes systèmes sont au cœur de la diffusion de publicités ciblées en fonction du comportement des utilisateurs, l'utilisation de cette technologie est perçue par les plateformes comme importante pour leur croissance et, par conséquent, leur viabilité financière.

CHAPITRE 3 : IMPACTS DES SYSTÈMES DE RECOMMANDATION SUR L'INFORMATION

PRODUCTION :

- > Parmi les enjeux importants qui ont un impact sur la production d'informations de haute qualité et diversifiées, on peut citer : (1) l'expansion des « déserts d'information », c'est-à-dire des communautés qui ne disposent que de peu ou pas d'informations fiables ; (2) la propagation d'infodémies ; et (3) le goût du sensationnel de certains médias d'information.
- > Cependant, les plateformes démocratisent également la capacité de s'adresser à des publics de masse. Le contenu généré par les utilisateurs sur les plateformes est : (1) un moyen permettant

aux créateurs indépendants de pénétrer l'oligopole des médias d'information ; (2) une forme d'expression individuelle ; et (3) une source d'informations dans laquelle les journalistes peuvent puiser.

DISTRIBUTION :

- > L'« architecture de choix » d'une plateforme détermine la manière dont les utilisateurs accèdent au contenu et l'utilisent. Le contenu est distribué sur la base de techniques de ciblage et de profilage, qui reposent dans une certaine mesure sur des suggestions comportementales.
- > Les plateformes de réseaux sociaux, en particulier, ont encouragé les contenus trompeurs, sensationnalistes et conspirationnistes parce que les utilisateurs s'engagent davantage avec ces contenus.
- > Les nouvelles plateformes sont davantage axées sur la présentation de contenu aux utilisateurs dans un format amusant et attrayant, et sont moins facilement compatibles avec les modes de production et de partage du contenu des médias d'information professionnels.

CONSOMMATION :

- > Les systèmes de recommandation ont changé la façon dont les publics consomment l'information. Les principaux changements sont les suivants : (1) une part croissante de la consommation de médias passe par des agrégateurs ; (2) les types de consommation de médias deviennent plus fragmentés ; et (3) la confiance dans les éditeurs de médias traditionnels diminue.

CHAPITRE 4 : DOMAINES D'ACTION POUR GARANTIR LE PLURALISME DANS LES ALGORITHMES

Les cadres législatifs existants qui ont un impact sur les systèmes de recommandation des plateformes, les informations en ligne et les contenus générés par les utilisateurs sont extrêmement fragmentés. Nous avons identifié quatre domaines de régulation clés :

CADRES DE RÉGULATION RELATIFS AUX SERVICES NUMÉRIQUES :

- > Ces instruments ont tendance à mettre l'accent sur la « transparence » et la « responsabilité », mais cela peut se traduire par un exercice de « cases à cocher » où les plateformes produisent des rapports réguliers sans réellement changer leurs pratiques pour s'attaquer aux problèmes.

CADRES DE PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE ET DES DONNÉES :

- > 145 pays disposent désormais de lois et de réglementations en matière de protection de la vie privée et/ou des données. Si bon nombre de ces lois sont solides, les autorités de contrôle chargées de leur mise en œuvre ne les font pas suffisamment respecter.

CADRES DE RÉGULATION DES MÉDIAS ET DE L'INFORMATION :

- > Ils contiennent des instruments susceptibles d'influer sur la manière dont les systèmes de recommandation influencent les processus de production et de distribution des informations et des médias. Des exemples d'interventions pertinentes peuvent être trouvés dans : (1) les cadres de la pluralité et de la diversité des médias ; (2) les relations commerciales entre les médias et les plateformes ; et (3) les tentatives de remédier aux désordres informationnels.

CADRES DES DROITS DE L'HOMME :

- > Lors de la création de politiques et de réglementations pour les plateformes de communication, les États et les plateformes doivent s'assurer que toutes les mesures prises sont nécessaires et proportionnées à la question traitée. Toutefois, les plateformes n'ont manifestement pas répondu aux attentes fixées par les cadres existants en matière de droits de l'homme, tels que les principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme.

CHAPITRE 5 : DE NOUVELLES VOIES POUR PROMOUVOIR LE PLURALISME ET LA DIVERSITÉ

- > Les plateformes jouent un rôle unique et important en orientant l'attention humaine vers les nouvelles et les informations. Or, cette tâche est indissociable d'une forme de responsabilité sociale. Les plateformes ne relèvent pas actuellement ce défi, et les cadres réglementaires existants présentent des limites importantes.
- > Les plateformes ne peuvent pas se soustraire à l'obligation de créer des systèmes de recommandation responsables, mais elles ne peuvent pas non plus atteindre cet objectif seules.
- > Nous avons identifié neuf ensembles de remèdes potentiels qui devraient être au cœur de tout cadre cherchant à promouvoir le pluralisme et la diversité de l'information dans les systèmes de recommandation algorithmiques :

(1) PROMOUVOIR DES STRUCTURES INCITATIVES ET DES MODÈLES COMMERCIAUX ALTERNATIFS

- > Les très grandes plateformes en ligne occupent une position dominante sur leurs marchés respectifs. Même s'il était possible d'abaisser les barrières à l'entrée pour les nouvelles plateformes, cela pourrait ne pas être souhaitable, car le problème des plateformes de communication est leur modèle économique basé sur le capitalisme de surveillance.
- > Les décideurs politiques pourraient diminuer et décentraliser le pouvoir de contrôle des plateformes en dissociant l'hébergement de contenu de la curation de contenu. Ce faisant, un marché de systèmes de recommandation alternatifs pourrait voir le jour.
- > Le modèle économique axé sur la publicité, qui a financé de nombreux éditeurs tout au long du XX^e siècle, a désormais une viabilité limitée. L'innovation en matière de modèle économique, et éventuellement le financement public ou le financement par les plateformes, sont nécessaires pour assurer la viabilité économique des médias.

(2) SYSTÈMES DE RECOMMANDATION OUVERTS ET INTEROPÉRABLES

- > Les systèmes de recommandation interopérables pourraient contribuer à promouvoir le pluralisme de l'information en permettant aux utilisateurs de choisir qui a accès à leurs données personnelles, et de migrer vers d'autres systèmes avec des coûts de changement minimes.
- > L'interopérabilité des systèmes de recommandation aurait pour but de donner au public un plus grand choix et une plus grande autonomie en matière de sélection, mais pas nécessairement en matière de contenu.

(3) MISE EN ŒUVRE DES PRINCIPES DE CONCEPTION SÛRE

- > Étant donné que de nombreux utilisateurs de plateformes ne modifient pas les paramètres par défaut, il est important que le système de recommandation par défaut soit adapté à une utilisation généralisée.
- > Les choix de conception doivent favoriser des systèmes sûrs et pluralistes. Il s'agit notamment de mettre en place une labellisation appropriée des choix, afin que les utilisateurs comprennent avec qui ils s'engagent et d'où proviennent les recommandations qu'ils voient.

(4) RESPECT DE LA VIE PRIVÉE

- > Les cadres existants en matière de vie privée et de protection des données imposent déjà des restrictions sur le ciblage et le profilage. Cependant, ces instruments ne sont pas suffisamment appliqués.
- > Si ces lois et règlements étaient appliqués, il est possible que l'innovation du modèle économique des plateformes les rende moins dépendantes des publicités ciblées pour leurs revenus.
- > La vie privée est intimement liée au choix et au contrôle de l'utilisateur. Certains utilisateurs plus avancés ont déjà mis en place des contrôles de confidentialité au niveau des navigateurs

pour signaler leurs attentes en matière de confidentialité aux sites Web entrants. Cependant, les plateformes et/ou les systèmes de recommandation ne détectent pas ou ignorent ces balises de confidentialité.

(5) AUTONOMISER LES UTILISATEURS AVEC DE NOUVEAUX CONTRÔLES ET PARAMÈTRES

- > Il est possible de donner aux utilisateurs un plus grand contrôle sur le contenu qu'ils voient en renforçant les exigences en matière de transparence, en mettant en œuvre de nouveaux contrôles pour permettre aux utilisateurs de faire des choix conscients et en leur donnant le « droit » de personnaliser une offre de contenu.
- > Lorsque les utilisateurs prennent des décisions conscientes sur une plateforme, ces décisions doivent pouvoir être déployées sur d'autres plateformes lorsque cela est possible. Par exemple, si un utilisateur fait le choix de ne pas voir certains contenus sur Facebook, sa préférence devrait pouvoir s'appliquer à Instagram, l'autre plateforme algorithmique de Meta.
- > Les compétences en matière de médias et d'éducation numérique sont fondamentales pour que les utilisateurs les plus férus de technologie ne soient pas les seuls à bénéficier d'options alternatives et d'une transparence accrue, et que ces solutions soient accessibles et compréhensibles par le grand public.

(6) GARANTIES POUR L'ACCÈS À L'INFORMATION FIABLE

- > Les obligations ou recommandations de mise en avant de contenus spécifiques doivent être soigneusement étudiées et avoir une portée limitée, car elles soulèvent des questions complexes concernant la liberté d'expression, le pluralisme des médias, la vie privée et l'autonomie humaine.
- > Dans certains domaines liés à des informations vitales - comme la santé publique, les élections, les services de sécurité sociale, la prévention du suicide et l'aide aux victimes de violence - les sources d'informations d'intérêt public devraient être mises en évidence et classées par ordre de priorité par les algorithmes et systèmes de recommandation.
- > Si des normes et des critères permettant de différencier les médias d'intérêt public sont établis et adoptés par les plateformes et/ou les systèmes de recommandation, cela pourrait accroître la visibilité et l'accès à des sources d'information de meilleure qualité.

(7) RÉPONDRE AU PRÉJUDICE RÉEL CAUSÉ PAR LES DÉSORDRES DE L'INFORMATION

- > La création d'une responsabilité pour la diffusion de désinformations ou de fausses informations pourrait conduire les plateformes à surcensurer ce qui est, par ailleurs, du contenu légal et protégé.
- > Toutefois, il est raisonnable d'imposer une responsabilité aux plateformes lorsqu'elles amplifient sciemment et intentionnellement un contenu qu'une personne raisonnable pourrait considérer comme nuisible. Ce faisant, il n'y a pas de restriction préalable de la liberté d'expression ni de responsabilité pour l'hébergement de contenu, mais une responsabilité de ne pas promouvoir un contenu qui a été signalé comme nuisible ou illégal.

(8) RÉFORMES EN MATIÈRE DE CONCURRENCE

- > Dans le cas d'un processus de séparation des très grandes plateformes en ligne, les plateformes ne devraient pas être tenues de se défaire de leurs actifs existants.
- > Les plateformes ne doivent pas délibérément réduire à néant les efforts de leurs concurrents et doivent leur fournir un accès équitable, transparent et non discriminatoire pour développer, maintenir et accroître leurs propres systèmes de recommandation.

(9) RÉFORMES EN MATIÈRE DE TRANSPARENCE ET DE RESPONSABILITÉ

- > Les plateformes et les développeurs de systèmes de recommandation devraient être tenus de conserver des données anonymisées sur la manière, la raison et le moment où ils ont recommandé des documents aux utilisateurs.

- > Ces rapports anonymisés devraient être mis à la disposition - avec des garanties de confidentialité appropriées - d'auditeurs indépendants, de chercheurs et d'organismes indépendants.
- > Les plateformes ne doivent pas licencier, réduire la visibilité (*shadow-ban*), suspendre ou exercer des représailles par d'autres moyens à l'encontre des personnes qui signalent ou identifient des problèmes systémiques dans leurs pratiques.

Les recommandations formulées dans ce rapport doivent être comprises dans le cadre du droit international des droits de l'homme. Aucune recommandation du présent rapport ne peut être interprétée ou utilisée comme prétexte par un État, un groupe ou une personne pour amoindrir ou détruire les droits de l'homme et les libertés.

PRINCIPALES RECOMMANDATIONS

- Ouvrir un dialogue citoyen pour déterminer quelles nouvelles chartes des droits, institutions ou cadres réglementaires le cas échéant, sont nécessaires pour garantir que la curation algorithmique des informations respecte les normes sociétales, les accords internationaux en matière de droits de l'homme et les attentes du public.
- Le système de recommandation par défaut doit être soit (1) sélectionné au hasard dans une boutique de « systèmes de recommandation », soit (2) non personnalisé.
- Les États et les plateformes devraient soutenir le développement de systèmes de recommandation qui favorisent la sérendipité et l'exposition à des contenus diversifiés.
- Fournir un financement public pour soutenir le développement et la maintenance d'alternatives publiques aux systèmes de recommandation à but lucratif, afin que des données locales, précises et pertinentes soient toujours disponibles sur les plateformes en ligne.
- Les plateformes et les systèmes de recommandation devraient communiquer à chaque utilisateur de manière accessible et facilement compréhensible les critères de sélection qui ont déterminé le tri et la présentation du contenu qu'il voit.
- Les plateformes doivent former les utilisateurs sur la façon dont ils peuvent personnaliser les recommandations qu'ils voient.
- Les très grandes plateformes en ligne doivent donner la priorité aux questions d'intérêt public vital, de la même manière que les médias traditionnels étaient tenus de diffuser des messages d'intérêt public.
- Discuter avec les plateformes d'un processus de séparation fonctionnelle entre l'hébergement de contenu et la curation de contenu sur les très grandes plateformes en ligne en (1) dissociant l'hébergement et la curation, et en (2) permettant aux utilisateurs de choisir leur(s) méthode(s) de curation.
- Les très grandes plateformes en ligne et/ou les développeurs de systèmes de recommandation devraient évaluer les normes et critères professionnels existants pour identifier les médias d'information d'intérêt public, et pourraient envisager d'accroître la visibilité de ces sources par le biais de leurs systèmes de recommandation, réduisant ainsi la circulation et l'amplification de la désinformation et de la mésinformation.
- Les normes minimales relatives au pluralisme dans les systèmes de recommandation et à la séparation entre l'hébergement de contenu et la curation de contenu doivent être élaborées de manière ouverte, transparente et multipartite. Ces normes minimales devraient s'inspirer des cadres existants en matière de droits de l'homme, tels que les principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme.
- Des recherches supplémentaires sont nécessaires pour comprendre l'impact des plateformes et des systèmes de recommandation sur la manière dont l'auto-sélection des audiences, consciemment ou non, influence les informations consommées. Les chercheurs indépendants devraient se voir accorder un accès raisonnable aux données de la plateforme afin que cette recherche puisse être menée de manière sûre, mais rigoureuse.

À PROPOS DU FORUM SUR L'INFORMATION ET LA DÉMOCRATIE

Pour des garanties démocratiques dans l'espace global de la communication et de l'information



Commission sur l'information et la démocratie

Composition :

Lauréats du Nobel (paix, économie, littérature), spécialistes des nouvelles technologies, journalistes.

Mission :

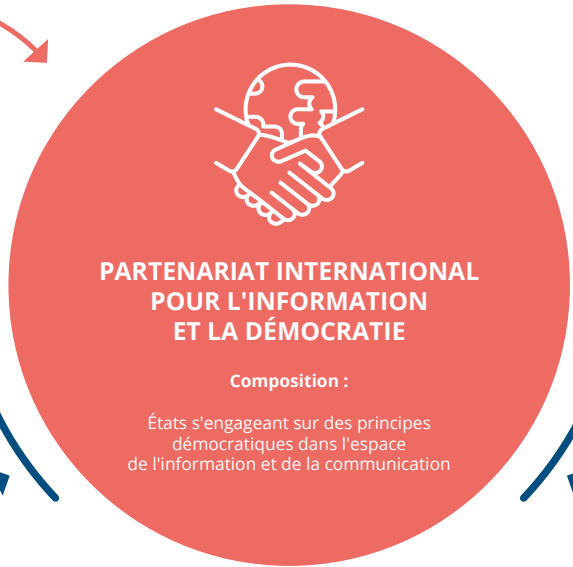
- A publié la Déclaration internationale qui fixe les principes universels pour l'information et la démocratie et inspire le Partenariat



Sommets annuels pour l'information et la démocratie

Objectifs :

- Renforcer la coopération internationale
- Travailler à la mise en œuvre des recommandations du Forum
- Favoriser la discussion entre société civile et gouvernements



UN MÉCANISME DE MISE EN ŒUVRE



ÉVALUATIONS



PUBLIE un rapport d'évaluation en amont des sommets du Partenariat

ÉVALUE les normes, structures et architectures de choix de l'espace de l'information et de la communication



Observatoire international sur l'information et la démocratie

Missions :

- Fournit aux États et à la société dans son ensemble des évaluations périodiques sur l'espace de l'information et de la communication

RECOMMANDATIONS

DÉVELOPPE des cadres pour la régulation à destination des États

RASSEMBLE l'état de l'art de la recherche et des recommandations



Groupes de travail internationaux

Missions :

- Rassemble des contributions internationales
- Propose des recommandations aux États

HÉBERGE

ORGANISE

MOBILISE



Organisations de la société civile et monde de la recherche

Missions :

- Contribuent au développement des recommandations et à l'évaluation de l'espace informationnel
- Promeuvent la mise en œuvre de garanties démocratiques dans cet espace

À PROPOS DU GROUPE DE TRAVAIL

Le groupe de travail sur Pluralisme de l'information dans les algorithmes de curation et d'indexation a été annoncé lors du deuxième Sommet pour l'information et la démocratie, qui s'est tenu à New York le 22 septembre 2022.

Il est composé d'un comité de pilotage indépendant et d'une équipe de rapporteurs. Le comité de pilotage a donné des orientations de travail aux rapporteurs et au Forum.

Un appel à contributions mondial a permis au groupe de travail de recueillir des contributions venant de différentes régions et de différentes disciplines scientifiques. En outre, l'équipe de rapporteurs a mené des entretiens avec 85 experts du sujet issus du monde universitaire, de la société civile, de l'industrie et des pouvoirs publics afin de recueillir des informations détaillées sur les algorithmes de curation et d'indexation.

PRÉSIDENT DU COMITÉ DE PILOTAGE

- **Pier Luigi Parcu**, directeur du Centre pour le pluralisme et la liberté des médias à l'Institut universitaire européen, Italie

MEMBRES DU COMITÉ DE PILOTAGE

- **William Bird**, directeur de *Media Monitoring Africa*, Afrique du Sud
- **Taina Bucher**, professeure associée, Université d'Oslo, Norvège
- **Patrícia Campos Mello**, journaliste, *Folha de S.Paulo*, Brésil
- **Dominique Cardon**, directeur du MediaLab, SciencesPo, France
- **Agustina del Campo**, directrice, *Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información*, Argentine
- **Luis Fernando García**, directeur, R3D, Mexique
- **Anita Gurumurthy**, directrice générale et chargée de mission, *IT for Change*, Inde
- **Stefan Heumann**, directeur, *Stiftung Neue Verantwortung*, Allemagne
- **Angela Phillips**, professeur émérite, Goldsmiths, Université de Londres, UK

RAPPORTEUR PRINCIPAL

- **Ayden Férdeline**, *Landecker Democracy Fellow*, *Humanity in Action*

RAPPORTEURS

- **Jack Bandy**, doctorant, Northwestern University
- **Eleonora Maria Mazzoli**, doctorante, *London School of Economics*

FORUM SUR L'INFORMATION ET LA DÉMOCRATIE

- **Christophe Deloire**, président
- **Camille Grenier**, directeur des opérations
- **Julia Madrazo**, *policy manager*
- **Julie Pailhes**, chargée de projet

Le rapport de ce groupe de travail reflète les points de vue exprimés lors de discussions des équipes de rapporteurs avec le comité de pilotage, d'entretiens avec des experts du sujet et des contributions écrites reçues d'experts et d'organisations engagés dans ce domaine. L'équipe de rapporteurs n'a pas cherché à faire l'unanimité sur chaque conclusion ou recommandation, reconnaissant que des perspectives diverses ne pouvaient pas toujours être conciliées. Ce rapport ne doit pas être compris comme le résultat d'une négociation formelle validée par les membres du comité de pilotage, mais comme les meilleurs efforts de l'équipe de rapporteurs de proposer une voie à suivre.

GLOSSAIRE

Algorithme :

Processus de calcul utilisé pour prendre des décisions.

Curation :

Décisions liées au filtrage et au classement du contenu afin d'attirer l'attention des utilisateurs.

Diversité :

Éventail des contenus et des sources auxquels sont exposés les utilisateurs individuels des plateformes de communication. Par extension, le terme fait indirectement référence à la mesure dans laquelle les publics peuvent accéder et consommer un éventail diversifié de contenus.

Indexation :

Traitement d'un contenu pour y ajouter des caractéristiques et des métadonnées pouvant être utilisées pour le filtrage et le classement.

Interopérabilité :

Capacité à transférer et à restituer des données utiles et d'autres informations entre différents systèmes, applications ou composants, y compris les plateformes.

Médias :

« Le terme « médias » se rapporte à ceux responsables de la création périodique d'information et de contenu et à sa diffusion pour laquelle il y a une responsabilité éditoriale, indépendamment des moyens et de la technologie utilisés pour la délivrer, qui est destinée à la réception par une proportion significative du public dans son ensemble, et qui peut avoir un impact notable sur ce dernier. »¹

Middleware :

Logiciel qui permet l'interopérabilité au sein et entre plusieurs plateformes.

Plateforme :

Architecture logicielle permettant d'exprimer et d'accéder à des idées et des opinions et/ou de recevoir des informations.

Pluralisme :

Mesure dans laquelle un écosystème d'information offre et représente de multiples voix, opinions et sources d'information.

Systemes de recommandation :

Systemes qui suggèrent algorithmiquement des contenus à un utilisateur, en se basant potentiellement sur des informations concernant cet utilisateur (profilage en fonction de ses intérêts) ; portant sur ce contenu (y compris des signaux tels que l'indexation et/ou la prédiction de la viralité) ; et/ou dépendant des intérêts des organisations.

Très grande plateforme en ligne (TGPEL) :

Comme indiqué dans le rapport du groupe de travail sur les Régimes de responsabilité des réseaux sociaux et de leurs utilisateurs, ce terme « fait référence aux plateformes qui atteignent un seuil d'au moins 10 % des consommateurs d'un marché régional. »²

1 Conseil de l'Europe (2007). Recommandation CM/Rec(2007)15 du Comité des ministres aux États membres sur les mesures concernant la couverture médiatique des campagnes électorales. Préambule. Disponible à l'adresse suivante : https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805d4a3d.

2 Forum sur l'information et la démocratie (2022). Rapport final du groupe de travail sur les régimes de responsabilité des réseaux sociaux et de leurs utilisateurs. Disponible à l'adresse suivante : https://informationdemocracy.org/wp-content/uploads/2022/09/ID_Report-on-Accountability-regime_Sept22.pdf.

I. LES SYSTÈMES DE RECOMMANDATION ET LEUR IMPACT SUR L'INFORMATION

1. INTRODUCTION ET CONTEXTE

Les plateformes de communication en ligne telles que les réseaux sociaux, les moteurs de recherche, les agrégateurs d'informations et les services de partage de vidéos structurent de plus en plus la manière dont les gens du monde entier accèdent aux informations. Ces plateformes servent d'intermédiaires entre le public, les médias professionnels privés et de service public, le secteur privé au sens large, et les gouvernements et autorités de régulation. Ils servent même de médiateurs entre les individus.

Selon le 2022 Reuters Digital News Report,³ nous avons maintenant atteint « un point de basculement » avec 28 % des consommateurs d'actualités préférant y accéder exclusivement par les réseaux sociaux, et une moindre part de consommateurs (23 %) se dirigeant directement vers une source d'informations. Sur tous les marchés étudiés, Facebook était le réseau social le plus utilisé pour les actualités, mais TikTok est devenu le réseau à la croissance la plus rapide parmi les populations plus jeunes, atteignant 40 % des 18-24 ans en 2022, dont 15 % utilisent la plateforme comme principale source d'information.

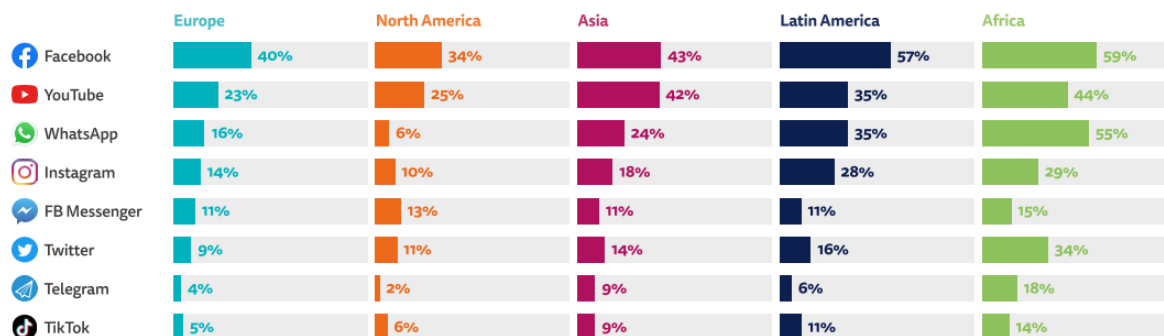


Figure 1 : Proportion de personnes interrogées ayant utilisé les réseaux sociaux pour s'informer au cours de la semaine écoulée (2022)*

Les plateformes se décrivent comme un moyen de faire correspondre les gens avec le contenu qui leur est le plus pertinent. Cette pertinence est mesurée par l'engagement prévu : la probabilité que les utilisateurs cliquent sur un élément de contenu, le commentent ou le partagent. Les modèles économiques des plateformes sont soutenus par des publicités ciblées sur le comportement et dépendent donc du suivi des intérêts et du comportement des utilisateurs afin de prédire ou d'influencer leurs intérêts et comportements futurs.

3 Newman, N. et al. (2022). Digital News Report 2022. Institut Reuters pour l'étude du journalisme, pp. 10-11.

4 Adapté de *Ibid.*, p. 25

Le développement rapide des plateformes a été initialement salué comme un moteur du progrès économique et de l'innovation technologique, car ces organisations promettent dans leurs discours des services personnalisés et des progrès en matière d'innovation et de croissance économique, tout en contournant efficacement les organisations en place, les réglementations pesantes et les dépenses inutiles. Toutefois, ces dernières années, des chercheurs, des organisations de la société civile et des décideurs politiques ont commencé à remettre en question ces hypothèses et à étudier les inconvénients de la « plateformisation de la société » en cours,⁵ qui a provoqué des changements structurels profonds, motivés par des gains et des intérêts privés, plutôt que par des avantages publics et collectifs.

De nombreuses approches réglementaires différentes ont été proposées pour gouverner les plateformes de communication. Ces approches tentent principalement de limiter la diffusion de contenus perçus comme nuisibles. Dans la pratique, cela signifie que le contenu est soumis au filtrage, au retrait et à la modération, les plateformes n'étant pas toujours en mesure d'identifier correctement les contenus préjudiciables et censurant à tort des contenus qui devraient rester en ligne. En raison de l'ampleur du contenu indexé et amplifié par les plateformes de communication et du préjudice psychologique que représente le fait de soumettre régulièrement des modérateurs humains à des contenus potentiellement abusifs,⁶ nombre de ces processus sont désormais automatisés dans une certaine mesure.

Internet est devenu une ressource transformatrice du changement social, en grande partie grâce au pouvoir des plateformes de communication qui donnent la parole aux gens ordinaires. Dans ces conditions, lorsque les plateformes de communication sont réglementées, c'est le discours des personnes physiques, et non les plateformes elles-mêmes, qui est potentiellement étouffé. De même, lorsque les plateformes décident du contenu licite qu'elles vont héberger, leurs interventions peuvent potentiellement porter atteinte aux droits d'expression de leurs utilisateurs.

Les chercheurs ont déconstruit les mythes de la « neutralité des plateformes »⁷ et ont démontré que ces organisations sont imprégnées de normes et de valeurs spécifiques inscrites dans leurs architectures, car leurs services sont principalement motivés par une logique de profit basée sur les processus de transformation des données, de marchandisation et de sélection.⁸ Cette logique est souvent incompatible avec les attentes plus larges de la société et du public qui caractérisent (du moins en théorie) un système de contenu professionnel qui fonctionne bien dans une société démocratique. En effet, des valeurs telles que la vie privée, la sécurité, la protection des consommateurs, la responsabilité, la solidarité, l'égalité, l'équité, la transparence et le contrôle démocratique sont souvent en contradiction avec les valeurs inscrites dans leurs architectures.⁹

La Déclaration internationale sur l'information et la démocratie dispose que « les architectures qui façonnent les choix et les normes de communication »¹⁰ et qui « contribuent à la structure de l'espace d'information et de communication » doivent « respecter les principes et les garanties qui nourrissent et sous-tendent le caractère démocratique de cet espace. » En outre, ces entités « doivent promouvoir la diversité des idées et des informations, le pluralisme des médias et favoriser la sérendipité. »

L'un des principaux moyens utilisés par les plateformes pour structurer l'espace de l'information et de la communication est leurs systèmes de recommandation, qui suggèrent du contenu aux utilisateurs en

5 Dijk, J. et al. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. New York, Oxford University Press (La société plateforme : les valeurs publiques dans un monde connecté).

6 Elliott, V. et al. (2020). The Despair and Darkness of People Will Get to You (Le désespoir et la noirceur des gens vous atteindront). *Rest of World*. Disponible à l'adresse : <https://restofworld.org/2020/facebook-international-content-moderators/> (Consulté le : 7 novembre 2022).

7 Gillespie, T. (2010). "The Politics of 'Platforms'" (La politique des plateformes). *New Media & Society*, 12, 3, pp. 347-64. Disponible à l'adresse suivante : <https://doi.org/10.1177/1461444809342738> (Consulté le : 27 octobre 2022).

8 Dijk, J., et al. (2018)

9 Gillespie, T. (2010); Schäfer, Mirko Tobias et al. (2018). *The Datafied Society: Studying Culture through Data* (La société de donnification : étude de la culture à travers les données). Amsterdam University Press.

10 Reporters sans frontières (2018). *Global Communication and Information Space* (L'espace global de l'information et de la communication.. Disponible à l'adresse suivante : <https://rsf.org/en/global-communication-and-information-space-common-good-humankind> (Consulté le : 30 octobre 2022).

fonction, principalement, de ce que leurs algorithmes prédisent comme étant le plus intéressant et/ou le plus rentable. Les éléments sont suggérés aux utilisateurs sur la base d'informations les concernant (profilage en fonction de leurs intérêts) et/ou d'informations sur le contenu (signaux tels que l'indexation et/ou la prédiction de la viralité). Comme une grande partie du contenu des plateformes est générée par leurs utilisateurs, un contenu qui ne poserait peut-être pas de problème lorsqu'il est vu par une poignée d'amis peut devenir « viral » et être amplifié par des millions de personnes. En conséquence, les systèmes de recommandation ont montré qu'ils avaient le potentiel d'amplifier les contenus problématiques auprès de larges audiences. Étant donné que ces mêmes systèmes sont au cœur de la diffusion de publicités ciblées en fonction du comportement, on peut affirmer que l'utilisation de cette technologie est importante pour la croissance, et donc la durabilité, des plateformes.

Une poignée de plateformes détiennent une position de monopole sur leur marché.¹¹ Dans ce contexte, le déploiement de systèmes de recommandation - et la manière dont ces systèmes déterminent le contenu à amplifier ou à masquer - donne à ces plateformes le pouvoir de façonner l'opinion publique.

Nous sommes à la croisée des chemins : continuer sur une voie qui érode la cohésion sociale et les libertés fondamentales, ou changer radicalement de cap. Ce rapport apporte des réponses à ces questions en proposant des réformes des systèmes de recommandation et en identifiant les lacunes des cadres réglementaires existants. Ce rapport est une invitation à réfléchir et à imaginer comment nous pouvons collectivement développer un nouveau contrat social pour la curation algorithmique et l'indexation des informations en alignant les incitations et en promouvant la responsabilité.

2. LES SYSTÈMES DE RECOMMANDATION

Les plateformes de communication les plus utilisées dans le monde aujourd'hui ont recours aux systèmes de recommandation : le « Fil » de Facebook, le « Fil d'actualités » de Twitter, la page « Pour vous » de TikTok et le volet « prochaine vidéo » de YouTube fonctionnent tous sur une architecture de recommandation similaire. Le problème commun à toutes ces plateformes est le traitement d'un vaste inventaire pour décider du contenu à montrer au public. L'approche dominante consiste à indexer un inventaire pour étiqueter chaque élément de contenu avec des caractéristiques descriptives, à former et à appliquer des modèles d'apprentissage automatique à l'inventaire, à classer le contenu en fonction du public et à évaluer les performances du système.

Les plateformes possèdent les ingrédients clés pour des systèmes de recommandation efficaces : de vastes inventaires de contenu, des audiences quotidiennes massives et des enregistrements détaillés du comportement de l'audience. Cette combinaison permet d'obtenir des avantages concurrentiels clés pour attirer et retenir les audiences ainsi que les créateurs de contenu. Cependant, comme le montre le tableau 1 ci-dessous ainsi que le reste de ce rapport, cette combinaison présente également une myriade de défis pour l'écosystème des médias, notamment des menaces potentielles pour le pluralisme des médias à chaque étape du système de recommandation.

¹¹ Dolata, U. (2017). "Apple, Amazon, Google, Facebook, Microsoft: Market Concentration, Competition Innovation Strategies" (Apple, Amazon, Google, Facebook, Microsoft : concentration du marché, stratégies d'innovation concurrentielle). Disponible à l'adresse suivante : <https://ideas.repec.org/p/zbw/stusoi/201701.html> (Consulté le : 7 novembre 2022).

	Étape	Menaces potentielles pour le pluralisme
↓	1. Inventaire	Seuls les éléments de l'inventaire peuvent être recommandés au public
↓	2. Caractéristiques	Les caractéristiques peuvent ne pas saisir les dimensions significatives de la diversité et du pluralisme
↓	3. Modèles	Les modèles basés sur le comportement de l'audience peuvent renforcer le comportement antérieur de l'audience plutôt que de promouvoir la sérendipité
↓	4. Classement	Les contenus les mieux classés suscitent davantage d'intérêt de la part du public
↓	5. Évaluation	Les systèmes peuvent être évalués sur la base d'objectifs et de mesures sans rapport avec le pluralisme

Tableau 1 : Menaces sur le pluralisme des médias causées par les différentes composantes des systèmes de recommandation

Les systèmes de recommandation suggèrent *algorithmiquement* des articles aux utilisateurs de la plateforme. Les recommandations peuvent se fonder sur des informations explicites ou déduites concernant l'utilisateur, telles que son âge, ses intérêts et sa localisation, ainsi que sur des informations concernant le contenu, telles que les sujets déduits et la viralité prédite. Au total, le système de recommandation de Facebook, par exemple, est alimenté par un réseau neuronal profond composé de 12 000 milliards de paramètres.¹² Les systèmes de recommandations algorithmiques sont extrêmement efficaces pour susciter l'engagement des utilisateurs : Twitter a fait savoir¹³ que les recommandations automatisées ont permis d'attirer et de fidéliser des millions d'utilisateurs, et sur YouTube plus de 70 % des visionnages de vidéos résultent de systèmes de recommandation.¹⁴ Dans un même temps, beaucoup de personnes ne comprennent pas le rôle que jouent les algorithmes dans l'élaboration de ce qu'ils voient en ligne. Une étude réalisée en 2018 par le *Pew Research Center* a révélé que 53 % des Américains ne savaient pas « pourquoi certains posts et pas d'autres sont inclus dans leur fil d'actualité ».¹⁵

Les plateformes affirment qu'elles personnalisent leurs services dans l'intérêt de l'utilisateur. Bien que cela puisse parfois être vrai, l'objectif sous-jacent de l'entreprise est de montrer aux utilisateurs un contenu qui augmentera l'engagement à la fois en termes de nombre total de sessions et de durée de ces sessions. Les plateformes rendent compte de leurs « utilisateurs actifs quotidiens » et d'autres mesures connexes aux actionnaires. Dans cette optique, il est peut-être plus exact de dire que les plateformes présentent aux utilisateurs du contenu susceptible de les faire réagir, plutôt que du contenu qu'ils souhaitent voir, mais qu'ils ne partageront pas ou ne commenteront pas. Lorsque les utilisateurs consomment ou créent activement du contenu, ils génèrent des revenus, ce qui renforce encore la position dominante des plateformes grâce à leurs modèles économiques fondés sur le capitalisme de surveillance.¹⁶

12 Mudigere, D., Hao, Y., Huang, J. et al (2022). "Software-Hardware Co-Design for Fast and Scalable Training of Deep Learning Recommendation Models" (Co-conception logiciel-matériel pour la formation rapide et évolutive de modèles de recommandation par apprentissage profonde). Dans Proceedings of the 49th Annual International Symposium on Computer Architecture (ISCA '22) (Le compte-rendu du 49e symposium international annuel sur l'architecture des ordinateurs). Association for Computing Machinery. Disponible à l'adresse suivante : <https://doi.org/10.1145/3470496.3533727>. (Consulté le 20 novembre 2022.)

13 Kastrenakes, J. (2020). Twitter Says AI Tweet Recommendations Helped it Add Millions of Users" (Twitter affirme que les recommandations de Tweet par l'IA lui ont permis d'ajouter des millions d'utilisateurs.) The Verge. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.theverge.com/2020/2/6/21125431/twitter-q4-2019-earnings-daily-user-growth-machine-learning> (Consulté le : 2 novembre 2022).

14 Solsman, J. (2018). Ever get caught in an unexpected hour-long YouTube binge? Thank YouTube AI for that (Vous avez déjà été pris dans une frénésie inattendue d'une heure à regarder des vidéos sur Youtube ? Remerciez l'IA de YouTube pour ça). CNET. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.cnet.com/tech/services-and-software/youtube-ces-2018-neal-mohan/> (Consulté le : 25 octobre 2022).

15 Smith, A. (2018). Many Facebook Users Don't Understand How the Site's News Feed Works. Pew Research Center (De nombreux utilisateurs de Facebook ne comprennent pas le fonctionnement du fil d'actualité du site). Disponible à l'adresse suivante : <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/09/05/many-facebook-users-dont-understand-how-the-sites-news-feed-works/> (Consulté le : 29 octobre 2022).

16 Le capitalisme de surveillance fait référence à la marchandisation des informations personnelles par des acteurs commerciaux dans un but lucratif. Voir Zuboff, S., (2015). "Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization" et Journal of Information Technology, 30(1), pp. 75-89; et Foster, J.B. and McChesney, R.W., 2014. "Surveillance Capitalism: Monopoly-Finance Capital, the Military-Industrial Complex, and the Digital Age" (Capitalisme de surveillance : Le capital monopolistique, le complexe militaro-industriel et l'ère numérique), Monthly Review, 66(3), p. 1.

Le modèle économique du capitalisme de surveillance fonctionne de façon similaire à une boucle de rétroaction qui peut souvent renforcer le comportement antérieur plutôt que de promouvoir la diversité et la sérendipité. Bien qu'il existe de nombreuses définitions,¹⁷ une recommandation fortuite peut généralement être comprise comme une recommandation qui aide un utilisateur à découvrir un élément intéressant qui n'aurait peut-être pas été découvert autrement.¹⁸ Cependant, lorsque les systèmes de recommandation sont réglés pour promouvoir le contenu sur lequel un utilisateur est le plus susceptible de cliquer, les recommandations peuvent se limiter à des intérêts spécifiques exprimés dans les habitudes de consommation précédentes, ce qui peut conduire à des boucles de rétroaction perverses.¹⁹ Celles-ci peuvent entraver l'autonomie individuelle et avoir un impact à long terme sur la capacité de l'utilisateur à participer à la démocratie. La promotion de la diversité et de la sérendipité par le biais de modèles appris par la machine est donc un défi essentiel pour les systèmes de recommandation.²⁰

Il convient toutefois de noter que les plateformes n'utilisent pas toujours des systèmes de recommandation algorithmiques pour distribuer le contenu. Par exemple, Facebook propose un fil d'actualité trié par ordre chronologique inverse,²¹ et Twitter propose une chronologie des « derniers Tweets » triée par ordre chronologique inverse.²² Tous deux affichent les publications les plus récentes en haut du fil d'actualité. Même dans les flux chronologiques, le contenu peut toujours atteindre le public par le biais d'un mécanisme de diffusion ciblé tel qu'une publicité payante.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Demander aux plateformes et aux développeurs de systèmes de recommandation d'expliquer comment ils génèrent des recommandations sur le plan technique.**
 - ◆ Si les plateformes ne peuvent ou ne veulent pas fournir d'explications suffisantes, des recours structurels peuvent être nécessaires, tels qu'un pouvoir d'inspection des registres de l'entreprise par une autorité de contrôle.
- > **Exiger que les plateformes fournissent aux utilisateurs des explications précises, accessibles et équitables sur les raisons pour lesquelles certains contenus leur sont recommandés.**
- > **Exiger que les plateformes publient régulièrement des mesures de la diversité et du pluralisme, de l'inventaire à la consommation.**
- > **Les très grandes plateformes en ligne devraient offrir aux utilisateurs le choix entre trois logiques de tri ou plus, dont au moins une ne devrait pas être algorithmique.**
- > **Les petites plateformes devraient offrir aux utilisateurs le choix entre deux ou plusieurs logiques de tri, dont une option non algorithmique.**

17 Reviglio, U. (2019). Serendipity as an Emerging Design Principle of the Infosphere: Challenges and Opportunities (La sérendipité comme principe de conception émergent de l'infosphère : défis et opportunités). *Ethics and Information Technology*, 21(2), pp. 151-166.

18 Herlocker, J.L., Konstan, J.A., Terveen, L.G. and Riedl, J.T. (2004). Evaluating Collaborative Filtering Recommender Systems (Évaluation des systèmes de recommandation à filtrage collaboratif.) *ACM Transactions on Information Systems*, 22(1), pp. 5-53.

19 Jiang, R., Chiappa, S., Lattimore, T., György, A. and Kohli, P. (2019). Degenerate Feedback Loops in Recommender Systems (Boucles de rétroaction perverses dans les systèmes de recommandation). Dans *Proceedings of the 2019 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society*, pp. 383-390.

20 Kunaver, M. and Požri, T. (2017) La diversité dans les systèmes de recommandation - Une enquête. *Knowledge-Based Systems*, 123, pp. 154-162.

21 Facebook Newsroom (2022) Présentation de l'accueil et des fils sur Facebook. Meta. Disponible à l'adresse suivante : <https://about.fb.com/news/2022/07/home-and-feeds-on-facebook/> (Consulté le : 4 novembre 2022).

22 Twitter (no date). À propos de votre fil d'actualités sur Twitter. Disponible à l'adresse suivante : <https://help.twitter.com/en/using-twitter/twitter-timeline> (Consulté le : 4 novembre 2022).



RECOMMANDATIONS AUX **PLATEFORMES**

- > **Expliquer aux utilisateurs de la plateforme, dans un langage précis, accessible et équitable, pourquoi certains contenus leur sont recommandés.**
- > **Offrir aux utilisateurs un véritable choix de logiques de tri, y compris des options non algorithmiques telles que les flux chronologiques inversés, afin de leur permettre d'avoir accès à du contenu qui leur convient.**
- > **Introduire et appliquer des restrictions raisonnables sur la publication de contenus en masse. Le contenu dupliqué, posté simultanément ou fréquemment par plusieurs utilisateurs, a le potentiel de « noyer » un fil d'actualité trié chronologiquement.**
- > **La logique de tri par défaut doit permettre à une personne raisonnable de comprendre comment et pourquoi le contenu lui est présenté, sans avoir à chercher activement une explication.**
- > **Publier régulièrement des mesures de la diversité et du pluralisme à tous les stades de la recommandation, de l'inventaire à la consommation.**

2.1 TYPES DE SYSTÈMES DE RECOMMANDATION

Cette section présente brièvement le fonctionnement des systèmes de recommandation et les différents modèles les plus couramment utilisés par les plateformes, afin de faciliter la compréhension de la manière dont les plateformes peuvent promouvoir ou réduire le pluralisme par le biais de leurs recommandations algorithmiques. De manière générale, les systèmes de recommandation sont des applications utilisées pour fournir des suggestions d'informations, de contenus, de produits et de services jugés pertinents pour un utilisateur final. Les recommandations fournies par les systèmes permettent donc de conserver et de faire apparaître des informations et des contenus spécifiques, en guidant et en influençant potentiellement l'accès, le choix et le comportement de consommation des utilisateurs sur la ou les plateformes de services où elles sont proposées. Elles sont applicables à un certain nombre de plateformes et de services, mais aux fins du présent rapport, nous nous concentrons principalement sur les services intermédiaires tels que les réseaux sociaux, les moteurs de recherche et les agrégateurs d'informations. Comme souligné dans l'introduction et dans des rapports connexes,²³ ces systèmes sont des passerelles essentielles vers les informations en ligne.

2.1.1 RECOMMANDATIONS OUVERTES OU FERMÉES

Parmi les nombreuses façons de classer les systèmes de recommandation,²⁴ il est important de mentionner la différence entre les systèmes « ouverts » et « fermés ».

Les **systèmes ouverts** sont ceux qui permettent à quiconque de contribuer à l'inventaire du contenu. Par exemple, Reddit permet à tous les utilisateurs de soumettre des messages à inclure dans les systèmes de recommandation. De même, Google indexe et classe le contenu de l'ensemble de l'Internet.

En revanche, les **systèmes fermés** n'indexent et ne classent que le contenu « de première main ». Le système de recommandation de la BBC, par exemple, ne comprend que du contenu de la BBC.

²³ Centre Markkula pour l'éthique appliquée (2022). News Distribution Ethics Roundtable. Disponible à l'adresse suivante : https://www.scu.edu/media/ethics-center/journalism-ethics/MCAE-Publication_-News-Distribution-Ethics-Roundtable-Key-Principles-and-Recommendations-2022.pdf (Consulté le : 10 octobre 2022).

²⁴ Bobadilla, J. et al. (2013). Enquête sur les systèmes de recommandation. Knowledge-Based Systems, 46, pp. 109-132.

2.1.2 RECOMMANDATIONS « TIRÉES » (« PULL ») ET « POUSSÉES » (« PUSH »)

Un autre élément définissant un système de recommandation est le fait qu'il propose des recommandations aux utilisateurs ou qu'il exige une demande explicite de la part de l'utilisateur.

Les **recommandations « poussées »** suggèrent de manière proactive du contenu aux audiences.

Les **recommandations « tirées »** suggèrent un contenu en réponse à la demande d'un utilisateur.

Dans le cas d'un moteur de recherche, par exemple, les utilisateurs « tirent » des recommandations d'une plateforme en spécifiant une requête de recherche. À l'inverse, les recommandations « poussées » sont émises sans que les utilisateurs en fassent explicitement la demande, par exemple lorsqu'un utilisateur visite la page d'accueil de Reddit et que des « messages populaires » recommandés s'affichent sans qu'ils n'aient effectué de demande.

Il convient de noter qu'une plateforme peut comprendre plusieurs moyens de faire remonter du contenu à la surface. Sur Facebook, par exemple, les utilisateurs peuvent recevoir du contenu « poussé » en faisant défiler leur flux, mais ils peuvent aussi effectuer des recherches sur la plateforme et « tirer » du contenu d'une page spécifique. Nous appelons cela un système de recommandation **hybride**.

2.1.3 LA PERSONNALISATION DANS LES SYSTÈMES DE RECOMMANDATION

Les systèmes de recommandation peuvent également être classés en fonction de leur degré de personnalisation. Un système très personnalisé pourrait adapter les recommandations en fonction de l'emplacement, de l'âge ou de l'activité récente de l'utilisateur, entre autres variables. Ces attributs peuvent également être ciblés indirectement : des rapports récents ont montré que les campagnes publicitaires de Facebook utilisaient le ciblage par centres d'intérêt comme approximation du ciblage racial, par exemple, en utilisant l'intérêt pour le « Mois de l'histoire des Noirs », les « écoles et universités historiquement noires », le « gospel » et l'« afrocentrisme » qui « semblait cibler spécifiquement les utilisateurs noirs de Facebook ».²⁵ Un système de recommandation entièrement non personnalisé n'utiliserait aucune de ces informations.

Les systèmes qui ciblent les personnes individuellement peuvent obtenir des informations personnelles par le biais de mécanismes tels que les cookies de navigateur pour suivre l'historique Web des utilisateurs. Ces données permettent aux systèmes de déduire les attributs démographiques et les intérêts des utilisateurs individuels. Les plateformes et les sites Web ont également développé des méthodes de « canevas fingerprinting »,²⁶ qui exploitent de légères variations dans le hardware, ou matériel informatique, pour identifier les individus sans cookies persistants.

Outre le ciblage fin et individualisé, de nombreux systèmes utilisent des mécanismes basés sur les groupes pour atteindre les publics cibles. Les « audiences similaires », lancées d'abord par Facebook, puis par Google, LinkedIn et d'autres plateformes, constituent un mécanisme courant pour le ciblage par groupe. Le ciblage par audience similaire exige des annonceurs qu'ils fournissent une audience « initiale », que la plateforme utilise pour identifier une audience plus large présentant des caractéristiques similaires. Comme pour le ciblage par centres d'intérêt, les recherches ont montré²⁷ que ce type de ciblage peut reproduire des effets discriminatoires fondés sur le sexe, l'âge et la race.

25 Keegan, J. et al. (2021). Facebook Got Rid of Racial Ad Categories. Or Did It? (Facebook a enlevé les catégories d'annonces raciales. Est-ce bien la vérité ?) The Markup. Disponible à l'adresse suivante : <https://themarkup.org/citizen-browser/2021/07/09/facebook-got-rid-of-racial-ad-categories-or-did-it> (Consulté le : 1 novembre 2022).

26 Kohno, T. et al. (2005). Empreinte digitale d'un dispositif physique à distance.. IEEE Transactions on Dependable and Secure Computing, 2(2), pp. 93-108.

27 Sapiezynski, P., Ghosh, A., Kaplan, L., Rieke, A. and Mislove, A., 2022, July. Algorithms that "Don't See Color" Measuring Biases in Lookalike and Special Ad Audiences (Des algorithmes qui « ne voient pas la couleur » Mesurer les biais dans les audiences de type similaire et annonce spéciale).

Autre exemple de ciblage par groupe : dans le cadre de sa « privacy sandbox », Google a mis au point et testé un certain nombre de techniques de ciblage qui ne reposent pas sur des cookies individuels ou des empreintes digitales. En mars 2021, Google a commencé à tester les²⁸ « Federated Learning of Cohorts » (FLoC) comme une alternative aux cookies basée sur les groupes. FLoC a ensuite été abandonné²⁹ au profit d'un système de ciblage plus général basé sur les intérêts.

Dans certains cas, la personnalisation permet aux annonceurs d'atteindre innocemment des publics cibles pour vendre des produits et des services plus efficacement. Dans d'autres cas, la personnalisation permet un comportement plus malveillant. Les chercheurs ont émis l'hypothèse que le ciblage pouvait nuire aux processus démocratiques en permettant aux annonceurs de mettre l'accent sur des sujets de discord, de priver intentionnellement les électeurs de leurs droits, etc.³⁰ Ces préjudices potentiels se sont concrétisés dans des affaires telles que l'élection présidentielle américaine de 2016³¹ et le référendum britannique de 2016 sur l'appartenance à l'Union européenne.³² En général, les mécanismes de ciblage permettent aux acteurs politiques de bombarder stratégiquement certains segments de la population, en particulier les segments qui sont moins susceptibles d'obtenir des informations en provenance d'autres sources.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > Les plateformes ne doivent collecter que des informations sur leurs utilisateurs qui sont pertinentes, nécessaires et limitées à la ou aux fins spécifiques pour lesquelles elles sont collectées.
- > Tout contenu sur les plateformes, y compris les communications non rémunérées, réalisées par ou au nom d'acteurs, de campagnes ou de partis politiques doit être clairement identifié comme tel.
- > Interdire aux campagnes politiques et aux acteurs politiquement affiliés de cibler (ou de ne pas cibler intentionnellement) des publics similaires avec des messages personnalisés.

Dans le compte-rendu de la conférence 2022 AAAI/ACM sur l'IA, l'éthique et la société, pp. 609-616.

28 The Economist (author uncredited). (2021). Why is FLoC, Google's New Ad Technology, Taking Flak? (Pourquoi FLoC, la nouvelle technologie publicitaire de Google, est-elle critiquée ?). The Economist. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.economist.com/the-economist-explains/2021/05/17/why-is-floc-googles-new-ad-technology-taking-flak> (Consulté le : 1er novembre 2022).

29 Roth, E. (2022) Google Abandons FLoC, Introduces Topics API to Replace Tracking Cookies (Google abandonne FLoC et introduit l'API Topics pour remplacer les cookies de traçage). The Verge. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.theverge.com/2022/1/25/22900567/google-floc-abandon-topics-api-cookies-tracking> (Consulté le : 1er novembre, 2022).

30 Barocas, S., (2012, novembre). The Price of Precision: Voter Microtargeting and its Potential Harms to the Democratic Process (Le prix de la précision : le micro-ciblage des électeurs et ses inconvénients potentiels pour le processus démocratique.) Dans le compte-rendu de First Edition Workshop on Politics, Elections and Data, pp. 31-36.

31 DiResta, R., Shaffer, K., Ruppel, B., Sullivan, D., Matney, R., Fox, R., Albright, J. and Johnson, B., 2019. The Tactics and Tropes of the Internet Research Agency (Le micro-ciblage des électeurs et ses inconvénients potentiels pour le processus démocratique.) Disponible à l'adresse suivante : <https://digitalcommons.unl.edu/senatedocs/2/>. (Consulté le : 1er novembre 2022.)

32 Cadwalladr, C., 2017. The Great British Brexit Robbery: How Our Democracy was Hijacked (Le grand vol du Brexit britannique : Comment notre démocratie a été détournée) The Guardian. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/07/the-great-british-brexit-robbery-hijacked-democracy> (Consulté le : 17 novembre 2022).



RECOMMANDATIONS AUX **PLATEFORMES**

- > **Veiller à ce que les communications politiques soient clairement identifiées comme telles.**
- > **Déterminer les éléments de données dont les entreprises ont véritablement besoin pour cibler leurs publicités sur des segments de population. Évaluer soigneusement quelles informations démographiques peuvent être utilisées sans entraîner de discrimination.**
- > **Ne pas permettre aux campagnes politiques ou aux acteurs politiquement affiliés de choisir un public particulier dans la société pour le cibler avec des publicités personnalisées.**

2.1.4 LA CONFIGURATION DES SYSTÈMES DE RECOMMANDATION

Les utilisateurs de la plateforme peuvent, dans une certaine mesure, ajuster la façon dont les systèmes de recommandation s'approvisionnent en contenu. Google Actualités, par exemple, permet aux utilisateurs de « masquer » les sources d'information dont ils ne souhaitent pas voir le contenu. Les utilisateurs choisissent qui ils suivent sur Twitter ou avec qui sont leurs « amis » sur Facebook. YouTube permet aux utilisateurs de s'abonner à certaines chaînes et de personnaliser la fréquence à laquelle ils sont informés du nouveau contenu mis en ligne par une telle chaîne. Étant donné la liberté dont disposent les utilisateurs pour choisir leurs sources d'information (ou pour suivre des comptes qui partageront à leur tour des nouvelles et des informations), il est supposé que les gens disposent de compétences efficaces en matière d'éducation aux médias pour évaluer la qualité et la crédibilité des nouvelles et des informations auxquelles ils seront exposés. Lors de notre consultation, les critiques de cette approche ont fait remarquer que cette hypothèse fait peser sur l'individu la responsabilité de prévenir les préjudices causés par les plateformes, mais ont tout de même estimé que les compétences en matière d'éducation aux médias sont importantes car elles peuvent contribuer à un changement de comportement.



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > **Investir dans des programmes d'éducation aux médias qui permettent aux citoyens, à un niveau individuel, d'être capables d'évaluer de manière critique les messages médiatiques.**



RECOMMANDATIONS AUX **PLATEFORMES**

- > **Fournir aux utilisateurs des capacités de configuration étendues pour qu'ils puissent prendre des décisions responsables et informées en matière de consommation d'informations.**

2.1.5 CHAMBRES D'ÉCHO ET BULLES DE FILTRE

À mesure que l'utilisation des systèmes de recommandation se généralise, les inquiétudes grandissent quant à la possibilité que ces systèmes créent des silos d'information numérique.

Deux termes en particulier ont alimenté les conversations autour de ce sujet : chambres d'écho et bulles de filtre. Une définition ancienne et influente décrivait une **chambre d'écho** comme « un espace médiatique délimité et fermé qui a le potentiel d'amplifier les messages qui y sont diffusés et de les isoler de toute réfutation ». ³³ Bien que les deux termes soient souvent utilisés de manière interchangeable, il est utile de distinguer une **bulle de filtre** comme un *type* de chambre d'écho, « principalement produit par des algorithmes de classement engagés dans la personnalisation passive sans aucun choix actif de notre part ». ³⁴ En d'autres termes, les chambres d'écho peuvent se produire pour de nombreuses raisons différentes et, dans le cas des bulles de filtres, elles sont alimentées par des systèmes de recommandation algorithmiques.

Les bulles de filtres posent un certain nombre de problèmes potentiels pour l'écosystème des plateformes. De manière générale, elles peuvent réduire la diversité des informations disponibles pour les publics. Il peut s'agir de limiter l'exposition d'une personne à des sources, des sujets et/ou des points de vue spécifiques, par exemple, en recommandant le contenu que l'utilisateur est le plus susceptible d'apprécier. En d'autres termes, comme les algorithmes déduisent, ou tentent de déduire, les préférences d'un utilisateur en fonction de son comportement passé sur la plateforme, les systèmes de recommandation peuvent reproduire les biais indésirables et problématiques du comportement humain.

Il est important de noter que limiter les informations disponibles pour une personne est une façon de restreindre son autonomie. Les défis de l'information et de l'autonomie ne sont pas propres aux nouvelles technologies, mais les systèmes de recommandation algorithmique introduisent de nouveaux éléments à prendre en considération. ³⁵ Cela s'explique en partie par le fait que les utilisateurs ne savent pas comment les algorithmes prennent des décisions sur le contenu qu'ils voient. Les résultats obtenus ici ne sont pas nécessairement problématiques. Les systèmes de recommandation renvoient souvent des résultats « provenant d'une source à laquelle les gens n'accèdent normalement pas directement » ³⁶ ou qu'ils connaissent pas déjà, une conséquence connue sous le nom de « sérendipité automatisée » ³⁷ (le contraire de ce que la théorie de la bulle de filtrage suppose). Toutefois, il convient de noter que les préoccupations relatives au manque d'autodétermination peuvent aller plus loin. Certains chercheurs décrivent les menaces à l'autonomie comme des menaces à « ce qui fait de nous des êtres humains », soulignant que l'automatisation excessive peut conduire à « une déqualification, une atrophie, une ossification des pratiques, de l'homogénéisation et de la diversité culturelle. » ³⁸

L'un des principaux défis liés aux chambres d'écho et aux bulles de filtre gérées par des algorithmes est que les plateformes partagent des informations limitées sur l'ampleur de ces phénomènes. Bien qu'il existe « un nombre croissant de recherches rejetant l'hypothèse de la bulle de filtres », ³⁹ une

33 Jamieson, K.H. and Cappella, J.N. (2008). *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment*. Oxford University Press.

34 Arguedas, A. R., Robertson, C. T., Fletcher, R. and Nielsen, R. K. (2022). *Echo Chambers, Filter Bubbles, and Polarization: A Literature Review* (Chambres d'écho, bulles de filtre et polarisation : revue de la littérature.) Institut Reuters pour l'étude du journalisme. Disponible à l'adresse suivante : <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/echo-chambers-filter-bubbles-and-polarisation-literature-review>. (Consulté le 6 novembre 2022.)

35 Cows, J., King, T., Taddeo, M. and Floridi, L. (2019). *Designing AI for Social Good: Seven Essential Factors*. (Concevoir l'IA pour le bien social : Sept facteurs essentiels). Disponible à l'adresse suivante : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3388669. (Consulté le 20 novembre, 2022.)

36 Arguedas, A. R., et al.. (2022).

37 Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2018). *Automated Serendipity: The Effect of Using Search Engines on News Repertoire Balance and Diversity* (Sérendipité automatisée : L'effet de l'utilisation des moteurs de recherche sur l'équilibre et la diversité du répertoire de nouvelles). *Digital Journalism*, 6(8), pp. 976-989. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2018.1502045>. (Consulté le 21 novembre, 2022.)

38 Whittlestone, J., Nyrupe, R., Alexandrova, A. and Cave, S. (2019). *The Role and Limits of Principles in AI Ethics: Towards a Focus on Tensions*. (Le rôle et les limites des principes dans l'éthique de l'IA : se concentrer sur les tensions). Dans *Proceedings of the 2019 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society*, pp. 195-200.

39 Arguedas, A. R., et al. (2022).

grande partie de ces recherches s'appuie sur des données incomplètes plutôt que sur des données de première main, issues du monde réel et appartenant aux plateformes. Même une étude de Facebook sur le phénomène des bulles de filtres ne comprenait que 10,1 millions d'utilisateurs ayant déclaré leur affiliation idéologique.⁴⁰ Les chercheurs de Facebook ont conclu, dans une étude distincte et plus complète sur son rôle dans la polarisation, que « nos algorithmes exploitent l'attraction du cerveau humain pour la discordance », constatant que « 64 % de toutes les adhésions à des groupes extrémistes sont dues à nos outils de recommandation ».⁴¹ Facebook a par la suite interrompu cette recherche et placé les chercheurs dans différentes unités commerciales. En d'autres termes, les résultats de la recherche externe sont limités en raison de l'accès limité aux données, et les résultats de la recherche interne sont limités en raison des choix de conservation des données et de l'interférence de l'exécutif.

Pour remédier à ce manque de transparence, il faudra que des chercheurs indépendants aient accès aux données des plateformes, ce qui pourrait nécessiter de donner à une autorité de contrôle le droit d'obliger les plateformes à mettre leurs informations à la disposition des chercheurs indépendants à des fins d'inspection. Il est essentiel que toute autorité de contrôle ou tout organisme de réglementation chargé de superviser les activités des plateformes et des systèmes de recommandation soit indépendant de l'État et puisse exercer ses fonctions sans interférence. Cela est particulièrement important dans les pays où les institutions démocratiques peuvent être faibles ou sujettes à l'emprise de l'État. Pour garantir l'indépendance et l'efficacité d'une telle autorité, il sera probablement nécessaire d'établir des garanties et des contrôles solides de ses pouvoirs, tels que la possibilité de contrôler son action et d'imposer des obligations de transparence sur ses propres activités. Il est également important de reconnaître que les États peuvent utiliser les algorithmes des plateformes pour accroître leur propre pouvoir et de gérer ce problème avec des mesures appropriées telles que des mécanismes de surveillance et de responsabilité.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Une autorité de contrôle devrait être habilitée à obliger les plateformes à partager les données avec des auditeurs et des chercheurs indépendants d'une manière qui soit accessible aux équipes de recherche internes de l'entreprise. L'agence elle-même ne devrait être habilitée qu'à collecter ces données, et non à les analyser.**
- > **Une autorité de contrôle devrait disposer des ressources et des capacités nécessaires pour évaluer les chercheurs indépendants et les projets de recherche et déterminer s'il existe des cas où il n'est pas approprié d'accorder à un chercheur et/ou à un projet de recherche l'accès aux données de la plateforme.**
- > **Les plateformes doivent travailler de bonne foi avec les chercheurs indépendants pour fournir des données en toute sécurité dans des formats communs et lisibles par machine. Les données doivent demeurer sur le(s) réseau(x) de la plateforme, et les chercheurs ne doivent pas accéder aux données ou publier des résultats d'une manière qui compromette la sécurité ou la vie privée des utilisateurs.**

40 Bakshy, E., Messing, S. and Adamic, L.A. (2015). (Exposition à des nouvelles et opinions idéologiquement diverses sur Facebook.). *Science*, 348(6239), pp. 1130-1132.

41 Horwitz, J. and Seetharaman, S. (2020). Facebook Executives Shut Down Efforts to Make the Site Less Divisive. (Les dirigeants de Facebook ont mis fin aux efforts visant à rendre le site moins clivant.) *The Wall Street Journal*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.wsj.com/articles/facebook-knows-it-encourages-division-top-executives-nixed-solutions-11590507499>.







RECOMMANDATIONS AUX **PLATEFORMES**

> Des recherches supplémentaires sont nécessaires pour comprendre l'impact des plateformes et des systèmes de recommandation sur la manière dont l'auto-sélection du public, consciemment ou non, influence les informations qu'il consomme. Les chercheurs indépendants devraient se voir accorder un accès raisonnable aux données de la plateforme afin que cette recherche puisse être menée de manière fiable et précise.

2.2 LES SYSTÈMES DE RECOMMANDATION DANS LES PROCESSUS DE CURATION DE CONTENU PLUS LARGES

Le tableau 2 présente un examen non exhaustif des plateformes de communication les plus utilisées, qui révèle comment ces plateformes déploient des systèmes de recommandation (parmi d'autres techniques de curation de contenu) pour stimuler l'engagement des utilisateurs et favoriser ainsi leurs intérêts commerciaux. Cependant, tous les systèmes de recommandation n'ont pas les mêmes objectifs et n'utilisent pas les mêmes critères pour recommander du contenu à différents utilisateurs.

Organisation	Type de service d'intermédiaire en ligne	APPROCHES DE LA CURATION DE CONTENU ET DES SYSTÈMES DE RECOMMANDATION		
		Système de recommandation ouvert/fermé	Fonctions push/pull	Techniques de classement des systèmes de recommandation
 APPLE NEWS	Agrégateur d'informations	Fermé	Hybride	La section « À la une » d'Apple News est élaborée par une équipe de rédacteurs. Les éditeurs gèrent également une section « En vedette », des notifications push et d'autres collections. D'autres sections sont classées par algorithme, notamment la section Tendances, qui présente les articles les plus consultés, et la section « Pour vous », qui suggère des articles personnalisés.
 FACEBOOK	Réseau social	Ouvert	Hybride	Une analyse des brevets et des communiqués de presse décrit le fil d'actualité de Facebook comme « un modèle d'apprentissage automatique personnalisé et constamment mis à jour, qui modifie et actualise ses résultats en fonction de votre comportement, du comportement des personnes avec lesquelles vous êtes connecté et du comportement du sous-groupe d'utilisateurs basé sur l'affinité et la personnalité auquel le système juge que vous appartenez ». ⁴²
 GOOGLE	Moteur de recherche	Ouvert	Tirées	Construit à l'origine sur l'algorithme PageRank, ⁴³ le système de classement de Google utilise désormais « de nombreux facteurs et signaux, notamment les mots de votre requête, la pertinence et la convivialité des pages, l'expertise des sources, ainsi que votre localisation et vos paramètres. » ⁴⁴
 INSTAGRAM	Réseau social	Ouvert	Poussées	Le contenu généré par les utilisateurs et les publicités sont classés de manière algorithmique sur l'écran d'accueil de l'application. Les utilisateurs ne peuvent pas trier ou afficher les « publications » par ordre chronologique. Les « stories » - des publications temporaires - s'affichent dans l'ordre chronologique inverse lorsqu'on clique dessus, mais l'ordre des profils des utilisateurs qui ont publié des histoires récentes est trié de manière algorithmique. La page de recherche affiche du contenu recommandé, trié par algorithme, provenant de profils publics inconnus de l'utilisateur.

42 DeVito, M. A. (2017). From Editors to Algorithms: A Values-Based Approach to Understanding Story Selection in the Facebook news feed. (Des rédacteurs aux algorithmes : Une approche basée sur les valeurs pour comprendre la sélection des articles dans le fil d'actualité de Facebook.) *Digital Journalism*, 5(6), pp. 753-773.

43 Page, L. et al. (1999). *The PageRank Citation Ranking: Bringing Order to the Web*. Stanford InfoLab.

44 Google (no date). *Ranking Results - How Google Search Works*. Résultats du classement - Comment fonctionne la recherche Google ? Disponible à l'adresse suivante : <https://www.google.com/search/howsearchworks/how-search-works/ranking-results/> (Consulté le : November 1, 2022).



	Streamer	Closed	Hybride	<p>Le contenu de la page d'accueil de Netflix est un mélange de curation humaine et de curation algorithmique. Dans les éléments les plus visibles de l'écran d'accueil, des personnes sélectionnent le contenu à mettre en avant, mais à mesure que l'utilisateur fait défiler la page, des recommandations générées par des algorithmes apparaissent. Après le visionnage d'un film ou d'une série télévisée, une recommandation personnalisée apparaît, suggérant d'autres contenus à consommer. Les utilisateurs peuvent voter pour ou contre un contenu après l'avoir regardé, et ces données alimentent le score personnalisé de Netflix qui est censé prédire l'intérêt d'une personne pour les recommandations futures.</p>
	Réseau social	Ouvert	Hybride	<p>La page d'accueil recommande des articles. Pour les utilisateurs qui sont connectés à leur compte, la page d'accueil recommande des éléments provenant des « subreddits » qu'ils suivent ; pour les utilisateurs sans compte, la page d'accueil recommande des éléments provenant des « subreddits » à la mode. Les utilisateurs peuvent trier le contenu de différentes manières, à la fois de manière algorithmique (c'est-à-dire les messages les plus importants, les messages controversés) et non algorithmique (c'est-à-dire que le contenu est trié chronologiquement en fonction des messages les plus récents).</p>
	Réseau social	Ouvert	Hybride (fonctionnalité principalement poussée avec un peu de contenu tiré)	<p>L'écran par défaut de TikTok est un flux de vidéos « pour vous » classées par un algorithme, communément appelé « Page pour vous ». Dans un billet de blog,⁴⁵ TikTok a décrit les mécanismes de base qui sous-tendent les algorithmes de la « Page pour vous », notamment les interactions des utilisateurs, les informations sur les vidéos, les caractéristiques des appareils, les paramètres des comptes, etc. En plus de pousser les vidéos en fonction des intérêts personnels, TikTok prend également des mesures pour éviter de montrer « un flux de vidéos de plus en plus homogène ». TikTok comprend également une fonctionnalité qui permet aux utilisateurs de « tirer » des vidéos à partir d'un sujet ou d'un son spécifique.</p>
	Social	Ouvert	Hybride	<p>Depuis 2016, Twitter affiche par défaut des timelines d'accueil classées par algorithme, ce qui entraîne « des augmentations terriblement nécessaires dans des mesures clés telles que les utilisateurs actifs mensuels, les impressions et le temps passé sur le site ».⁴⁶ Alors que de nombreux utilisateurs ont exprimé leurs préoccupations concernant ce changement, moins de 2% de tous les utilisateurs sont revenus à la timeline triée chronologiquement une fois la timeline algorithmique lancée. Twitter décrit l'algorithme de la timeline d'accueil comme un classement des tweets qui « sont susceptibles de vous intéresser le plus, et nous les choisissons en fonction des comptes avec lesquels vous interagissez fréquemment, des tweets auxquels vous participez, et bien plus encore ».⁴⁷ Cela inclut les tweets recommandés en dehors du réseau de l'utilisateur, qui peuvent également être envoyés par notification. À l'instar d'autres plateformes, Twitter prend également en charge les interactions « tirées », telles que la recherche de tweets et la navigation vers un utilisateur spécifique.</p>
	Service de partage de vidéos	Ouvert	Hybride	<p>Les utilisateurs possédant un compte se voient recommander du nouveau contenu provenant des chaînes auxquelles ils sont abonnés, ainsi que du contenu généré de manière algorithmique à partir de chaînes basées sur leur historique de navigation et leurs intérêts perçus. Au fur et à mesure que les vidéos sont lues, des liens apparaissent vers d'autres vidéos recommandées qui sont lues automatiquement après un court délai. Les utilisateurs peuvent déclarer « aimer » ou « ne pas aimer » le contenu par le biais de boutons afin de fournir un retour d'information au système de recommandation. Pour les utilisateurs sans compte, la page d'accueil affiche les vidéos qui ont reçu un fort volume de trafic au cours des 24 heures précédentes, ainsi que d'autres recommandations générées de manière algorithmique en fonction de la localisation géographique de l'utilisateur et de son historique de navigation sur Google.</p>

Tableau 2 : Un bref examen de la manière dont les plateformes les plus utilisées s'appuient sur la curation de contenu et les systèmes de recommandation

45 TikTok (2020). *How Tiktok Recommends Videos #ForYou*. Comment TikTok recommande des vidéos #ForYou). Disponible à l'adresse suivante : <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you> (Consulté le : 9 novembre 2022).

46 Oremus, W. (2017) *Inside the Changes that Could Save Twitter's Business - and Reshape Civil Discourse*. (Les changements qui pourraient sauver l'activité de Twitter - et remodeler le discours civil - sont à portée de main.) Slate. Disponible à l'adresse suivante : https://www.slate.com/articles/technology/cover_story/2017/03/twitter_s_timeline_algorithm_and_its_effect_on_us_explained.html (Consulté le : November 1, 2022).

47 Twitter (no date), *op. cit.*

3. IMPACTS DES SYSTÈMES DE RECOMMANDATION SUR L'INFORMATION

Les plateformes sont des canaux de communication essentiels dans la société contemporaine, utilisés par des milliards de personnes chaque jour. Si elles ne produisent pas elles-mêmes de contenu, elles le financent et le distribuent. Par le biais de leurs directives communautaires et de leurs conditions d'utilisation, elles déterminent de plus en plus souvent ce qui est ou n'est pas un contenu acceptable à publier. En ce sens, la possibilité de partager du contenu avec des publics de masse s'étant démocratisée, il n'est pas surprenant que certains discours exprimés sur les plateformes soient abusifs, diffamatoires, discriminatoires, mensongers ou portent atteinte aux droits de propriété intellectuelle d'autrui. Pourtant, même si certains propos peuvent être offensants ou blessants, le fait de les exprimer n'est pas illégal. La protection de la liberté d'expression dans une société démocratique passe par la protection de l'expression légale. Un sous-thème de l'impact sociétal, culturel et politique plus large des plateformes et de leurs systèmes de recommandation est la manière dont elles affectent les systèmes d'information, notamment la manière dont elles permettent de diffuser, amplifier ou cacher les voix alternatives, les opinions dissidentes et les vérités qui dérangent, car les plateformes jouent un rôle dans la manière dont le grand public reçoit les idées et les faits.

La Déclaration internationale sur l'information et la démocratie affirme que « l'espace mondial de communication et d'information doit servir l'exercice de la liberté d'expression et d'opinion et respecter les principes du pluralisme, de la liberté, de la dignité, de la tolérance et de l'idéal de raison et de compréhension » car « la connaissance est nécessaire à l'être humain pour développer ses capacités biologiques, psychologiques, sociales, politiques et économiques. L'accès à la connaissance, notamment à la connaissance de la réalité, est un droit fondamental ». Dans ce contexte, les positions dominantes dans la production, la distribution et la gestion des informations en ligne doivent être évitées dans la mesure du possible et contrôlées lorsqu'elles sont inévitables, afin de préserver la diversité des points de vue qui gagnent en visibilité.

Cette section résume brièvement les principaux défis que les systèmes de recommandation posent à la production, la distribution et la consommation d'informations, notamment en matière de diversité et de pluralisme. Elle est suivie par une réflexion sur les types de domaines politiques et d'instruments réglementaires qui pourraient être utilisés pour relever ces défis (voir les chapitres 4 et 5).

3.1 PRODUCTION

3.1.1 MENACES SUR LE JOURNALISME PROFESSIONNEL ET DIGNE DE CONFIANCE

L'essor des plateformes algorithmiques a introduit de nombreux défis pour le journalisme professionnel. Comme l'ont souligné les groupes de travail convoqués par le Forum sur l'information et la démocratie

en 2020⁴⁸ et 2021,⁴⁹ les menaces qui pèsent sur le pluralisme de la production des médias d'information sont particulièrement problématiques pour la viabilité future des informations en ligne. Trois phénomènes au moins méritent d'être soulignés comme des défis importants pour la production d'informations de qualité et diversifiées : (1) l'expansion des « déserts d'information » qui ne disposent que de peu ou pas d'informations fiables ; (2) la propagation d'infodémies ; et (3) le goût du sensationnel de certains médias d'information.

La propagation des déserts d'information fait référence au fait que certaines communautés ne sont tout simplement pas desservies, ou ont le sentiment de ne pas être desservies, par les fournisseurs de médias d'information traditionnels. Comme le souligne le groupe de travail sur la soutenabilité du journalisme dans son rapport, « des études montrent qu'un sentiment croissant de méfiance et de critique du manque de représentativité des acteurs et des contenus journalistiques peut être considéré comme une conséquence directe de cette désertification. »⁵⁰ Ce phénomène présente des risques particuliers pour le journalisme local, et le vide laissé par certains de ces déserts est comblé par le contenu généré par les utilisateurs.

Outre cette tendance, la diffusion d'infodémies est une source d'inquiétude croissante. Cela est d'autant plus pertinent que les infodémies, qui impliquent souvent conjointement de la désinformation et de la mésinformation ainsi que des discours de haine, tendent à émerger dans les situations de crise mondiale.⁵¹ Les infodémies peuvent également désigner la « surabondance d'informations - certaines exactes, d'autres non - qui se produit pendant une épidémie ».⁵² Comme l'a montré une étude réalisée par l'Organisation mondiale de la santé en 2022 à propos de la pandémie de COVID-19, les infodémies ont non seulement eu un impact négatif sur la santé mentale des gens et participé à l'augmentation du nombre de personnes hésitantes à se faire vacciner, retardant ainsi la fourniture de soins de santé, mais elles ont également réduit l'impact de la production d'informations fiables et vérifiées.

Si, dans les démocraties libérales, les fournisseurs d'informations et les journalistes ont tendance à respecter des normes professionnelles en matière de production de contenu, ce qui, selon certains, les distingue des autres créateurs de contenu, en ligne, ils sont en concurrence avec un nombre croissant de voix, de créateurs et de producteurs qui ne respectent pas toujours ces normes. En outre, certains fournisseurs d'informations ne respectent pas les normes professionnelles élevées en matière d'exactitude ou de neutralité. Au contraire, « il n'y a pas que les algorithmes qui créent des bulles de filtres, les médias d'information (...) peuvent aussi le faire. »⁵³ (Voir la section 2.1.5 pour en savoir plus sur les chambres d'écho et les bulles de filtres) Les environnements qui récompensent l'engagement et le sensationnalisme, au détriment de l'impartialité et de la vérification des faits, ont des répercussions à court et à long terme sur la qualité de la production des informations. Les modèles économiques biaisés des plateformes et leurs logiques commerciales ont exacerbé cette tendance, alimentant un cercle vicieux qui a des répercussions sur les types et la qualité du contenu produit par les organes d'information, car la polarisation est rentable et financièrement lucrative sur ces services. Certains journalistes et organes de presse ont adhéré à cette tendance afin de maximiser leurs revenus et d'accroître leur visibilité en ligne, car « même dans les principales démocraties, les organes de presse qui prennent part à des querelles partisans bénéficient d'une audience record et peuvent être très rentables. »⁵⁴

48 Forum sur l'information et la démocratie (2020). Final Report of the Working Group on Infodemics. (Rapport final du groupe de travail sur les infodémies). Disponible à l'adresse suivante : https://informationdemocracy.org/wp-content/uploads/2020/11/ForumID_Report-on-infodemics_101120.pdf.

49 Forum on Information and Democracy (2021). Final Report of the Working Group on the Sustainability of Journalism. (Rapport final du groupe de travail sur la soutenabilité du journalisme.) Disponible à l'adresse suivante : https://informationdemocracy.org/wp-content/uploads/2021/06/ForumID_New-Deal-for-Journalism_16Jun21.pdf.

50 *Ibid.*, p. 7

51 Forum sur l'information et la démocratie (2020) p. 50; World Health Organization (2022). Infodemics and Misinformation Negatively Affect People's Health Behaviours, New WHO Review Finds. (Selon une nouvelle étude de l'OMS, l'infodémie et la désinformation ont un effet négatif sur les comportements en matière de santé des gens.) Disponible à l'adresse suivante : <https://www.who.int/europe/news/item/01-09-2022-infodemics-and-misinformation-negatively-affect-people-s-health-behaviours--new-who-review-finds>. (Consulté le : 15 October 2022.)

52 Forum on Information and Democracy (2020), p. 16.

53 Forum on Information and Democracy (2021), p. 7.

54 *Ibid.*

Il est extrêmement difficile pour les salles de rédaction de suivre les innovations et les changements technologiques en cours. Nos consultations ont révélé que les petites organisations aux ressources limitées ne disposent pas de la masse critique de capacités intellectuelles et de production nécessaire pour maintenir des normes de production élevées tout en relevant les défis croissants des déserts d'information et des infodémies. Pour les grandes organisations disposant de ressources plus importantes, il est difficile de convaincre les dirigeants d'entreprise de l'intérêt d'adopter des technologies qui servent le secteur ou la société dans son ensemble, avec un impact limité ou nul sur leurs résultats, car ils se considèrent déjà comme des leaders dans leur domaine.



RECOMMANDATIONS AUX **PLATEFORMES**

> Les systèmes de recommandation des très grandes plateformes en ligne doivent fournir différentes combinaisons de techniques de filtrage et de classement qui incitent à la distribution (et donc à la production) de contenu de haute qualité. Ils ne doivent pas se contenter d'optimiser le contenu sensationnel ou engageant.

3.1.2 UN PUBLIC PARTICIPATIF FIXE L'AGENDA

L'essor des plateformes algorithmiques a modifié la relation entre les médias d'information, les sujets qu'ils couvrent et les publics. De plus en plus, la diffusion de contenu exclut complètement les médias de l'équation et les acteurs de l'actualité transmettent leur point de vue directement à un public en publiant leurs propres déclarations ou contenus sur les réseaux sociaux. Les plateformes ont permis aux journalistes citoyens, aux artistes, aux influenceurs, aux autres créateurs de contenu indépendants et au grand public d'exprimer leurs idées et leurs opinions sans avoir à passer par les médias.

Les parties prenantes ont des motivations différentes pour se tourner vers les plateformes, mais de manière générale, elles entrent dans l'une des trois catégories suivantes :

LE CONTENU GÉNÉRÉ PAR LES UTILISATEURS COMME MOYEN DE PERTURBATION

Les créateurs indépendants ont pu utiliser la monétisation de larges audiences comme moyen de pénétrer l'oligopole des médias d'information. Cependant, ces créateurs indépendants sont soumis aux mêmes impératifs commerciaux que les médias professionnels, ce qui donne la priorité à la production de contenus sensationnels. Même si la richesse n'est pas le but ultime d'un créateur, un public plus large peut être synonyme de célébrité, de popularité ou de statut. En ce sens, le contenu généré par les utilisateurs est soumis à un grand nombre des mêmes pressions de production que les médias professionnels afin que leur travail soit mis en avant par les systèmes de recommandation.

LE CONTENU GÉNÉRÉ PAR LES UTILISATEURS COMME FORME D'EXPRESSION INDIVIDUELLE

Les membres du grand public utilisent des plateformes comme Facebook et Twitter simplement pour s'exprimer. Ces utilisateurs recherchent l'interaction personnelle et il n'y a pas de besoin intrinsèque de monétiser leur contenu afin d'inciter à sa production.

LE CONTENU GÉNÉRÉ PAR LES UTILISATEURS COMME SOURCE D'INFORMATION POUR LE JOURNALISME

Le public télécharge du contenu sur les réseaux sociaux pour faire entendre sa voix, et les journalistes s'appuient dessus pour informer ou servir de base à leurs propres travaux. La plupart des recherches sur le printemps arabe, par exemple, soulignent l'importance du contenu généré par les utilisateurs

pour influencer les médias, créant ainsi un cycle de rétroaction dans lequel les connaissances ont été exportées à travers le monde.⁵⁵



RECOMMANDATIONS AUX **PLATEFORMES**

- > **Les algorithmes devraient améliorer leur capacité à identifier les discours intéressants et productifs des utilisateurs ayant une petite audience, et ne pas se contenter des discours intéressants et productifs des influenceurs ayant une grande audience.**
- > **En principe, les mêmes normes de qualité de l'information devraient s'appliquer que l'information soit générée par les utilisateurs ou produite par des médias professionnels.**

3.2 DISTRIBUTION

Les plateformes ont remodelé la diffusion des informations, car le public passe plus de temps sur les plateformes et moins de temps à s'engager directement avec les éditeurs. Comme Philip Napoli et d'autres l'ont fait valoir, les plateformes, par le biais de leurs algorithmes, déterminent les contours de l'expression à l'ère numérique.⁵⁶ Ce faisant, ils ont pris des pouvoirs historiquement associés aux médias et aux organisations d'information, qui recherchent, filtrent et trient l'information, mais ils opèrent sans l'obligation de rendre des comptes, les obligations et la responsabilité qui accompagnent les rôles démocratiques de ces organisations.⁵⁷

Certains chercheurs affirment que les plateformes de réseaux sociaux devraient être assimilées à des organisations médiatiques et, en ce sens, devraient être réglementées dans le cadre de l'intérêt public.⁵⁸ D'autres chercheurs affirment que définir les plateformes comme des entreprises de médias est un argument fondé sur des analogies superficielles.⁵⁹ Les deux points de vue s'accordent sur le fait que les lignes de démarcation entre les plateformes et les médias professionnels s'estompent dans une certaine mesure et que des distinctions plus claires entre leurs rôles et leurs responsabilités connexes sont nécessaires.

De ce point de vue, le rôle des plateformes et de leurs systèmes de recommandation algorithmique est extrêmement important pour la distribution de la chaîne de valeur des médias et de l'information, car elles ont un impact sur la manière dont le contenu est distribué, monétisé, sélectionné et finalement consulté en ligne.

55 Harkin, J., Anderson, K., Morgan, L. and Smith, B. (2012). A Case Study of Al Jazeera Arabic and BBC Arabic. In: Deciphering User-Generated Content in Transitional Societies. (Décryptage du contenu généré par les utilisateurs dans les sociétés en transition.) University of Pennsylvania. Disponible à l'adresse suivante : https://monoskop.org/images/a/a4/Deciphering_User-Generated_Content_in_Transitional_Societies_A_Syria_Coverage_Case_Study_2012.pdf. (Consulté le November 20, 2022.)

56 Napoli, P., (2019). Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age. (Décryptage du contenu généré par les utilisateurs dans les sociétés en transition.) Columbia University Press.

57 *Ibid.*

58 *Ibid.*

59 Winseck, D. (2022). The Broken Internet and Platform Regulation: Promises and Perils. (L'Internet brisé et la réglementation des plateformes : Promesses et périls) Dans : Flew, T., Martin, F.R. (eds) Digital Platform Regulation. Palgrave Global Media Policy and Business. Palgrave Macmillan. Disponible à l'adresse suivante : https://doi.org/10.1007/978-3-030-95220-4_12

3.2.1 PRATIQUES DE DISTRIBUTION, DE CONSERVATION ET DE HIÉRARCHISATION DES PRIORITÉS

D'un point de vue déterministe, la structure des espaces en ligne façonne ce qui est possible sur une plateforme, tout comme le système de gouvernance d'un pays façonne ce qui est possible en politique.⁶⁰ En conséquence, l'« architecture de choix » d'une plateforme guide les utilisateurs à travers la surabondance de contenu et d'informations en ligne. Ces choix de conception, et les systèmes de recommandation associés, façonnent l'accès et la distribution du contenu sur la base de techniques de ciblage et de profilage des données, qui sont dans une certaine mesure fondées sur des suggestions comportementales. En l'absence de ces technologies, il est probable que la plupart des utilisateurs trouveraient le volume d'informations disponibles en ligne si écrasant que l'utilisation d'Internet pourrait être perçue comme un fardeau.

Ces incitations (aussi "nudges" ou "coups de pouce") sont destinées à aider les utilisateurs à prendre une décision, à rencontrer et à reconnaître différentes perspectives, et à promouvoir la sérendipité. Toutefois, à la différence des coups de pouce statiques tels que le fait de placer la salade devant les lasagnes pour encourager une alimentation saine, les coups de pouce ciblés⁶¹ fournis par les analyses modernes fondées sur les données sont plus subtils et plus puissants, « en raison de leur nature en réseau, continuellement mise à jour, dynamique et omniprésente ».⁶² Ces mécanismes sont pertinents non seulement pour les plateformes et les fournisseurs de contenu (car les premiers peuvent permettre aux seconds d'entrer en contact avec les bons publics en ligne), mais aussi pour les annonceurs, qui paient pour diffuser du contenu à des publics spécifiques afin d'influer sur leur comportement, et qui ciblent donc des clients potentiels. En d'autres termes, le véritable produit des plateformes de médias sociaux est « le changement graduel, léger et imperceptible de son propre comportement et de sa perception ».⁶³

Nos consultations ont révélé que les techniques de profilage et de ciblage qui sous-tendent les logiques de distribution et de curation sur les plateformes sont influencées par les modèles économiques sous-jacents de ces dernières. Bien qu'il existe des différences importantes dans les modèles économiques, les aspects techniques et le fonctionnement des différentes plateformes et de leurs systèmes de recommandation, la ou les logiques commerciales communes qui sous-tendent ces services ont inévitablement un impact sur les types d'environnement d'information et de médias d'actualité qu'ils créent. Par exemple, même si les moteurs de recherche et les plateformes de réseaux sociaux présentent des technicités et des modèles économiques différents, dans les deux systèmes les principaux critères et principes utilisés pour distribuer et organiser la surabondance de contenu en ligne sont motivés par des intérêts commerciaux et la nécessité de maximiser les recettes publicitaires. Cela signifie que la popularité, la viralité et les techniques d'optimisation des recherches ont un impact croissant sur la manière dont les informations sont produites, distribuées et diffusées.⁶⁴

Le pouvoir de guider et de façonner activement l'exposition des individus aux informations par ceux qui ont un intérêt direct à accroître leur audience⁶⁵ a des implications importantes pour la démocratie,⁶⁶

60 Gillespie, T. (2010); Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*. Yale University Press.

61 Sunstein, C. R. (2015). *Why Nudges? The Politics of Libertarian Paternalism*. Yale University Press; Thaler R. et al (2013). *Choice Architecture*. In: Shafir E (ed.) *The Behavioral Foundations of Public Policy*. Princeton University Press.

62 Yeung, K. (2016). 'Hypernudge': Big Data as a Mode of Regulation by Design (Le Big Data comme mode de régulation par la conception.) *Information, Communication & Society*, 20(1), pp. 118–136.

63 Stearns, G. (2020). *The Social Dilemma: Review* (Revue du dilemme social). Carlow Chronicle. Disponible à l'adresse suivante : <https://carlowchronicle.com/2020/11/08/the-social-dilemma-review/>. (Consulté le : November 9, 2022)

64 Phillips, A. and Mazzoli, E. (2021). *Minimizing Data-Driven Targeting and Providing a Public Search Alternative*. Minimiser le ciblage basé sur les données et fournir une alternative de recherche publique.) Dans : Moore M., Tambini D., *Regulating Big Tech: Policy Responses to Digital Dominance*. Oxford University Press. pp. 110–126.

65 See: Bradshaw, S. and Howard, P. (2018). *Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. (Défier la vérité et la confiance : Un inventaire mondial de la manipulation organisée des médias sociaux). Oxford Internet Institute.

66 Organization for Security and Co-operation in Europe (2021). *Spotlight on Artificial Intelligence and Freedom of Expression: A Policy Manual*. (Pleins feux sur l'intelligence artificielle et la liberté d'expression : un manuel de politique) pp. 57-58. Disponible à l'adresse suivante : https://www.osce.org/files/f/ff/documents/8/f/510332_1.pdf.

parce que la popularité, les intérêts publicitaires et les accords commerciaux sont devenus les principaux moteurs de la prééminence en ligne, au détriment de l'intégrité et de la diversité des informations.

De nombreux chercheurs ont exprimé leurs préoccupations quant aux implications de la circulation des informations sur des plateformes où ce n'est plus un rédacteur en chef qui décide de ce qui est digne d'intérêt, mais des processus opaques de sélection et de hiérarchisation informés par les intérêts et les préférences quantifiés du public, les mécanismes de ciblage connexes et les intérêts commerciaux de la plateforme.⁶⁷ En effet, en raison de modèles commerciaux et de structures d'incitation problématiques, certains fournisseurs d'informations tentent de se jouer des systèmes de recommandation pour augmenter leurs chances d'être hiérarchisés par les algorithmes, et d'être donc plus visibles pour les utilisateurs de la plateforme.⁶⁸ Cela peut à son tour contribuer à une augmentation de la circulation de contenus sensationnalistes ou marginaux sur les réseaux sociaux, ainsi qu'à une amplification de ces contenus.

Cependant, bien que ces préoccupations soient légitimes, il est important de ne pas négliger le rôle des médias professionnels dans la remontée des idées et des opinions générées par les utilisateurs et exprimées sur les plateformes de communication, qui ne sont pas amplifiées par les algorithmes des plateformes. Par exemple, le mouvement *Black Lives Matter* était presque invisible sur Facebook, car le « défi du seau de glace », alors très populaire, suscitait davantage d'intérêt grâce aux « j'aime » et aux commentaires des utilisateurs.⁶⁹ La couverture médiatique des manifestations de *Black Lives Matter*, qui s'appuyait initialement sur le contenu généré par les utilisateurs et téléchargé sur les réseaux sociaux, a fait passer le mouvement dans la conscience nationale.⁷⁰ Comme indiqué dans la Déclaration internationale sur l'information et la démocratie, « la tâche du journalisme n'est pas seulement de décrire des événements, mais aussi d'expliquer des situations et des changements complexes, (...) de permettre au public de distinguer l'important du futile (...) de refléter les aspects positifs et négatifs des activités humaines et d'exposer des solutions constructives potentielles à des défis importants. »⁷¹



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

> Exiger des plateformes qu'elles soient transparentes vis-à-vis de leurs utilisateurs quant à leurs modèles économiques, en divulguant en termes clairs et accessibles comment le contenu diffusé est monétisé et par qui.

67 See also: Helberger, N. (2019). On the Democratic Role of News Recommenders. (Sur le rôle démocratique des systèmes de recommandation des nouvelles) *Digital Journalism* 7 (8): 993–1012; Newman, N. (2018). Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2018. Reuters Institute for the Study of Journalism; Turow, J. (2005). Audience Construction de l'audience et production de la culture: surveillance marketing à l'ère numérique *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 597 (1), 103-121. <https://doi.org/10.1177/0002716204270469>

68 Commission européenne, Direction générale des réseaux de communication, du contenu et de la technologie (2022). (2022). Parcu, P., Brogi, E., Verza, S., et al., Study on Media Plurality and Diversity Online: Final Report. Publications Office of the European Union. Disponible à l'adresse suivante : <https://data.europa.eu/doi/10.2759/529019>

69 Tufekci, Z. (2015). Algorithmic Harms Beyond Facebook and Google: Emergent Challenges of Computational Agency (Les méfaits des algorithmes au-delà de Facebook et Google : défis émergents de l'agence computationnelle). *Colorado Technology Law Journal*, 13, pp. 207-208. Disponible à l'adresse suivante : <https://ctlj.colorado.edu/wp-content/uploads/2015/08/Tufekci-final.pdf>.

70 *Ibid.*

71 Reporters sans frontières, (2018).



RECOMMANDATIONS AUX **PLATEFORMES**

- > **Être transparent avec les utilisateurs quant aux raisons pour lesquelles certains contenus leur sont montrés.**
- > **Développer une méthode d'évaluation de la qualité du contenu, et surveiller l'impact des modifications apportées aux systèmes de recommandation sur l'attention accordée au contenu de haute qualité.**
- > **Envisager de se tourner vers des normes internationales pour fournir des signaux quant à la qualité des sources d'information.**
- > **Les mesures structurelles ou comportementales visant à accroître le contenu des informations ne doivent pas seulement donner la priorité aux informations quotidiennes, mais aussi rendre accessibles les contenus documentaires, le journalisme d'investigation de long format et d'autres formes d'informations de haute qualité.**

3.2.2 AMPLIFICATION DU CONTENU TOXIQUE

La propagation de la més-, dés- et malinformation en ligne - parfois appelée familièrement « fake news » - est devenue le symbole des implications négatives des changements susmentionnés dans la production et la distribution des informations par les intermédiaires en ligne.⁷² Bien que ces changements soient liés à des défis culturels, politiques et juridiques plus larges,⁷³ les plateformes de réseaux sociaux en particulier ont encouragé les contenus trompeurs, sensationnalistes et conspirationnistes parce que les utilisateurs s'engagent davantage avec ces contenus.⁷⁴

Aborder cette question est un défi. Comme indiqué par le rapporteur spécial des Nations unies sur la liberté d'opinion et d'expression en 2017, « les interdictions générales de diffusion d'informations fondées sur des idées vagues et ambiguës, notamment les «fausses nouvelles» ou les «informations non objectives», sont incompatibles avec les normes internationales relatives aux restrictions de la liberté d'expression ».⁷⁵ Vivre dans une société démocratique où règne la liberté d'expression signifie que certains types de fausses informations, comme la satire ou la parodie, doivent être acceptés et protégés afin de préserver le droit de communiquer des vérités personnelles et des faits impopulaires.

Le problème des informations fausses ou trompeuses n'est pas leur existence. Une théorie du complot vue par cinq amis sur Facebook n'est pas une question de politique publique. Cependant, lorsqu'une théorie du complot est amplifiée auprès d'un large public et associée par des systèmes de recommandation avec du contenu similaire, il existe un risque de conséquences néfastes pour les individus et la société dans son ensemble, en particulier dans le contexte de périodes politiquement sensibles et turbulentes, telles

72 Dans ce rapport, nous nous référons aux définitions de la désinformation et de la mésinformation avancées par le Code européen de bonne pratique sur la désinformation de 2022. Ainsi, par désinformation, nous entendons les contenus faux ou trompeurs qui sont diffusés dans l'intention de tromper ou d'obtenir un avantage économique ou politique et qui peuvent causer un préjudice public ; et par mésinformation, nous entendons les contenus faux ou trompeurs partagés sans intention de nuire, même si les effets peuvent être néfastes. Par malinformation, nous faisons référence à la définition de First Draft News, qui décrit une information authentique partagée dans l'intention de nuire. Collectivement, nous désignons ces trois termes par l'expression « désordres de l'information ».

73 Del Campo, A. (2021). Disinformation is not Simply a Content Moderation Issue (La désinformation n'est pas simplement un problème de modération du contenu). *Issues on the Frontlines of Technology and Politics*. Carnegie Endowment for International Peace, pp. 23-24. Disponible à l'adresse suivante : <https://carnegieendowment.org/2021/10/19/disinformation-is-not-simply-content-moderation-issue-pub-85514>. (Consulté le 17 octobre 2022.)

74 Vosoughi, S., Roy, D. and Aral, S. (2018). The Spread of True and False News Online (La diffusion de vraies et fausses nouvelles en ligne). *Science*, 359(6380), pp. 1146-1151.

75 Bureau du Haut-Commissariat des Nations unies aux droits de l'homme (2017). Déclaration commune sur la liberté d'expression et les « fausses nouvelles », la désinformation et la propagande. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.ohchr.org/en/press-releases/2017/03/freedom-expression-monitors-issue-joint-declaration-fake-news-disinformation>. (Consulté le 18 novembre, 2022.)

que les élections et les guerres, et sur des sujets d'intérêt général, tels que la santé et le changement climatique, où les individus doivent avoir accès à des sources fiables, responsables et dont les faits ont été vérifiés pour se forger une opinion de manière indépendante et appropriée sans être trompés ou induits en erreur.

Les plateformes ont créé de nouvelles opportunités et incitations pour les acteurs malveillants, leur permettant d'amplifier des opinions nuisibles et non sincères. Un rapport d'enquête de 2021⁷⁶ a montré comment Facebook et Google permettent aux « fermes à clickbait » (ou « appât à clics ») de « générer des milliers de dollars américains par mois en revenus publicitaires » en produisant des contenus provocateurs destinés à susciter l'engagement. « Des milliers d'opérations de clickbait ont vu le jour, principalement dans les pays où les rémunérations de Facebook constituent une source de revenus plus importante et plus régulière que les autres formes de travail disponibles. » Les plateformes ont même directement financé certaines opérations de désinformation : au Brésil, par exemple, la chaîne YouTube Jovem Pan, que des chercheurs de l'université fédérale de Rio de Janeiro ont qualifiée de « véhicule hyperpartisan (...) souvent identifié par la diffusion de mésinformations »⁷⁷, a été financée dans le cadre de l'initiative Google News.⁷⁸ En outre, lors de nos entretiens avec des experts, il a été signalé qu'un nombre relativement restreint de politiciens de premier plan animaient de manière disproportionnée les débats publics en diffusant des informations erronées ou fausses. Compte tenu des fonctions publiques qu'ils occupent, leurs opinions peuvent alors être largement amplifiées.

Les plateformes distribuent également des nouvelles et des informations par le biais de mécanismes opaques qui créent des asymétries d'information extrêmes par rapport aux médias traditionnels. Comme indiqué précédemment dans ce rapport, les plateformes collectent et déduisent de nombreuses informations personnelles sur des milliards de personnes, notamment leur âge, leur localisation, leurs revenus et d'autres attributs démographiques qui permettent de cibler la publicité. En revanche, les utilisateurs ont peu ou pas d'informations sur les plateformes.

Les recherches montrent que les utilisateurs souhaitent des types spécifiques de transparence de la part des plateformes.⁷⁹ Cela inclut la manière dont leurs données personnelles sont collectées, comment elles sont utilisées et quel contrôle les utilisateurs ont sur ces données. Les utilisateurs veulent également obtenir des informations sur les algorithmes, ainsi que des détails sur les données collectées et partagées en dehors de la plateforme. Les efforts actuels en matière de transparence, tels que le centre de transparence de Facebook,⁸⁰ les rapports de transparence de Google pour YouTube,⁸¹ et le centre de transparence de TikTok⁸², se concentrent sur l'application des politiques et le retrait des contenus. Hormis les informations générales sur le système de recommandation de TikTok et les rapports trimestriels de Facebook qui contiennent quelques détails sur les contenus les plus consultés, il y a peu de transparence pour répondre aux demandes des utilisateurs.

76 Hao, K. (2021). How Facebook and Google Fund Global Misinformation. Comment Facebook et Google financent la désinformation mondiale). MIT Technology Review. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.technologyreview.com/2021/11/20/1039076/facebook-google-disinformation-clickbait>.

77 Campos Mello, P. (2022). YouTube Favors Pro-Bolsonaro Videos in Recommendations to Users, Says Study. (Selon une étude, YouTube favorise les vidéos pro-Bolsonaro dans ses recommandations aux utilisateurs). Folha de S.Paulo. Disponible à l'adresse suivante : <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/youtube-privilegia-vidEOS-pro-bolsonaro-em-recomendacoes-a-usuarios-diz-estudo.shtml>. (Consulté le 9 novembre 2022.)

78 Shu, C. (2018). YouTube is Fighting Fake News with \$25M to Promote Journalism. (YouTube combat les fake news avec 25 millions de dollars pour promouvoir le journalisme). Disponible à l'adresse suivante : <https://techcrunch.com/2018/07/09/youtube-is-fighting-fighting-fake-news-with-25m-to-promote-journalism-and-more-context-in-search-results/>. (Consulté le 9 novembre 2022.)

79 Luria, M. (2022). "This is Transparency to Me": User Insights into Recommendation Algorithm Reporting. (C'est ça la transparence pour moi » : Les points de vue des utilisateurs dans les rapports sur les algorithmes de recommandation) Centre pour la démocratie et la technologie. Disponible à l'adresse suivante : <https://cdt.org/wp-content/uploads/2022/10/algorithmic-transparency-ux-final-100322.pdf>

80 Centre pour la transparence (sans date) Facebook. Disponible à l'adresse suivante : <https://transparency.fb.com>. (Consulté le 8 novembre 2022.)

81 Rapport de transparence sur l'application des directives de la communauté YouTube (sans date). Google. Disponible à l'adresse suivante : <https://transparencyreport.google.com/youtube-policy/removals>. (Consulté le : 8 novembre 2022.)

82 Centre pour la transparence (sans date). TikTok. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.tiktok.com/transparency/>. (Consulté le : 8 novembre 2022.)



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > Étant donné que l'utilisation des plateformes par les acteurs politiques peut façonner l'opinion publique et la couverture médiatique, les personnalités politiques et les partis politiques doivent veiller tout particulièrement à ne pas être des propagateurs de désinformation et de mésinformation.
- > Exiger que le contenu journalistique utilisé par les plateformes soit rémunéré équitablement et, si et quand cela est fait, exiger que les éditeurs qui en bénéficient permettent aux plateformes d'exercer une indexation non discriminatoire et de partager le contenu.



RECOMMANDATIONS AUX PLATEFORMES

- > Reconnaître que les élites politiques peuvent être des propagateurs de désinformation et de fausses informations, et soumettre ces acteurs au même niveau de modération du contenu que les utilisateurs moyens de la plateforme.
- > S'attendre à ce que de mauvais acteurs essaient de se jouer du système. Les plateformes devraient soumettre les nouvelles fonctionnalités à des modèles d'intégrité et à des évaluations des risques afin de comprendre comment une fonctionnalité pourrait être utilisée de manière abusive.
- > Tous les bots ou activités non humaines sur une plateforme devraient être étiquetés et identifiables.

3.3 CONSOMMATION

Les plateformes algorithmiques et leurs systèmes de recommandation ont également changé la façon dont les publics consomment les informations. Les principaux changements sont les suivants : (1) une part croissante de la consommation de médias passe par le biais d'agrégateurs ; (2) les types de consommation de médias deviennent plus fragmentés ; et (3) la confiance dans les éditeurs de médias traditionnels diminue.

Tout d'abord, le public passe désormais plus de temps sur les agrégateurs et moins de temps à s'informer directement auprès des médias audiovisuels, câblés et imprimés. Ce changement est particulièrement significatif étant donné la mesure dans laquelle la consommation de médias est déterminée par des comportements habituels, souvent appelés routines médiatiques,⁸³ rituels,⁸⁴ ou répertoires.⁸⁵ Les habitudes de consommation *directe* d'informations (comme feuilleter un journal ou regarder une émission

83 Broersma, M. and Swart, J. (2022). Do Novel Routines Stick After the Pandemic? The Formation of News Habits During COVID-19. (Les routines romantiques tiennent-elles après la pandémie) *Journalism Studies*, 23:5-6, 551-568.

84 Swart, J., Peters, C., and Broersma, M. (2017). New Rituals for Public Connection: Audiences' Everyday Experiences of Digital Journalism, Civic Engagement and Social Life (? Nouveaux rituels pour la connexion publique Les expériences quotidiennes des publics en matière de journalisme numérique, d'engagement civique et de vie sociale.) Dans : Schwanholz J., Graham T. and Stoll P., eds. (2017) *Managing Democracy in the Digital Age: Internet Regulation, Social Media Use, and Online Civic Engagement*. Springer, pp. 181-200.

85 Taneja, H. et al. (2012). Media Consumption Across Platforms: Identifying User-Defined Repertoires. (La consommation des médias sur toutes les plateformes : identification des répertoires définis par l'utilisateur) *New Media & Society*, 14(6), pp. 951-968.

publique en continu) ont été dépassées par la consommation d'informations *agrégées* (comme faire défiler un flux d'articles provenant de différents éditeurs ou regarder une liste de vidéos recommandées provenant de diverses sources).

La recherche suggère que la consommation agrégée de médias numériques coïncide avec un comportement fragmenté du public. Alors que la consommation directe des médias tend à générer des « fidèles » qui consomment principalement des informations provenant d'un petit nombre d'éditeurs, la consommation agrégée amène les gens à consommer de nombreuses sources différentes.⁸⁶ Alors que le public dispose d'un plus grand nombre d'options de contenu et de plateformes de distribution, la fragmentation de l'audience « met à rude épreuve les approches traditionnelles, basées sur l'exposition, qui ont longtemps servi de base au marché de l'audience. »⁸⁷

Une double tendance associée à la fragmentation de l'audience est que les médias numériques exacerbent un certain nombre de lacunes préexistantes, tant au niveau des groupes d'éditeurs que des groupes d'audience.⁸⁸ Par exemple, comme les intermédiaires algorithmiques tels que les moteurs de recherche favorisent les grands éditeurs, le public consomme moins de contenu provenant des petits et moyens éditeurs, ce qui creuse le fossé entre eux.⁸⁹ Une tendance similaire est observée dans le comportement du public : alors que la disponibilité sous-jacente des nouvelles et des informations peut être diverse et abondante, l'augmentation des choix disponibles signifie souvent que « les personnes politiquement intéressées consomment plus de contenu d'actualité et d'affaires courantes qu'auparavant, tandis que celles qui ne s'intéressent pas à la politique ont maintenant la possibilité d'éviter complètement les actualités et les affaires courantes ». ⁹⁰ Ces schémas sont souvent appelés « déficit d'information » ou « déficit de consommation d'informations ». Enfin, alors que le public consomme davantage d'informations par le biais d'agrégateurs et de manière fragmentée, l'essor des médias d'information numériques a coïncidé avec une baisse de la confiance dans les organismes de presse du monde entier. Aux États-Unis, les rapports⁹¹ et les sondages⁹² montrent que la confiance dans les médias d'information est à un niveau historiquement bas. Une étude portant sur 35 pays différents a révélé que « l'utilisation des réseaux sociaux comme principale source d'informations est corrélée à des niveaux de confiance plus faibles dans les informations ». ⁹³ Une autre étude longitudinale portant sur 26 pays a révélé qu'« une augmentation de l'utilisation des réseaux sociaux pour accéder aux informations a entraîné un déclin de la confiance dans les médias d'information en général dans le monde entier ». ⁹⁴

Certains chercheurs ont proposé que le fait de donner au public la possibilité d'effectuer ses propres audits d'utilisateurs finaux - « audits à l'échelle du système menés par des utilisateurs non techniques » - permettrait de sensibiliser les individus sur la manière dont les systèmes de recommandation nuisent, déforment ou filtrent l'information.⁹⁵ En effet, les individus « possèdent cette riche connaissance des impacts particuliers que les systèmes algorithmiques ont sur leurs propres communautés, et ils identifient déjà les comportements problématiques des systèmes algorithmiques à travers leurs

86 Webster, J. and Ksiazek, T. (2012). The Dynamics of Audience Fragmentation: Public Attention in an Age of Digital Media. identification des répertoires définis par l'utilisateur L'attention du public à l'ère des médias numériques) *Journal of Communication*, 62(1), pp. 39-56.

87 Napoli, P. (2011). *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. Columbia University Press.

88 Prior, M. (2007). *Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. Cambridge University Press.

89 Hindman, M. (2008). *The Myth of Digital Democracy*. Princeton University Press.

90 Aalberg, T., Blekesaune, A. and Elvestad, E., (2013). Media Choice and Informed Democracy: Toward Increasing News Consumption Gaps in Europe? Choix des médias et démocratie informée : Vers une augmentation des écarts de consommation de nouvelles en Europe ?). *The International Journal of Press/Politics*, 18(3), pp.281-303.

91 Knight Foundation (2020). *American Views 2020: Trust, Media and Democracy (Confiance, médias et démocratie)*. Disponible à l'adresse suivante : <https://knightfoundation.org/reports/american-views-2020-trust-media-and-democracy/>. (Consulté le 9 novembre 2022.)

92 Brenan, M. (2021). *Americans' Trust in Media Dips to Second Lowest on Record*. La confiance des Américains dans les médias atteint son deuxième niveau le plus bas.) Gallup. Disponible à l'adresse suivante : <https://news.gallup.com/poll/355526/americans-trust-media-dips-second-lowest-record.aspx>. (Consulté le 9 novembre 2022.)

93 Kalogeropoulos, A. et al. (2019). *News Media Trust and News Consumption: Factors Related to Trust in News in 35 Countries* La confiance des Américains dans les médias atteint son deuxième niveau le plus bas Facteurs liés à la confiance dans les informations dans 35 pays.) *International Journal of Communication*. 13. Disponible à l'adresse suivante : <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10141>

94 Park, S. et al. (2020). *Global Mistrust in News: The Impact of Social Media on Trust*. La méfiance mondiale à l'égard des informations : L'impact des médias sociaux sur la confiance.) *International Journal on Media Management*, 22(2), pp. 83-96.

95 Michelle, S. L. et al. (2022). *End-User Audits: A System Empowering Communities to Lead Large-Scale Investigations of Harmful Algorithmic Behavior*. (Audit des utilisateurs finaux : Un système permettant aux communautés de mener des enquêtes à grande échelle sur les comportements algorithmiques nuisibles) *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6, Article 512, p. 1. Disponible à l'adresse suivante : https://hci.stanford.edu/publications/2022/Lam_EndUserAudits_CSCW22.pdf.

interactions quotidiennes avec ces systèmes »,⁹⁶. Cependant, ils n'ont pas actuellement la capacité de tester systématiquement les résultats d'un algorithme. Une étude a toutefois montré que lorsque des utilisateurs finaux non techniques disposent d'un outil en ligne leur permettant de voir comment les plateformes de réseaux sociaux utilisent leurs données et où ils peuvent tester leurs hypothèses, « les utilisateurs ont été en mesure de mener avec succès leurs propres audits qui ont permis d'obtenir des informations jusque-là non communiquées sur une multitude de problèmes potentiels du système ».⁹⁷ Grâce à cette prise de conscience, il est possible que les publics modifient leurs pratiques de consommation.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

> Encourager les plateformes à fournir à leurs utilisateurs les outils nécessaires pour effectuer des audits d'utilisateurs finaux afin que ces derniers puissent apporter des changements conscients, intentionnels et durables à la manière dont ils utilisent la plateforme sur la base des données que la plateforme a volontairement fournies à l'utilisateur.



RECOMMANDATIONS AUX PLATEFORMES

> Envisager de fournir aux utilisateurs les outils nécessaires pour effectuer des audits de l'utilisateur final qui calculent des mesures personnalisées estimant les performances du système compte tenu de leurs choix et de leur utilisation de la plateforme.

3.3.1 LES PLATEFORMES IMAGINENT UN AVENIR SANS ACTUALITÉS

Au cours de notre consultation, les experts ont signalé que l'importance relative des actualités en tant que contenu de plateforme varie considérablement d'une plateforme à l'autre. Si le contenu des actualités est modérément important pour un moteur de recherche comme Google, car les gens dépendent des moteurs de recherche pour tout indexer, le contenu des actualités est moins important pour les plateformes axées sur le divertissement comme TikTok.

Alors que la demande des consommateurs pour des plateformes axées sur le divertissement augmente, que les fournisseurs d'informations exigent d'être payés par les plateformes pour l'indexation de leur contenu et que les régulateurs exigent des niveaux de responsabilité plus élevés, les plateformes se détournent des organismes d'information pour leur contenu. Meta et sa plateforme phare Facebook, par exemple, ont mis fin à leurs investissements dans les initiatives d'information locale et construisent un métavers qu'un expert a décrit comme un « jeu, un type de réalité *disneyisé* très éloigné du monde réel ». Pour les plateformes, les actualités sont perçues comme ayant une durée de vie courte ; elles peuvent provoquer un sentiment de détresse chez les utilisateurs et les dissuader de consommer davantage de contenu ; enfin, elles peuvent donner lieu à des débats polarisés qui nécessitent une modération du contenu. C'est pour ces raisons que les nouvelles plateformes sont moins intéressées par les contenus

⁹⁶ *Ibid.*

⁹⁷ *Ibid.*, p. 4.

d'actualité. Elles cherchent plutôt à présenter des informations aux consommateurs dans un format amusant et attrayant, et sont moins facilement compatibles avec les modes de production et de diffusion actuels des médias d'information professionnels.

Si les plateformes n'incluent pas dans leur feuille de route une vision à long terme de la distribution des nouvelles, comment les gens pourront-ils alors avoir une vision du monde réel ? Comment sera diffusé l'équivalent d'un message d'intérêt public, tel qu'une alerte météo ? Quelles seront les implications pour la démocratie ? Des recherches supplémentaires sont nécessaires pour comprendre à quoi pourrait ressembler l'avenir des informations sur les plateformes, en particulier pour les consommateurs ayant un faible niveau d'éducation et/ou d'éducation aux médias.



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

> Les gouvernements devraient envisager de prévoir un financement public pour offrir une alternative significative et publique aux plateformes de communication à but lucratif, y compris en finançant potentiellement des systèmes de recommandation alternatifs, afin de garantir des lieux où des connaissances locales, précises et opportunes sont toujours disponibles.

II. DOMAINES D'ACTION POUR GARANTIR LE PLURALISME DANS LES ALGORITHMES

4. DOMAINES D'ACTION POUR GARANTIR LE PLURALISME DANS LES ALGORITHMES

Les interventions réglementaires peuvent apporter certaines solutions aux problèmes de pluralisme posés par la curation algorithmique. Toutefois, pour formuler des recommandations politiques pertinentes, il convient d'examiner d'abord les avantages et les limites de la législation existante. Un tel examen peut donner un aperçu de ce qui a fonctionné jusqu'à présent et de ce qui peut encore être fait dans ce domaine.

Les cadres législatifs existants ayant un impact sur les systèmes de recommandation des plateformes, les informations en ligne et les contenus générés par les utilisateurs sont extrêmement fragmentés. Une nouvelle vague d'initiatives en matière de politique numérique aux niveaux national, régional et international a proposé de nouveaux instruments réglementaires pour faire face à certains de leurs effets, mais il n'y a pas eu d'effort concerté. Au lieu de cela, il existe un patchwork de lois, de codes, de plans d'action et d'engagements publics qui s'ajoutent aux lois existantes.⁹⁸

Les experts qui ont participé à notre consultation publique ont souligné qu'une combinaison de normes et de protocoles d'autorégulation, avec des solutions de corégulation et de réglementation légale, sera nécessaire pour faire face aux impacts que les plateformes et leurs systèmes de recommandation ont sur l'environnement d'information en ligne et les systèmes d'information d'aujourd'hui. Toutefois, les interventions publiques isolées peuvent également s'avérer insuffisantes. Nous nous attaquons à des problèmes communs, ce qui nous oblige à réfléchir à des mécanismes de régulation multisectoriels capables de combiner différents instruments et de favoriser une approche plus coordonnée et collaborative. C'est pourquoi le présent rapport se concentre sur les domaines qui ont - et auront probablement à l'avenir - un impact sur la manière dont les systèmes de recommandation affectent la diffusion des informations sur les plateformes de communication en ligne. Nous avons identifié quatre domaines politiques clés qui pourraient contribuer à la création de systèmes de recommandation plus responsables : (1) les services numériques, (2) la confidentialité et la protection des données, (3) les médias et les actualités, et (4) les droits de l'homme et leurs protections.

⁹⁸ Mazzoli, E. and Tambini, D. (2020). Prioritization Uncovered. The Discoverability of Public Interest Content Online. La hiérarchisation des priorités dévoilée/La découvrabilité du contenu d'intérêt public en ligne) Conseil de l'Europe. Disponible à l'adresse suivante : <https://rm.coe.int/publication-content-prioritisation-report/1680a07a57>.

Bien que fournir une liste exhaustive de tous ces cadres politiques à travers le monde n'entre pas dans le cadre de ce rapport, les sections suivantes les passeront brièvement en revue et discuteront de ces domaines à travers des exemples illustratifs tirés des cadres politiques nationaux et régionaux, afin de souligner leurs avantages et leurs limites pour assurer le pluralisme de l'information en ligne. Ces exemples ont alimenté les réflexions sur les nouvelles pistes à suivre pour construire des systèmes de recommandation plus responsables (voir chapitre 5).

4.1 LES CADRES DE RÉGULATION RELATIFS AUX SERVICES NUMÉRIQUES

Les plateformes en ligne ont été associées à une série de préjudices identifiés par les organisations de la société civile et les chercheurs au cours des 15 dernières années. Malgré ces insuffisances bien documentées dans les cadre réglementaires existants, ce n'est que ces dernières années que des initiatives politiques et réglementaires concrètes ont vu le jour pour traiter les questions liées aux désordres de l'information, à la vie privée, à la surveillance et à d'autres pratiques manipulatrices.

À la suite de débats politiques sur la perception et la réalité de l'ingérence électorale, certains gouvernements ont introduit une législation punitive ou ont menacé de forcer les entreprises à ouvrir leurs applications et services aux services de sécurité ou à d'autres agences pour qu'ils les examinent. Toutefois, ces interventions *ex post* (« après coup ») et précipitées sont susceptibles d'avoir des répercussions imprévues sur les citoyens et les démocraties. Elles peuvent, par exemple, amener les plateformes de communication à devenir plus interventionnistes, à contrôler encore davantage les données de leurs utilisateurs, à devenir des « arbitres de la vérité » et à restreindre indûment l'autonomie, l'autodétermination et la liberté d'expression et d'association des utilisateurs.

La Chine, d'une part, adopte une approche descendante et étatique de la politique de l'internet, exacerbée par le renouvellement récent et inattendu de la Conférence mondiale sur l'Internet à Wuhan. Les États-Unis d'autre part restent dans un vide politique avec un manque général d'intervention au niveau fédéral, bien que certains États, comme la Californie, aient introduit des textes de loi pour limiter certaines activités. Au niveau international, le nouveau leadership des États-Unis au sein de l'Union Internationale des Télécommunications pourrait faciliter la mise en œuvre de la *Déclaration sur le futur de l'Internet*. Entre ces deux extrémités du spectre, l'Union européenne, les pays européens, ainsi que des pays comme l'Australie, le Canada et le Brésil se préparent à de nouveaux cycles d'élaboration de politiques nationales. Dans le même temps, le secrétaire général des Nations unies a proposé le *Pacte numérique mondial* dans le cadre du Sommet de l'avenir en 2024, qui pourrait voir la formation d'un nouveau lieu international doté d'un mandat politique pour s'attaquer à certains préjudices perçus en ligne.

Même si la route est sinueuse et longue, il faut reconnaître qu'un certain nombre d'initiatives pertinentes ont été lancées entre 2020 et 2022 dans plusieurs pays pour faire face à la domination numérique croissante des plateformes et aux impacts de leurs systèmes de recommandation.

4.1.1 TRANSPARENCE ET RESPONSABILITÉ DES PLATEFORMES ET DE LEURS SYSTÈMES DE RECOMMANDATION

La « transparence » et la « responsabilité » sont des éléments clés de toute proposition de politique en matière de services numériques. Une question importante soulevée par les travaux antérieurs du Forum est la suivante : Pourquoi la transparence ? Et pour qui ?

Une nouvelle approche juridiquement contraignante de la transparence est nécessaire pour résoudre de nombreux problèmes liés à l'utilisation des systèmes de recommandation et, plus généralement, aux pratiques de modération et de curation de contenu en ligne. Comme le souligne le groupe de travail sur les infodémies, « la transparence juridiquement contraignante est la première étape vers une meilleure surveillance, une plus grande responsabilité et le rétablissement de la confiance entre les plateformes, les gouvernements et le public. Il s'agit d'une première étape vers des politiques solides fondées sur des données probantes et éventuellement vers une réglementation plus poussée par les gouvernements. C'est la première étape pour permettre aux fournisseurs de services en ligne d'affronter les problèmes et les faiblesses qu'ils ne peuvent plus cacher. »⁹⁹

Ainsi que font les régulateurs et les décideurs politiques pour répondre aux exigences de transparence et de responsabilité ? Au niveau européen, des obligations de transparence pour les systèmes de recommandation des plateformes ont été introduites par le biais de divers instruments. Elles sont au premier plan de la législation sur les services numériques (*Digital Services Act*, DSA), qui a introduit trois types de mesures de transparence pour les plateformes en ligne : (1) transparence obligatoire sur les systèmes de recommandation et leurs algorithmes ; (2) rapports de transparence réguliers et complets ; et (3) informations transparentes sur la publicité en ligne pour les utilisateurs.¹⁰⁰ En pratique, cela signifie que les plateformes doivent clairement expliquer le fonctionnement de leurs systèmes de recommandation algorithmique dans leurs conditions d'utilisation, qu'elles doivent donner aux utilisateurs des informations claires sur les raisons pour lesquelles ils ont été ciblés par une publicité, ainsi que des indications pour modifier les paramètres de ciblage des publicités. Ces nouvelles obligations ne s'appliquent pas de la même manière à toutes les plateformes. Elles sont personnalisées et asymétriques, afin d'être proportionnées aux impacts qu'ont les différents types de plateformes. En outre, les plateformes sont tenues de partager les données sur leurs systèmes de recommandation et leurs politiques de gestion des contenus, sur demande, avec des auditeurs indépendants, des autorités de surveillance et des chercheurs du monde universitaire et de la société civile. En donnant accès à ces données à des acteurs externes indépendants, ces derniers peuvent ainsi contribuer à l'identification de risques systémiques.

Parallèlement à la législation sur les services numériques, l'Union européenne est intervenue par le biais du *Code de bonne pratique renforcé en matière de désinformation*, un outil réglementaire comprenant quelques tentatives de supervision externe, qui utilise la transparence comme un moyen clé pour aborder les impacts perçus des systèmes de recommandation des plateformes sur la polarisation politique, la diffusion de fausses informations et les techniques de profilage et de ciblage des données.

Le code contient des dispositions qui traitent partiellement de ces questions par le biais (1) de la transparence sur la publicité politique, et (2) de la transparence sur les systèmes d'intelligence artificielle utilisés pour distribuer les informations en ligne. Les articles 5 et 6 renforcent la transparence en matière de publicité et de ciblage politiques, afin que les utilisateurs puissent facilement distinguer ce type de contenu des autres types d'informations et de nouvelles diffusées par les plateformes. L'article 15 incite les plateformes à s'engager à développer des systèmes d'intelligence artificielle qui soient transparents et équitables. Plus précisément, les plateformes doivent mettre en place des politiques qui « garantissent que les algorithmes utilisés pour la détection, la modération et la sanction des comportements et contenus inadmissibles sur leurs services sont dignes de confiance, respectent les droits des utilisateurs finaux et ne constituent pas des pratiques manipulatoires interdites. » Les sections 18 et 19 demandent aux plateformes de rendre leurs systèmes de recommandation plus transparents en divulguant les principaux critères et paramètres utilisés pour hiérarchiser les informations.

⁹⁹ Forum sur l'information et la démocratie (2020), p. 19.

¹⁰⁰ Union européenne (2020). Règlement du Parlement européen et du Conseil relatif à un marché unique des services numériques (Législation sur les services numériques) et modifiant la directive 2000/31/CE.. Disponible à l'adresse suivante : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=COM:2020:825:FIN>.

En plus de ces initiatives au niveau européen, les législateurs nationaux prennent des mesures pour accroître la transparence de ces services. Au Royaume-Uni, par exemple, le projet de loi sur la sécurité en ligne (*Online Safety Bill*) devrait introduire de nouvelles exigences de transparence pour les plateformes et leurs systèmes de recommandation, notamment en ce qui concerne la lutte contre les contenus illégaux et les contenus légaux mais préjudiciables.

D'après ces interventions législatives, la transparence semble être perçue comme une première solution aux problèmes auxquels sont confrontés les plateformes et les systèmes de recommandation. Ces propositions présentent toutefois des limites. Tout d'abord, il est clair que chaque État et institution publique considère la transparence comme un moyen d'atteindre un objectif, mais cet objectif est souvent flou, tout comme l'utilisation qui sera faite de cet accès accru aux données et aux informations. Les régulateurs n'ont souvent pas les compétences ou les ressources nécessaires pour analyser et comprendre ces systèmes, de sorte que le renforcement des obligations de déclaration pourrait être utile pour assurer le suivi et l'application de la législation, mais pas nécessairement pour améliorer les connaissances générales et informer les gens de manière adéquate sur la façon dont les pratiques actuelles de l'industrie ont un impact sur leur vie quotidienne. Deuxièmement, la transparence n'est pas une panacée. Il s'agit d'une première étape importante, mais elle peut aussi déboucher sur un exercice de « case à cocher », via lequel les plateformes produisent des rapports réguliers sans changer leurs pratiques afin de s'attaquer aux problèmes. La transparence ne peut avoir de sens que si elle est associée à des cadres de responsabilisation adéquats, ainsi qu'aux ressources et aux compétences nécessaires pour exploiter au mieux cette nouvelle masse de données et d'informations sur les services numériques.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Les autorités de surveillance doivent se doter des capacités nécessaires pour pouvoir analyser et comprendre les systèmes techniques et les algorithmes complexes déployés par les plateformes.**
- > **Élaborer des cadres de responsabilité adéquats, notamment en dotant les autorités de surveillance de pouvoirs d'inspection, afin de pouvoir exiger des plateformes qu'elles fournissent les données nécessaires pour mener une enquête indépendante approfondie sur leurs activités.**
- > **Les plateformes et les systèmes de recommandation devraient être ouverts aux chercheurs indépendants afin de faciliter une meilleure compréhension de leur impact sur la société.**
- > **Soutenir une augmentation des opportunités de formation, à la fois dans les environnements académiques traditionnels et dans le cadre de l'apprentissage continu, afin que les organisations de la société civile, les institutions gouvernementales et autres soient aptes à surveiller les activités des plateformes et des systèmes de recommandation.**

4.1.2 LA CONCURRENCE DANS LES MARCHÉS NUMÉRIQUES ET LES SYSTÈMES DE RECOMMANDATION

Les spécialistes de l'antitrust et d'autres chercheurs affirment que le droit de la concurrence n'est pas adapté pour répondre aux préoccupations relatives aux droits fondamentaux et au pluralisme des médias qui sont en jeu lorsqu'il s'agit de réglementer les plateformes.¹⁰¹ En effet, le droit de la concurrence examine si vous créez un pouvoir de marché par le biais d'une forte concentration des revenus. Il ne cherche pas à savoir si une fusion réduira l'offre d'informations disponibles pour le public, comme cela a été le cas par exemple dans les décisions de fusion de Facebook, WhatsApp et Instagram.¹⁰²

Le droit de la concurrence n'est pas un bon défenseur de la pluralité des idées, et les cadres existants ne prennent pas suffisamment en compte les conséquences d'une concentration de l'accès aux données à des fins de profilage et de ciblage des utilisateurs. Comme l'a souligné une étude récente, le contrôle et l'accès aux données des utilisateurs peuvent conduire à un marché des médias non concurrentiel, où une poignée de plateformes peuvent tirer parti de leur pouvoir pour exercer un contrôle important sur le marché, les organisations d'information et de médias étant d'autant plus dépendantes d'elles pour leur viabilité future.¹⁰³

Les limites du droit de la concurrence pour endiguer la domination numérique peuvent être attribuées au fait que l'impact des plateformes sur la distribution de l'information - et sur l'économie dans son ensemble - sont des « macro-problèmes » qui nécessitent une base plus large, alors que les interventions actuelles en matière de concurrence sont *de facto* des « micro-instruments » qui fonctionnent au cas par cas.¹⁰⁴

Ces dernières années, les régulateurs et les responsables politiques ont commencé à s'interroger sur la nécessité de réformer ou de compléter le droit de la concurrence afin de remédier de manière appropriée à ces lacunes. Par exemple, au niveau européen, la législation sur les marchés numériques (*Digital markets act*, DMA) vise à créer une réglementation *ex ante* (« avant l'événement ») pour les plateformes qui jouent un rôle de gardien ou de contrôleur d'accès (*gatekeepers*) dans les environnements numériques.¹⁰⁵ En vertu de cette législation, les plateformes « contrôleur d'accès » doivent assurer l'interopérabilité pour permettre aux tiers d'interagir avec leurs propres services, et il leur est interdit de tirer parti de leur position de contrôleur d'accès pour exercer une discrimination injuste à l'encontre des services proposés sur leurs plateformes. Elles ne peuvent pas accorder un traitement préférentiel à leurs propres produits, contenus ou informations par des moyens légaux, commerciaux ou techniques, ce qui inclut, sans s'y limiter, leurs systèmes de classement et de recommandation.

En outre, en vertu de l'article 29 de la législation sur les services numériques (DSA), les très grandes plateformes en ligne doivent offrir aux utilisateurs la possibilité de « modifier ou d'influencer les principaux paramètres » du système de recommandation, « avec au moins une option [d'engagement avec le service] qui n'est pas basée sur le profilage ».¹⁰⁶ Selon l'association de défense des droits numériques à but non lucratif Article 19, cette formulation « place la barre trop bas pour les plateformes en matière de transparence et de diversité de l'information » car elle « associe la fourniture de systèmes de recommandation à la fourniture de services d'hébergement, enfermant les utilisateurs finaux [sur la

101 Commission européenne, Parcu, P., Brogi, E., Verza, S., et al. (2022), p. 39.

102 Lynskey, O. (2017). *Regulating Platform Power*. LSE Law, Society and Economy Working Papers (Réglementer le pouvoir des plateformes.). London School of Economics and Political Science. Disponible à l'adresse suivante : <https://eprints.lse.ac.uk/73404/>.

103 European Commission, Parcu, P., Brogi, E., Verza, S., et al. (2022), p. 39.

104 Parcu, P. L. and Rossi, M. A. (2021). *Changements de politique pour renforcer la protection de la liberté des médias et du pluralisme des médias dans l'UE*. Dans Parcu, P.L., Brogi, E. (eds). *Manuel de recherche sur le droit et la politique des médias de l'UE*. Edward Elgar Publishing.

105 Union européenne (2022). Règlement (UE) 2022/1925 du Parlement européen et du Conseil du 14 septembre 2022 concernant des marchés concurrentiels et équitables dans le secteur numérique et modifiant les directives (UE) 2019/1937 et (UE) 2020/1828 (loi sur les marchés numériques).. Disponible à l'adresse suivante : https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_2022.265.01.0001.01.ENG. (Consulté le 18 novembre, 2022.)

106 Union européenne (2020), Article 29.

plateforme], sans leur donner d'autre choix ». ¹⁰⁷ Une meilleure solution serait de dissocier les systèmes de recommandation de l'hébergement de contenu.

Ainsi, les utilisateurs de la plateforme auraient la possibilité de choisir leur système de recommandation préféré sur une place de marché de systèmes de recommandation, tout comme ils peuvent télécharger les applications mobiles de leur choix sur les *App Stores* Android ou iOS. Comme pour ces magasins d'applications, les systèmes de recommandation pourraient encore être soumis à des normes minimales en termes de sécurité, de sûreté et de pluralisme. Il y aurait un défi à relever sur la nécessité d'informer les utilisateurs sur les options qui s'offrent à eux et sur la manière d'évaluer le(s) système(s) de recommandation le(s) mieux adapté(s) à leurs besoins, mais la décentralisation du contrôle de ce que les utilisateurs peuvent voir et du contenu auquel ils peuvent accéder leur offrirait un plus grand choix et une plus grande autonomie dans leurs expériences en ligne.

Grâce aux obligations inscrites dans les législations sur les services et marchés numériques, et grâce à la séparation fonctionnelle des systèmes de recommandation et des plateformes, il est possible d'améliorer l'architecture de choix des plateformes au-delà de la simple transparence et de la responsabilité. Au contraire, en intervenant par le biais d'un ensemble de mesures prescriptives destinées à améliorer l'expérience des utilisateurs sur les plateformes, les décideurs politiques sont équipés pour développer des marchés numériques plus sains.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Discuter avec les plateformes d'un processus de séparation fonctionnelle entre l'hébergement de contenu et la curation de contenu sur les très grandes plateformes en ligne en (1) dissociant l'hébergement et la curation, et (2) en permettant aux utilisateurs de choisir leur(s) méthode(s) de curation.**
- > **Le dégroupage des services devrait être conçu comme une forme de séparation fonctionnelle, et non structurelle.**
- > **Les très grandes plateformes en ligne devraient fournir un accès à leur magasin de « système de recommandation » de manière équitable, raisonnable, non discriminatoire et transparente.**

¹⁰⁷ Stasi, M. L. (2021) Législation sur les services numériques : amendement proposé à l'article 29. Article 19. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.article19.org/wp-content/uploads/2021/05/Amendment-recommender-systems.pdf>.

4.2 LES CADRES DE RÉGULATION EN MATIÈRE DE CONFIDENTIALITÉ ET DE PROTECTION DES DONNÉES

4.2.1 MANQUE D'APPLICATION DES INSTRUMENTS EXISTANTS

Quelques 145 pays disposent désormais de lois et de réglementations en matière de protection de la confidentialité et/ou des données.¹⁰⁸ Si bon nombre de ces lois sont solides et exigent que les personnes donnent leur « consentement éclairé » avant que leurs informations personnelles ne soient traitées, il est largement admis par les spécialistes de la protection de la vie privée et les observateurs extérieurs que les autorités de surveillance de ces lois et règlements ne les font pas suffisamment respecter.¹⁰⁹ Des rapports récents indiquent qu'au cours des quatre années qui ont suivi l'entrée en vigueur du Règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'Union européenne, le Conseil européen de la protection des données n'a publié que 254 « décisions finales. »¹¹⁰ Certaines autorités nationales, comme la Commission irlandaise de protection des données, n'ont émis aucune décision ou amende au cours des trois premières années d'application du RGPD, alors que le siège européen de toutes les entreprises Big Tech se situe dans ce pays.¹¹¹ En dehors de l'Europe, la situation n'est pas meilleure. En Australie, au Brésil, au Canada et en Afrique du Sud, les autorités de surveillance ont également pris peu de mesures d'exécution.

Nos consultations avec des experts ont mis en lumière un certain nombre de raisons pour lesquelles les autorités de surveillance n'appliquent pas ces lois et règlements. Cela peut être lié à la complexité de comprendre précisément comment les algorithmes des plateformes prennent des décisions, aux difficultés à évaluer ou à estimer les dommages pour les risques théoriques ; à des interventions politiques ; à des défis juridictionnels, car de nombreux cas nécessitent une coopération transfrontalière ; et à un manque général de ressources, notamment pour financer les litiges juridiques contre les multinationales, car celles-ci se défendent généralement vigoureusement.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > Il incombe aux autorités chargées de la protection des données de faire appliquer les lois et règlements relatifs à la protection de la vie privée et des données dans leur juridiction de manière équitable et uniforme.
- > Dans les juridictions qui n'ont pas d'autorités de protection des données, ou dont les autorités de contrôle existantes n'ont pas de compétences en matière d'application, nous recommandons de convenir d'une aide au développement pour soutenir le développement de ces capacités.

108 Greenleaf, G. (2021). Global Data Privacy Laws 2021: Despite COVID Delays, 145 Laws Show GDPR Dominance. (Lois mondiales sur la confidentialité des données 2021 . Malgré les retards de COVID, 145 lois montrent la domination du RGPD). UNSW Law Research Paper No. 21-60. Disponible à l'adresse suivante : <https://ssrn.com/abstract=3836348>. (Consulté le 10 novembre 2022.)

109 Heine, I. (2021). 3 Years Later: An Analysis of GDPR Enforcement. (3 ans plus tard : Une analyse de l'application du RGPD). Center for Strategic and International Studies. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.csis.org/blogs/strategic-technologies-blog/3-years-later-analysis-gdpr-enforcement>. (Consulté le 18 novembre 2022.)

110 Burgess, M. (2022). How GDPR is Failing (Comment le RGPD échoue). Wired. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.wired.co.uk/article/gdpr-2022>. (Consulté le 18 novembre 2022.)

111 Vinocur, N. (2019). How One Country Blocks the World on Data Privacy. (Comment un pays bloque le monde sur la confidentialité des données). Politico. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.politico.com/story/2019/04/24/ireland-data-privacy-1270123>. (Consulté le November 18, 2022.)



> Respecter la lettre et l'esprit des lois sur la confidentialité et la protection des données.

4.2.2 L'AUTODÉTERMINATION ILLUSOIRE

En raison des asymétries d'information entre les plateformes et les personnes concernées, de la complexité des flux d'activités de traitement des données et du caractère central des plateformes de communication dans la vie quotidienne, il est souvent impossible pour les personnes d'exercer un contrôle significatif sur l'utilisation de leurs propres données. Même si les plateformes offraient aux gens davantage de choix quant à l'utilisation de leurs informations personnelles, de nombreuses personnes pourraient trouver fastidieux ou difficile de prendre des décisions dans leur propre intérêt. Certains appellent cela le « paradoxe de la vie privée », c'est-à-dire le fait que les gens prétendent se soucier de leur vie privée, mais agissent de manière à exposer largement leurs informations personnelles.¹¹²

Parmi les théories expliquant l'existence de ce paradoxe figure la perception qu'ont certains utilisateurs que les choix qu'ils font ne feront pas de différence en fin de compte. Les fenêtres pop-up de cookies, par exemple, donnent l'impression que les lois et réglementations en matière de protection de la vie privée ne sont qu'un exercice de « cases à cocher », et non un moyen significatif pour les gens de contrôler la manière dont leurs informations sont utilisées. Lors de nos consultations, un expert a déclaré qu'étant donné que les plateformes « peuvent ne pas se conformer pleinement aux règles de protection des données, notamment en matière de transparence », cela affecte la connaissance des pratiques de traitement des données par les personnes concernées.

En effet, des rapports récents indiquent que les ingénieurs de Facebook chargés de la protection de la vie privée ont été incapables de réunir suffisamment d'informations sur la manière dont l'entreprise traite les données des utilisateurs.¹¹³ « Nous ne disposons pas d'un niveau adéquat de contrôle et d'explicabilité sur la manière dont nos systèmes utilisent les données, et nous ne pouvons donc pas, en toute confiance, procéder à des changements de politique contrôlés ou à des engagements externes tels que 'nous n'utiliserons pas les données X à des fins Y.' Et pourtant, c'est exactement ce que les régulateurs attendent de nous, ce qui augmente le risque d'erreurs et de fausses déclarations », peut-on lire dans le document.

En novembre 2022, le Conseil irlandais pour les libertés civiles a envoyé une lettre à la Commission européenne en s'appuyant sur des milliers de pages de documents issus d'un long litige contre Meta, la société mère de Facebook, constatant que « malgré une enquête d'un an sur ces systèmes », la société « ne sait pas ce que ses systèmes, ses unités commerciales ou ses divisions font avec les données des gens ».¹¹⁴ Si cela est vrai, et que les plateformes sont actuellement incapables d'expliquer à leurs utilisateurs comment leurs systèmes prennent des décisions, cela contraste avec les exigences du RGPD en matière de transparence et de responsabilité. L'article 13, paragraphe 1, point c), du RGPD exige qu'un

112 Gerber, N., Gerber, P., and Volkamer, M. (2018). Explaining the Privacy Paradox: A Systematic Review of Literature Investigating Privacy Attitude and Behavior. (Comment expliquer le paradoxe de la vie privée : une revue systématique de la littérature sur l'attitude et le comportement en matière de protection de la vie privée *Computers & Security*, 77, pp. 226-261. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167404818303031>.)

113 Franceschi-Bicchieri, L. (2022). Facebook Doesn't Know What It Does With Your Data, Or Where It Goes: Leaked Document. (Facebook ne sait pas ce qu'il fait avec vos données, ni où elles vont : document divulgué) *VICE*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.vice.com/en/article/akvmke/facebook-doesnt-know-what-it-does-with-your-data-or-where-it-goes>. (Consulté le 9 novembre 2022.)

114 Irish Council for Civil Liberties (2022). Meta's Internal Use of Data and the DMA. (L'utilisation interne des données par Meta et la législation sur les marchés numériques) Disponible à l'adresse suivante : <https://www.iccl.ie/wp-content/uploads/2022/11/ICCL-to-Commission-17-November-2022.pdf>. (Consulté le 18 novembre 2022.)

fournisseur de traitement des données divulgue à une personne concernée les « finalités précises du traitement » de ses données.¹¹⁵ De même, les considérants 42 et 43 du RGPD décrivent la granularité avec laquelle les « différentes opérations de traitement des données personnelles » doivent être divulguées.¹¹⁶

La législation sur les marchés numériques de l'Union européenne, texte sur la concurrence entrée en vigueur en novembre 2022, contient également des dispositions qui limitent la manière dont les grands contrôleurs d'accès comme les plateformes peuvent utiliser les données qu'ils collectent. Par exemple, l'article 5, paragraphe 2, point c), exige que les plateformes ne fassent pas « une utilisation croisée des données à caractère personnel provenant du service de base de la plateforme concernée dans d'autres services fournis séparément par le contrôleur des données, y compris d'autres services de base de la plateforme, et vice versa ».¹¹⁷ Cela signifie que Facebook, par exemple, ne doit pas combiner les informations personnelles collectées par le biais d'une autre plateforme que Meta possède, comme Instagram ou WhatsApp. En outre, lorsqu'un utilisateur a refusé ou retiré son consentement pour une activité de traitement, la législation précise que « le contrôleur des données, ne doit pas répéter sa demande de consentement pour la même finalité plus d'une fois dans une période d'un an. »¹¹⁸



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Obtenir des plateformes, sur une base périodique, un inventaire complet et granulaire de leurs activités de traitement des données, y compris la base juridique de la collecte et du traitement des données individuelles, ainsi que des évaluations d'impact sur la façon dont les plateformes surveillent et réduisent les risques identifiés.**
- > **Si les plateformes ne sont pas en mesure de fournir un inventaire complet et granulaire de leurs activités de traitement des données, ou des évaluations de risques adéquates, les autorités chargées de la protection des données doivent évaluer les solutions structurelles qui peuvent être imposées pour garantir que les plateformes traitent les informations personnelles de manière responsable.**
- > **Exiger des plateformes des explications sur leurs activités de traitement, ainsi que des détails sur la manière dont elles instruisent et informent leurs utilisateurs sur la manière dont leurs informations personnelles sont collectées et traitées, et à quel moment.**

115 Union européenne (2016). Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données). Disponible à l'adresse suivante : <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>. (Consulté le 18 novembre 2022.)

116 *Ibid.*, Considérants 42 et 43.

117 Union européenne (2022).

118 *Ibid.*, Article 5(2)(d).



- > **Respecter les lois sur la confidentialité et la protection des données, notamment en :**
 - ◆ documentant de manière proactive toutes les activités de collecte et de traitement des données ;
 - ◆ fournissant aux utilisateurs des explications compréhensibles sur la manière dont leurs informations personnelles sont collectées et traitées ; et
 - ◆ séparant les données entre les produits, les plateformes et les fonctions.
- > **Fournir des mécanismes accessibles, équitables et sûrs permettant aux utilisateurs d'exercer un contrôle significatif sur la manière dont leurs informations personnelles sont utilisées.**

4.2.3 INTEROPÉRABILITÉ ET PORTABILITÉ DES DONNÉES

Certains éléments des lois sur la protection de la vie privée et des données sont difficiles à mettre en œuvre dans la pratique. Par exemple, l'article 20, paragraphe 1, du RGPD dispose ce qui suit : « La personne concernée a le droit de recevoir les données à caractère personnel la concernant, qu'elle a fournies à un responsable du traitement, dans un format structuré, couramment utilisé et lisible par machine, et a le droit de transmettre ces données à un autre responsable du traitement sans que celui-ci y fasse obstacle. »¹¹⁹ L'article 20, paragraphe 2, dispose en outre ce qui suit : « La personne concernée a le droit d'obtenir que les données à caractère personnel soient transmises directement d'un responsable du traitement à un autre, lorsque cela est techniquement possible. »¹²⁰ Le considérant 68 du RGPD se lit comme suit : « Les responsables du traitement des données devraient être encouragés à développer des formats interopérables qui permettent la portabilité des données. »¹²¹ En clair, ces clauses du RGPD donnent aux résidents européens un droit général de transférer leurs informations personnelles d'un service à un autre. Les termes « structuré », « couramment utilisé » et « lisible par machine » constituent un ensemble d'exigences minimales destinées à faciliter l'interopérabilité du format de données fourni par le responsable du traitement. Ainsi, « structuré, communément utilisé et lisible par machine » sont des spécifications pour les moyens, alors que l'interopérabilité est le résultat souhaité. La législation sur les services numériques s'appuie sur ce principe sous l'angle de la concurrence, l'article 6, paragraphe 9, stipulant ce qui suit : « Le contrôleur d'accès fournit aux utilisateurs finaux et aux tiers autorisés par un utilisateur final, à leur demande et gratuitement, une portabilité effective des données fournies par l'utilisateur final ou générées par l'activité de l'utilisateur final dans le cadre de l'utilisation du service de la plateforme centrale concernée, y compris en fournissant gratuitement des outils pour faciliter l'exercice effectif de cette portabilité des données, et y compris en fournissant un accès continu et en temps réel à ces données. »¹²²

Cependant, l'interopérabilité est un casse-tête : étant donné que les informations personnelles sont susceptibles d'être fournies sous différents formats et que l'un des principes fondamentaux du RGPD est la minimisation des données, les organisations destinataires risquent de recevoir un excédent de données

119 Union européenne (2016), Article 20(1).

120 *Ibid*, Article 20(2).

121 *Ibid*, Considérant 68.

122 Union européenne (2022), Article 6(9).

par rapport à ce que leur service requiert. La portabilité des données implique également un traitement supplémentaire des données par un responsable du traitement, afin d'extraire les données du système et de supprimer celles qui sont en dehors du champ d'application d'une demande de portabilité (comme le mot de passe d'un utilisateur). On ne sait pas exactement quelle quantité de métadonnées doit être transférée pour préserver la signification précise des informations échangées, en particulier lorsque ces métadonnées contiennent les informations personnelles d'une autre personne. Par exemple, les personnes qui changent de plateforme doivent-elles pouvoir accéder au contenu publié par quelqu'un d'autre sur un autre service, si cela implique que la plateforme récupère les informations personnelles d'une autre personne sans sa permission ? Si vous transférez vos données Facebook sur une autre plateforme, devriez-vous vous attendre à conserver les noms des personnes qui ont « aimé » vos photos Facebook ? Quelles responsabilités, le cas échéant, un responsable du traitement doit-il assumer pour garantir qu'un utilisateur transfère ses informations personnelles vers un autre service sécurisé ? Il existe peu de jurisprudence sur laquelle s'appuyer pour comprendre correctement l'interopérabilité.

Nos consultations ont indiqué que l'absence d'interopérabilité et de portabilité des données permet aux plateformes de bénéficier d'effets de réseau importants, ce qui exacerbe encore les barrières à l'entrée pour les autres fournisseurs de ces services, augmente les coûts de changement pour les utilisateurs finaux et, en fin de compte, peut avoir un impact négatif sur la pluralité des services qui peuvent être présents et se concurrencer de manière équitable sur les marchés numériques.



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > **Les autorités chargées de la protection des données devraient fournir des orientations sur la mesure dans laquelle les plateformes sont censées garantir la sécurité des informations personnelles qui sont transférées entre deux plateformes ou services indépendants.**
- > **Les autorités chargées de la protection des données devraient aider les personnes à prendre des décisions éclairées sur les risques liés au transfert de leurs informations personnelles d'une plateforme à une autre, et recommander des mesures appropriées pour aider les personnes concernées à accomplir ce transfert en toute sécurité.**



RECOMMANDATIONS AUX **PLATEFORMES**

- > **Coopérer avec d'autres parties prenantes du secteur, la société civile et les autorités chargées de la protection des données afin d'élaborer un cadre et des normes communes permettant de mettre en œuvre de manière sûre et efficace le droit à la portabilité des données établi dans les lois et règlements en vigueur en matière de protection des données.**

4.2.4 PROFILAGE ET CIBLAGE

Le profilage est le processus qui consiste à utiliser des informations personnelles pour créer le profil d'un individu, qui peut ensuite être utilisé pour faire des prédictions sur le comportement de cet individu afin de le cibler avec des publicités et du contenu.

Une pratique particulièrement problématique dans ce domaine concerne le profilage et le ciblage par la publicité et le potentiel de discrimination, notamment pour les groupes les plus vulnérables. La légitimité du suivi du comportement des consommateurs à des fins de publicité ciblée en ligne fait l'objet d'un débat intense, car elle implique le suivi en ligne de personnes souvent à leur insu et sans leur consentement.¹²³ Malgré la résistance de nombreux acteurs des secteurs de la publicité, la législation sur les services numériques a finalement interdit aux plateformes d'utiliser des techniques de ciblage impliquant les données de mineurs à des fins d'affichage de publicités, ainsi que de cibler des individus sur la base de catégories spéciales de données qui permettent de cibler des groupes vulnérables.

Des préoccupations concernant ces pratiques sont également apparues lors de nos consultations : les personnes interrogées ont critiqué et remis en question l'utilisation du profilage et du ciblage - en particulier le micro-ciblage - à des fins publicitaires. Une solution possible, évoquée dans une étude récente financée par l'Union européenne, pourrait consister à remplacer la publicité en ligne ciblée par une publicité en ligne plus contextuelle. La publicité contextuelle ne nécessite pas un suivi et un profilage incessants des utilisateurs. Au contraire, les publicités sont liées au contenu ou à la requête de recherche spécifique.¹²⁴ Certains médias de service public se sont trouvés en porte-à-faux avec leur mission s'ils utilisaient un suivi intensif, et des organisations comme la société de radiodiffusion du service public néerlandais *Nederlandse Publieke Omroep* ont remarqué que leurs recettes publicitaires avaient en fait augmenté après être passées de la publicité comportementale basée sur le suivi à la publicité contextuelle.¹²⁵ Dans le même temps, la plupart des acteurs des médias cherchent actuellement à conserver leur capacité à utiliser les données des consommateurs pour des publicités en ligne ciblées,¹²⁶ et les réglementations existantes en matière de protection de la vie privée et des données imposent déjà des restrictions au profilage et au ciblage.

En général, le profilage n'est autorisé qu'avec le consentement éclairé et librement donné de la personne concernée. Toutefois, comme le seuil d'obtention du consentement est très élevé, les plateformes comme Facebook font valoir qu'elles diffusent des publicités ciblées aux utilisateurs sur la base d'une relation contractuelle volontaire. Dans son enquête sur Facebook, la Commission irlandaise de protection des données a déclaré que le fait de s'appuyer sur cette base juridique implique que la diffusion de publicités personnalisées constitue un élément essentiel du service de la plateforme.¹²⁷

L'article 22(1) du RGPD dispose ce qui suit : « Une personne a le droit de ne pas faire l'objet d'une décision fondée uniquement sur un traitement automatisé, y compris le profilage, qui produit des effets juridiques la concernant ou qui l'affecte de manière significative de façon similaire. »¹²⁸ L'article 21, paragraphes 2 et 3, précise en outre qu'une personne concernée a toujours le droit de s'opposer au traitement de ses données à caractère personnel à des fins de marketing.¹²⁹ Alors que les plateformes ont fait valoir que

123 Commission européenne, Parcu P. L., Brogi E., Verza S., et al. (2022), p. 292.

124 *Ibid.* p. 294.

125 Lomas, N. (2020). Data from Dutch Public Broadcaster Shows the Value of Ditching Creepy Ads. TechCrunch. (Des données provenant d'un radiodiffuseur public néerlandais montrent l'intérêt d'abandonner les publicités effrayantes). Disponible à l'adresse suivante : <https://techcrunch.com/2020/07/24/data-from-dutch-public-broadcaster-shows-the-value-of-ditching-creepy-ads/>. (Consulté le 19 novembre 2022.)

126 Commission européenne, Parcu P. L., Brogi E., Verza S., et al. (2022), pp. 292-293.

127 Facebook Ireland Limited and NOYB/Maximilian Schrems, (2021). Référence de l'affaire IN-18-5-5 suite à une enquête fondée sur une plainte entamée en vertu de la section 110 de la loi sur la protection des données de 2018. Commission irlandaise de protection des données.. Irish Data Protection Commission. Disponible à l'adresse suivante : <https://noyb.eu/sites/default/files/2021-10/IN%2018-5-5%20Draft%20Decision%20of%20the%20IE%20SA.pdf>. (Consulté le 19 novembre 2022.)

128 Union européenne (2016), Article 22(1).

129 Union européenne (2016), Article 21(2),(3).

le profilage ou le ciblage des individus à des fins publicitaires n'a pas d'impact légal ou significatif, la Cour suprême d'Autriche a récemment renvoyé une affaire à la Cour de justice de l'Union européenne pour évaluer si le traitement des informations personnelles par Facebook à des fins publicitaires est compatible avec le principe de minimisation des données inscrit dans le RGPD.¹³⁰

Le RGPD est un instrument européen à effet extraterritorial,¹³¹ et donc les organisations établies en dehors de l'Union européenne sont tenues de se conformer à la loi lorsqu'elles traitent les données des résidents de l'Union européenne. En raison des complexités auxquelles les plateformes sont confrontées pour identifier la résidence de leurs utilisateurs, et des sanctions financières en cas de non-conformité, de nombreuses plateformes étendent les protections accordées aux résidents européens en vertu du RGPD à tous leurs utilisateurs. En outre, selon Graham Greenleaf, spécialiste de la protection de la vie privée, 23 pays en dehors de l'Union européenne ont désormais mis à jour leurs lois et réglementations en matière de protection des données sur le modèle du RGPD, et quatre des cinq pays les plus peuplés du monde (Chine, Inde, Indonésie, Pakistan) sont en train de réviser leurs lois existantes et limitées en matière de protection des données pour y intégrer des « éléments forts similaires au RGPD », notamment des restrictions sur le profilage et le ciblage par le secteur privé. Dans le monde entier, différents régimes reconnaissent que le profilage et le ciblage sont susceptibles de porter atteinte aux droits fondamentaux, mais l'application de ces lois et réglementations reste ponctuelle et incohérente.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Veiller à ce que les lois et règlements existants en matière de protection de la vie privée et/ou des données soient adéquats et contiennent des dispositions imposant des obstacles élevés à l'utilisation des informations personnelles à des fins de profilage et de ciblage des individus.**
 - ◆ Le traitement d'informations personnelles à des fins de profilage et de ciblage d'individus devrait exiger qu'une personne raisonnable anticipe et soit consciente de l'activité en cours ; fournir à l'individu le droit d'obtenir une explication sur les raisons pour lesquelles il a été profilé ou ciblé ; et ne pas permettre un ciblage trop granulaire.
- > **Exiger que les plateformes conservent et mettent à la disposition du public, à des fins d'inspection, des documents écrits anonymes indiquant comment, pourquoi et quand les éléments de données sont collectés et/ou traités, la base juridique de cette opération et les détails des évaluations d'impact qui justifient que l'activité présente un risque faible ou nul pour une personne raisonnable.**
- > **Doter les autorités de surveillance d'un pouvoir d'inspection pour obtenir des documents de travail internes ou autres afin de permettre des enquêtes sur les plateformes lorsqu'elles sont raisonnablement soupçonnées de ne pas être en conformité avec les lois et règlements relatifs à la vie privée et à la protection des données.**
- > **Il incombe aux autorités chargées de la protection des données de faire appliquer les lois et règlements relatifs à la protection de la vie privée et des données dans leur juridiction, de manière équitable et uniforme.**

¹³⁰ Noyan, O. (2021). Un tribunal autrichien renvoie la plainte de Schrems contre Facebook devant la Cour européenne. Euractiv. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.euractiv.com/section/data-protection/news/austrian-court-refers-schrems-facebook-complaint-to-eu-court/>. (Consulté le November 18, 2022.)

¹³¹ Union européenne (2016), Article 3.



RECOMMANDATIONS AUX PLATEFORMES

> **Respecter la lettre et l'esprit des lois sur la confidentialité et la protection des données.**

4.3 LES CADRES DE RÉGULATION RELATIFS AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

Les cadres politiques relatifs aux médias et à l'information contiennent des instruments réglementaires et d'autres interventions qui peuvent avoir un impact sur la manière dont les systèmes de recommandation influencent les processus de production et de distribution de l'information et des médias. Les règles qui s'appliquaient aux organisations médiatiques traditionnelles ne se sont pas toujours très bien traduites dans la sphère numérique. Toutefois, cette situation a rapidement évolué ces dernières années, les décideurs politiques et les régulateurs ayant tenté d'uniformiser les règles du jeu - pas toujours avec succès - entre les organisations médiatiques et les plateformes. Des exemples d'interventions pertinentes peuvent être trouvés dans (1) les cadres relatifs à la pluralité et à la diversité des médias, (2) les relations commerciales entre les fournisseurs d'informations et les plateformes, et (3) les tentatives visant à remédier au désordre informationnel.

4.3.1 CADRES RELATIFS AU PLURALISME ET À LA DIVERSITÉ DES MÉDIAS

Le pluralisme des médias est une valeur démocratique, un catalyseur d'autres droits fondamentaux et un élément essentiel de l'intégrité du discours démocratique. Le pluralisme est essentiel au bon fonctionnement d'une démocratie, car il permet l'échange et la prise en compte d'une diversité de points de vue, ce qui peut faciliter la prise de décisions éclairées et promouvoir l'inclusion et la représentation d'un large éventail de voix. Lorsque ce pluralisme est mis à mal, il peut conduire à l'émergence de déserts d'information, où l'accès à des sources d'information diverses et fiables est limité, et à la prolifération d'infodémies ou à la propagation rapide de la désinformation. Ces phénomènes peuvent avoir de graves conséquences pour la démocratie, notamment l'érosion de la confiance dans les institutions, la répression des voix marginalisées et la manipulation de l'opinion publique. Les moyens par lesquels la politique et la réglementation peuvent soutenir le pluralisme des médias varient en fonction des contextes nationaux.

Comme le souligne une étude récente,¹³² il est nécessaire de réaffirmer les fonctions sociales des médias et du pluralisme de l'information, ainsi que l'importance de préserver un journalisme de qualité. Sinon, alors que les défis auxquels ce secteur est confronté ne cessent de croître, l'importance des médias et des informations dans le processus de participation et de gouvernance démocratiques continuera de décliner, et d'autres fonctions et institutions de communication prendront leur place.¹³³

Traditionnellement, les politiques relatives au pluralisme des médias visaient à garantir une diversité de voix et de perspectives dans l'offre médiatique publique. Avec l'essor des plateformes et de leurs systèmes de recommandation, les décideurs politiques sont confrontés à de nouveaux défis pour atteindre le

¹³² Commission européenne, Parcu, P., Brogi, E., Verza, S., et al. (2022), p. 21

¹³³ Pickard, V. (2008). *Media Democracy Deferred: The Postwar Settlement for U.S. Communications, 1945-1949*. University of Illinois, Urbana. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.ideals.illinois.edu/handle/2142/86600>. (Consulté le November 9, 2022.)

pluralisme des médias.¹³⁴ Il existe encore des écarts importants entre les cadres réglementaires existants, applicables aux organisations de médias traditionnels de la presse écrite et de la radiodiffusion, et les nouvelles règles émergentes qui sont applicables aux organisations de médias en ligne.

Les différents cadres politiques qui préservent le pluralisme et la diversité des médias aux niveaux national, régional et international présentent de multiples facettes et dépendent fortement des compétences et des pouvoirs d'intervention dont disposent les différents régulateurs et décideurs politiques. Comme nous le verrons dans la section 6.2 ci-dessous, les différences idéologiques contribuent également à la manière dont les différents pays et régimes réglementaires abordent cette question : aux États-Unis, le « marché des idées » s'en remet aux marchés concurrentiels pour assurer la pluralité des voix ; en Australie, au Canada et en Europe, un choix public entre en concurrence avec les acteurs commerciaux pour remédier aux défaillances du marché.

La curation algorithmique et les systèmes de recommandation ont un impact sur trois aspects interdépendants du pluralisme et de la diversité des médias : le pluralisme externe des médias, le pluralisme interne des médias et la diversité des expositions. Par exemple, les débats politiques émergents sur la prééminence des nouvelles et la possibilité de trouver et de découvrir du contenu en ligne recourent à la fois le pluralisme interne des médias et la diversité d'exposition.¹³⁵ Au moment de la rédaction du présent document, les règles existantes sont dérivées des systèmes de radiodiffusion existants, où la prééminence des services d'intérêt public et/ou des médias de service public est étendue à une gamme limitée d'appareils connectés à Internet, tels que les téléviseurs intelligents, comme c'est le cas dans le traité interétatique sur les médias en Allemagne et dans l'examen de la prééminence des guides électroniques de programme au Royaume-Uni. Cependant, il existe également des tentatives d'introduction de nouveaux ensembles de règles et/ou de codes d'autorégulation qui pourraient promouvoir la hiérarchisation des informations et des services d'intérêt public sur un plus large éventail de plateformes. Par exemple, le gouvernement canadien a récemment élaboré des principes directeurs non contraignants qui incluent la promotion de sources d'information diverses et pluralistes par le biais de systèmes de recommandation.¹³⁶ Ces directives ont pour but de favoriser une plus grande exposition à des contenus culturels, des informations et des nouvelles diversifiés en ligne, et de contribuer ainsi à un discours public plus sain.¹³⁷

Toute intervention positive en matière de contenu dans cet espace doit être soigneusement évaluée pour éviter des conséquences potentielles injustifiées pour la liberté des médias et la liberté d'expression. Toute intervention réglementaire doit s'accompagner de systèmes pertinents de transparence et de responsabilité afin d'éviter que les règles relatives à la prééminence des informations ne soient utilisées à mauvais escient comme des formes douces de propagande ou de censure.¹³⁸



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

> Affirmer ou réaffirmer le respect des droits de l'homme, y compris la liberté d'expression, et préciser que ce principe s'applique aussi bien en ligne que hors ligne.

¹³⁴ Commission européenne, Parcu, P., Brogi, E., Verza, S., et al. (2022), pp. 90-91.

¹³⁵ Mazzoli, E. and Tambini, D. (2020); Commission européenne, Parcu, P., Brogi, E., Verza, S., et al. (2022).

¹³⁶ Gouvernement du Canada (2021). Principes directeurs sur la diversité des contenus en ligne.. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/diversity-content-digital-age/guiding-principles.html>. (Consulté le November 7, 2022).

¹³⁷ Gouvernement du Canada (2021). La diversité des contenus en ligne. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/diversity-content-digital-age.html>. (Consulté le November 7, 2022).

¹³⁸ *Ibid.*

- > Comprendre que la convergence des médias, et le déplacement de la consommation d'informations vers les plateformes de communication a un impact sur la création et la consommation de contenu, et explorer quelles sont les compétences d'éducation aux médias dont les citoyens ont besoin dans ce nouvel environnement pour soutenir une forte participation civique.
- > Élaborer, en consultation avec la société civile et l'industrie, des lignes directrices qui contextualisent et localisent la compréhension de ce à quoi ressemblent des informations diversifiées et pluralistes dans sa région du monde.
- > Exiger que les plateformes rendent accessibles au public des informations sur leur propriété et leurs sources de financement.



RECOMMANDATIONS AUX **PLATEFORMES**

- > **Travailler avec la société civile, les gouvernements et les autres acteurs concernés afin de développer une compréhension commune de ce que constituent des informations diversifiées et pluralistes dans les différents contextes locaux.**

4.3.2 RELATIONS COMMERCIALES DES PLATEFORMES AVEC LES MÉDIAS D'INFORMATION

Le déséquilibre de pouvoir entre les organisations médiatiques et les plateformes, ainsi que l'absence de règles du jeu équitables entre ces deux acteurs du secteur, peuvent avoir un impact sur la production et la distribution des informations en ligne.¹³⁹ Pour corriger ces déséquilibres de pouvoir sur le marché, les gouvernements d'Australie,¹⁴⁰ du Canada et d'Europe, par le biais de la directive européenne sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique, ont adopté des approches plus interventionnistes et correctives.

En Australie, pour remédier aux effets que les grands moteurs de recherche et les plateformes de réseaux sociaux ont sur la concurrence dans le domaine des médias et de la publicité, en particulier pour les médias d'information, un *News Bargaining Code* (Code de négociation des nouvelles)¹⁴¹ a été introduit pour soutenir le journalisme d'intérêt public en faisant payer les plateformes (plus précisément Google et Facebook) pour le contenu journalistique. De même, la Loi sur les nouvelles en ligne du Canada¹⁴² vise à garantir un partage équitable des revenus entre les plateformes numériques et les organes de presse grâce à un pouvoir de négociation collectif et à la promotion d'accords commerciaux volontaires. Dans les deux cas, l'intervention du gouvernement est minimale, puisqu'elle est destinée à servir de filet de sécurité au cas où les organes de presse et les plateformes ne parviendraient pas à établir des relations commerciales mutuellement bénéfiques et équitables.

139 Commission australienne pour la concurrence et la consommation (2019) (2019). Digital Platform Inquiry: Final Report. (Enquête sur la plateforme numérique : rapport final) Commonwealth of Australia. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.accc.gov.au/publications/digital-platforms-inquiry-final-report>.

140 Bossio, D., Flew, T., Meese, J., Leaver, T. and Barnet, B. (2022). Le code de négociation des médias d'information en Australie et le tournant mondial vers la réglementation des plateformes.. *Policy and Internet* 14 (1), pp. 136-50. Disponible à l'adresse suivante : <https://doi.org/10.1002/poi3.284>.

141 Commission australienne pour la concurrence et la consommation (2021). Code de négociation des médias d'information.. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.accc.gov.au/focus-areas/digital-platforms/news-media-bargaining-code>. (Consulté le October 9, 2022.)

142 Gouvernement du Canada (2022). Loi sur l'information en ligne.. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/online-news.html>. (Consulté le 9 octobre 2022.)

Ces nouveaux cadres n'ont pas encore été mis en œuvre, mais ont fait l'objet d'une forte opposition de la part des plateformes. Dans le cas du *News Bargaining Code* australien, la réponse publique de Facebook et de Google a été de menacer d'interrompre leurs services dans le pays et de noter les risques pour les citoyens si la législation était promulguée, suggérant qu'elle « briserait » non seulement leurs modèles commerciaux, mais aussi les capacités des moteurs de recherche et l'interactivité en ligne.¹⁴³ Des préoccupations similaires ont également été soulevées pour le projet de loi canadien, qui s'inspire fortement de l'exemple australien.¹⁴⁴

Il n'est pas surprenant que les plateformes s'opposent à ce type d'interventions. Cependant, il est à noter que les décideurs politiques sont de plus en plus enclins à intervenir dans un sens qui va à l'encontre des intérêts commerciaux des plateformes. Cela témoigne d'un consensus international croissant autour de l'idée que les plateformes doivent contribuer au financement du journalisme, et d'une volonté croissante des gouvernements, des décideurs politiques et des régulateurs d'introduire des mécanismes qui pourraient garantir ce résultat, tout en maintenant des interventions gouvernementales minimales.¹⁴⁵



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

> Explorer les moyens de financer le journalisme d'intérêt public grâce aux bénéfices supplémentaires non taxés que les grandes plateformes en ligne réalisent grâce à l'utilisation de contenus d'information.



RECOMMANDATIONS AUX PLATEFORMES

> Permettre aux organisations de médias de bénéficier des revenus que les plateformes tirent de leur utilisation de contenu d'information sans pour autant avantager indûment les grands médias au détriment des plus petits.

4.3.3 MÉS-, MAL- ET DÉSINFORMATION

Depuis 2016, une plus grande attention a été accordée aux questions relatives à la més-, mal- et désinformation en ligne, ainsi qu'à leurs impacts sur la formation de l'opinion et les processus démocratiques. Les décideurs politiques, les médias et les organisations de la société civile ont proposé et testé différentes pistes réglementaires pour traiter ces questions au niveau du système de recommandation des plateformes. Les interventions dans ce domaine se sont principalement concentrées sur les pratiques de modération, et ce n'est que récemment que certains pays ont mis en place des interventions positives en matière de contenu, visant à modifier les pratiques normatives existantes de sélection et de hiérarchisation du contenu.

L'exemple le plus notable au niveau européen est le Code de pratique sur la désinformation, qui établit un cadre permettant aux plateformes de collaborer pour réduire l'accès et la diffusion de la désinformation

¹⁴³ Bossio, D., Flew, T., et al. (2022), p. 140.

¹⁴⁴ Meta (2022). Partage de nos inquiétudes concernant la loi canadienne sur l'information en ligne. Disponible à l'adresse suivante : <https://about.fb.com/news/2022/10/metas-concerns-with-canadas-online-news-act/>.

¹⁴⁵ Bossio, D., Flew, T., et al. (2022), p. 143.

et de la mésinformation sur leurs services. Cet outil met l'accent sur les pratiques responsables de modération, ainsi que sur les pratiques d'évaluation et d'atténuation des risques en matière de dilution, de diminution, de déréférencement et de suppression des informations erronées ou fausses. Le code introduit de nouveaux engagements pour les plateformes afin d'améliorer la possibilité de trouver des contenus dignes de confiance ou faisant autorité grâce à des systèmes de recommandation ou d'autres moyens techniques. Ces engagements pourraient être liés à des normes d'autorégulation existantes, comme la *Journalism Trust Initiative* (JTI), qui a proposé un ensemble de normes techniques, de normes professionnelles et de principes pour les médias d'information.¹⁴⁶

De même, le code de pratique australien sur la désinformation adopte une approche à la fois positive et négative de la réglementation des contenus. Le code tente de réduire la propagation de fausses informations en perturbant la monétisation de ces contenus et en encourageant l'utilisation de moyens technologiques tels que les systèmes de recommandation pour hiérarchiser ou classer les contenus numériques de manière à permettre aux utilisateurs de trouver facilement des points de vue différents sur des questions d'intérêt public.¹⁴⁷

Il convient de noter que ces codes sont les premiers exemples de connexion entre deux domaines réglementaires qui étaient auparavant cloisonnés au niveau national : les cadres relatifs à la pluralité des médias et la réglementation des services numériques. Cependant, « la modération et la curation de contenu sont les deux faces d'une même pièce »¹⁴⁸ et elles sont toutes deux étroitement liées à l'utilisation de systèmes de recommandation pour hiérarchiser l'information et le contenu en ligne.

Les cadres existants dans ce domaine reposent principalement sur des pratiques d'autorégulation, c'est-à-dire qu'ils sont conçus et mis en œuvre par les plateformes qui ont volontairement décidé d'y adhérer. Les lacunes de cette approche ont été soulignées par l'Observatoire européen des médias numériques (EDMO) et le Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA). Même la version renforcée du code européen, qui a été présentée comme une intervention co-régulatrice visant à remédier aux inconvénients du cadre précédent, pourrait *de facto* tomber dans le même piège. Il n'y a pas de pouvoirs d'exécution ni d'obligations, et il est donc très difficile de savoir en quoi la conformité à un code « renforcé » sera différente des méthodes d'auto-évaluation de la première version. Parmi les solutions possibles pour remédier aux inconvénients de l'autorégulation figurent l'élaboration de définitions communes des concepts clés, des procédures de suivi et de rapport plus claires, des engagements plus précis et plus complets, et un accès fonctionnel aux données fourni par les plateformes pour permettre un audit et un suivi indépendants basés sur des indicateurs clés de performance transparents.¹⁴⁹



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

> Mettre en place une autorité de contrôle nationale ayant pour mandat de favoriser la coopération entre les plateformes et les autres acteurs réglementaires, y compris les régulateurs indirects comme les chercheurs indépendants.

¹⁴⁶ La Journalism Trust Initiative a développé un instrument de normalisation pour l'évaluation des organisations de médias d'information.

Cet instrument est conforme aux protocoles ISO et est publié par le Comité européen de normalisation. Voir : <https://www.journalismtrustinitiative.org>.

¹⁴⁷ Digital Industry Group (2021). Code de pratique australien sur la désinformation et la mésinformation. Disponible à l'adresse suivante : <https://digi.org.au/wp-content/uploads/2021/10/Australian-Code-of-Practice-on-Disinformation-and-Misinformation-FINAL-WORD-UPDATED-OCTOBER-11-2021.pdf>. (Consulté le : October 9, 2022.)

¹⁴⁸ Mazzoli, E., and Tambini, D. (2020), p. 5.

¹⁴⁹ Observatoire européen des médias numériques (2021). Mise en œuvre du code de pratique sur la désinformation : Leçons des évaluations et propositions pour l'avenir.. Disponible à l'adresse suivante : https://edmo.eu/wp-content/uploads/2021/02/EDMO_CoP_workshop281020_report-003.pdf. (Consulté le : October 9, 2022.)

- > Renforcer la capacité des acteurs de la réglementation à coopérer de manière structurée avec les plateformes, sans se laisser « capturer ». ¹⁵⁰
- > Conclure des engagements contraignants avec les plateformes pour explorer et traiter les problèmes posés par la désinformation et la mésinformation.



RECOMMANDATIONS AUX PLATEFORMES

- > Travailler avec les régulateurs et les chercheurs pour surveiller et comprendre les changements dans les environnements de l'information en ligne, et notamment établir des procédures équitables et responsables pour donner accès aux données de la plateforme à des fins de recherche.

4.4 PROTECTIONS DES DROITS DE L'HOMME

4.4.1 LIBERTÉ D'OPINION ET D'EXPRESSION

L'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme dispose que « tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considération de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit. » ¹⁵¹

Conformément aux normes internationales généralement acceptées en matière de liberté d'expression et dans le respect des droits et de la réputation d'autrui, l'article 19 implique le droit de critiquer tout système de pensée et ne peut être contraint ou limité par les croyances ou les sensibilités d'autrui.

Lorsqu'ils élaborent des politiques et des réglementations pour les plateformes de communication, les États et les plateformes doivent s'assurer que toute mesure prise est nécessaire et proportionnée au problème abordé. Lors d'entretiens, les experts ont déclaré que les plateformes n'ont manifestement pas répondu aux attentes fixées par les cadres existants en matière de droits de l'homme, qui sont soutenus par des mandats politiques clairs. L'un de ces cadres est constitué par les principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme, ¹⁵² qui fournissent un schéma directeur sur la manière dont les entreprises peuvent évaluer l'impact de leurs activités par rapport à des normes et standards convenus au niveau international. Ces principes peuvent servir de base normative solide pour imposer des obligations en matière de droits de l'homme aux plateformes et pour régir le fonctionnement de leurs systèmes de recommandation.

Plusieurs organisations, institutions publiques et organismes internationaux ont ainsi formulé des recommandations pour que les mécanismes de gouvernance des plateformes respectent la liberté d'expression tout en protégeant les utilisateurs par le biais de mécanismes de notification et d'appel

¹⁵⁰ Ici, le terme « capturer » décrit une situation où « les régulateurs n'ont pas réussi à faire leur travail parce qu'ils se sont trop rapprochés des intérêts de ceux qu'ils sont censés réguler » (Lodge & Wedrich, 2012, pp. 29-30). L'industrie s'est emparée du processus réglementaire, et donc de ses résultats, et ne représente donc pas le meilleur intérêt du public.

¹⁵¹ Nations Unies (1948). Déclaration universelle des Droits de l'Homme. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>.

¹⁵² Nations Unies (2012). Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme : Mise en œuvre du cadre « Protéger, respecter et réparer » des Nations unies. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.ohchr.org/en/publications/reference-publications/guiding-principles-business-and-human-rights>.

renforcés sur les décisions des plateformes en matière de contenu, ainsi que de mesures d'atténuation des risques pour limiter les effets négatifs des techniques de modération automatisée.¹⁵³

Toutefois, si ces cadres mettent généralement l'accent sur la modération de contenu, il est important de noter que les systèmes de recommandation peuvent également avoir un impact sur la liberté d'expression par leurs pratiques de hiérarchisation, et qu'ils devraient donc respecter les mêmes principes et cadres d'évaluation fondés sur les droits de l'homme.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Le pluralisme est un catalyseur de la liberté d'opinion et d'expression. Reconnaître que les plateformes de communication, tout en étant des sphères privées, sont en pratique des lieux de discussion publique et des lieux où les citoyens forment leurs opinions.**
- > **Renforcer la capacité des autorités de surveillance à développer une relation plus symétrique avec les plateformes afin que les autorités publiques puissent vérifier et comprendre comment la liberté d'expression est protégée ou étouffée par des commandes privées.**



RECOMMANDATIONS AUX PLATEFORMES

- > **Adhérer aux principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme.**
- > **Reconnaître le rôle que jouent les plateformes dans la société démocratique et veiller à ce que les perspectives des communautés traditionnellement exclues soient accessibles et recouvrables par les systèmes de recommandation.**

4.4.2 LIBERTÉ D'ACCÈS ET DE RÉCEPTION DE L'INFORMATION

Les plateformes ne sont pas de simples vecteurs ou supports de contenu. Les plateformes façonnent les décisions que les utilisateurs sont en mesure de prendre, car leur architecture détermine ce qui est possible sur la plateforme, tout comme le système de gouvernance d'un pays détermine ce qui est possible en politique. La réglementation dans ce domaine est un exercice d'équilibre délicat entre la liberté d'expression et la liberté de choix, d'une part, et les garanties positives visant à encourager le pluralisme des médias et la diversité d'exposition, d'autre part.¹⁵⁴ Le code de pratique de l'Union européenne sur la désinformation (2022) ouvre la voie à certaines évolutions potentiellement utiles qui pourraient renforcer les choix des utilisateurs en exigeant que les options par défaut ne soient pas simplement fondées sur des incitations commerciales et des techniques de profilage des données.

153 S'appuyant sur les rapports du rapporteur spécial des Nations unies sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'expression et d'opinion, et sur le travail d'organisations de la société civile telles que Access Now, le Center for Democracy and Technology, EDRI et Global Partners Digital, le groupe de travail sur les infodémies du Forum sur l'information et la démocratie a avancé une série de recommandations et de mécanismes dans son rapport final. Voir : Forum sur l'information et la démocratie (2020).

154 Mazzoli, E. and Tambini, D. (2020).

Les sections 19 et 20 du code soulignent l'importance d'une « conception sûre » dans l'architecture des services des plateformes, y compris leurs systèmes de recommandation, et invitent les plateformes à « reconnaître l'importance du potentiel de la technologie de provenance pour donner aux utilisateurs des outils leur permettant d'interroger la provenance et l'authenticité du contenu afin d'aider les utilisateurs à déterminer la véracité du contenu », en demandant aux plateformes de « renforcer leurs efforts dans le domaine de l'éducation aux médias, notamment pour protéger et autonomiser les groupes vulnérables ». ¹⁵⁵ Bien qu'elle ne soit pas mentionnée dans le code, la *Content Authenticity Initiative* ¹⁵⁶, une norme élaborée par Adobe, la BBC, Microsoft et *The New York Times*, est un exemple de technologie de provenance. Cette technologie intègre des métadonnées à l'intérieur des images, qui sont sécurisées par des signatures numériques, de sorte que les plateformes sont en mesure de détecter l'origine d'un fichier et de savoir s'il a été modifié sans autorisation. En outre, le Code « reconnaît l'impact significatif que les systèmes de recommandation ont sur le régime d'information des utilisateurs, et reconnaît donc que les systèmes de recommandation devraient être transparents et fournir aux utilisateurs la possibilité de modifier à tout moment leurs options préférées pour la manière dont l'information leur est recommandée ». ¹⁵⁷ S'il est correctement mis en œuvre, cet engagement pourrait donc permettre aux utilisateurs d'employer différents types de systèmes de recommandation qui ne soient pas uniquement basés sur les habitudes et les comportements de consommation passés, mais aussi sur la maximisation de la diversité d'exposition, ou la priorité donnée aux contenus dignes de confiance.

Alors que nous sommes encore dans le domaine de l'autorégulation et de ses lacunes, ces engagements pourraient être encore renforcés par un « droit de personnalisation de l'offre de médias audiovisuels » nouvellement introduit dans la proposition de règlement relative à la loi européenne sur la liberté des médias. ¹⁵⁸ Selon ce nouveau droit, les interfaces utilisateurs des plateformes doivent inclure une fonctionnalité permettant aux « utilisateurs de modifier librement et facilement les paramètres par défaut qui contrôlent ou gèrent l'accès et l'utilisation des services de médias audiovisuels proposés ». ¹⁵⁹

Ces solutions partent du principe que les utilisateurs utiliseront ces options, et envisagent donc un écosystème idéal d'utilisateurs avertis sur le plan technologique, capables de prendre des décisions éclairées sur leurs régimes d'information et de contenu. Ce n'est pas toujours le cas. Ainsi, les différents niveaux d'éducation aux médias et d'éducation numérique pourraient avoir un impact sur la mise en œuvre et le succès de ce type de mesures d'autonomisation des utilisateurs, exacerbant potentiellement les inégalités numériques existantes.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Le pluralisme est un catalyseur du droit d'accès et de réception des informations. Reconnaître qu'il existe un lien entre l'accès à des connaissances locales précises et opportunes et une société libre et démocratique.**
- > **Encourager l'adoption volontaire de standards ouverts relatifs à l'authenticité et la provenance des contenus, et commencer à utiliser ces technologies lors du développement et du partage de contenus gouvernementaux en ligne.**

¹⁵⁵ Commission européenne (2022a). 2022 Code de bonnes pratiques renforcé sur la désinformation. p. 18. Disponible à l'adresse suivante : <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>.

¹⁵⁶ Content Authenticity Initiative (2022). Disponible à l'adresse suivante : <https://contentauthenticity.org>.

¹⁵⁷ *Ibid.*

¹⁵⁸ Commission européenne (2022b). Législation européenne sur la liberté des médias - Proposition de règlement et recommandation. Disponible à l'adresse suivante : <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/european-media-freedom-act-proposal-regulation-and-recommendation>.

¹⁵⁹ *Ibid.*

> Soutenir les efforts visant à renforcer l'éducation aux médias des citoyens en concevant, en mettant en œuvre et en contrôlant le succès des programmes destinés aux citoyens de tous niveaux d'éducation.



RECOMMANDATIONS AUX **PLATEFORMES**

- > Adhérer aux principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme.
- > Concevoir et mettre en œuvre des outils pour améliorer les compétences médiatiques des utilisateurs afin qu'ils soient en mesure de prendre des décisions dans leur propre intérêt.
- > Prendre des mesures pour améliorer la mise en avant des informations faisant autorité et pour réduire l'importance de la désinformation et de la mésinformation, en se fondant sur des méthodes et des approches claires et transparentes élaborées de manière multipartite en collaboration avec la société civile, les gouvernements et d'autres acteurs concernés.
- > Adopter des normes et des technologies qui fournissent aux utilisateurs des outils pour vérifier la provenance et l'authenticité des informations, lorsque cela est possible.

4.4.3 SÉCURITÉ EN LIGNE, PRÉJUDICE ET RESPONSABILITÉ DES PLATEFORMES

La question de la responsabilité des plateformes pour les contenus qu'elles hébergent est particulièrement controversée. Les interventions dans ce domaine sont très variées et s'appuient souvent sur les cadres existants pour les médias audiovisuels et/ou les communications électroniques. Par exemple, en Afrique du Sud, la question de la responsabilité des intermédiaires n'est pas née des débats politiques sur les plateformes et les systèmes de recommandation, mais a été inscrite dans la loi de 2002 sur les communications et les transactions électroniques, ouvrant ainsi la voie à ce type de législation en Afrique.¹⁶⁰

Toutefois, on ne peut raisonnablement attendre des intermédiaires qu'ils aient connaissance de l'ensemble du contenu transmis, posté, partagé, distribué sur leurs services, en particulier compte tenu du rythme du changement et de l'immense base d'utilisateurs de plateformes telles que les réseaux sociaux. C'est pourquoi, dans de nombreux pays, il existe des limitations législatives de la responsabilité des intermédiaires.

Plus particulièrement, étant donné que de nombreuses grandes plateformes de communication ont leur siège aux États-Unis, la section 230 du *Communications Decency Act* dispose que : « Aucun fournisseur ou utilisateur d'un service informatique interactif ne doit être traité comme l'éditeur ou le locuteur d'une information fournie par un autre fournisseur de contenu d'information. »¹⁶¹ De même, dans la jurisprudence latino-américaine, si les intermédiaires ne sont pas totalement à l'abri de toute responsabilité, le principe général est qu'ils ne doivent pas être tenus pour responsables du contenu de tiers publié ou partagé sur leurs services. De même, dans l'Union européenne, la Directive sur le

160 Association pour le progrès des communications (2012). La responsabilité des intermédiaires de l'Internet au Nigeria, au Kenya, en Afrique du Sud et en Ouganda : Un terrain incertain. Disponible à l'adresse suivante : https://www.apc.org/sites/default/files/READY%20-%20Intermediary%20Liability%20in%20Africa_FINAL_0.pdf.

161 47 U.S.C. § 230. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.govinfo.gov/app/details/USCODE-2011-title47/USCODE-2011-title47-chap5-subchapII-partI-sec230/summary>.

commerce électronique « exonère les intermédiaires de toute responsabilité pour le contenu qu'ils gèrent s'ils remplissent certaines conditions », telles que la suppression ou la désactivation de l'accès au contenu illégal lorsqu'ils ont connaissance du caractère illégal du contenu hébergé.¹⁶² Ce bouclier reste dans la législation sur les services numériques.¹⁶³

En France, avec la loi de 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information,¹⁶⁴ les plateformes ne sont pas considérées comme responsables des contenus de désinformation postés par des tiers, mais de nouveaux pouvoirs d'intervention sont introduits en période électorale. Ils permettent par exemple aux juges de prendre des mesures proportionnées et nécessaires à l'encontre des fournisseurs d'accès à Internet et des services d'hébergement pour mettre fin à la diffusion de fausses informations dans les trois mois précédant une élection.¹⁶⁵



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Les plateformes et les fournisseurs de services associés (tels que les développeurs de systèmes de recommandation) devraient bénéficier d'une protection conditionnelle pour l'hébergement et/ou la recommandation de contenus générés par les utilisateurs ou provenant de l'extérieur. Toutefois, si certains contenus hébergés sur une plateforme et/ou promus par un système de recommandation causent un préjudice et/ou sont illégaux, et que les responsables ont eu un délai raisonnable pour traiter systématiquement le problème et ne l'ont pas fait, ils devraient être légalement responsables du préjudice qui en résulte.**
- > **Les gouvernements doivent travailler avec la société civile, l'industrie et les autres acteurs concernés pour déterminer ensemble ce qui constitue un « préjudice », tout en équilibrant et en respectant les droits de l'homme, y compris les droits à la liberté d'expression et à l'accès à l'information. À un niveau élevé, les contenus qui incitent à la violence, portent atteinte à la propriété intellectuelle ou ont été jugés par un tribunal comme communiquant des abus ou étant diffamatoires, répondent probablement à une définition du préjudice qui est également illégale.**



RECOMMANDATIONS AUX PLATEFORMES

- > **Ne pas recommander sciemment et intentionnellement ou ne pas amplifier un contenu dont la plateforme a été informée qu'il est nuisible.**
- > **Permettre aux utilisateurs et aux autres parties prenantes de signaler facilement les contenus préjudiciables, dans toutes les langues desservies par une plateforme, et examiner ces soumissions de manière rapide, mais approfondie.**

162 Commission européenne (2021). Directive sur le commerce électronique. Disponible à l'adresse suivante : <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/e-commerce-directive>.

163 Union européenne (2020), Article 12.

164 Assemblée nationale française (2018). Loi contre la manipulation de l'information.. Disponible à l'adresse suivante : https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/textes/115b0799_proposition-loi.

165 Union européenne DisinfoLab (2019). Ressources - France. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.disinfo.eu/resources/france-2/>.

4.5 ÉTUDE DE CAS EN AMÉRIQUE LATINE

Par Ana Laura Pérez, consultante associée, Observacom

L'Amérique latine est confrontée à des défis similaires à ceux du reste du monde, ainsi qu'à certains défis spécifiques, en termes de distribution d'informations diverses et équilibrées par les algorithmes d'indexation et de curation des plateformes numériques d'information et de communication.

CONTEXTE

Les experts consultés pour cette étude de cas indiquent que 2018 a été une année clé dans l'intégration dans le débat public de concepts tels que la distribution algorithmique, qui en était jusqu'alors absents. Toutefois, jusqu'à ce jour, ces conversations n'ont lieu qu'au sein d'un petit groupe de militants et de spécialistes des questions de liberté d'expression et d'environnements numériques.

En octobre 2019, une période d'agitation sociale a eu lieu en Équateur, au Chili et en Colombie. À la mi-octobre de cette année-là, le gouvernement chilien a décrété un couvre-feu pour un week-end, et des rapports faisant état de morts, de blessés et d'affrontements entre la police et les militants ont commencé à circuler activement. « Là-bas, nous avons vu beaucoup plus fréquemment que des centaines de personnes dénoncent la disparition et le blocage de contenus sur les réseaux sociaux », explique un militant.

En réponse, l'organisation *Datos Protegidos* a lancé une enquête pour analyser la distribution du contenu et sa portée. Cette enquête, conduite jusqu'en décembre 2019, a été remplie par des centaines d'organisations, de médias, de groupes et d'individus. Dans les mois qui ont suivi, des situations très similaires se sont produites dans d'autres pays du continent, générant de nombreuses plaintes pour retrait de contenu. L'organisation colombienne *Karisma* a utilisé la même méthode pour étudier les cas dans ce pays et a obtenu des résultats similaires.

DÉFIS

Le premier défi pour l'Amérique latine est le **manque de connaissances sur le phénomène** et son impact sur l'accès à l'information et la diffusion d'une diversité de voix. Cela se produit paradoxalement dans un continent profondément colonisé par les réseaux sociaux comme moyen de distribution de l'information. Selon le dernier *Digital News Report 2022* de l'Institut Reuters, près de 40 % des personnes consultées déclarent commencer leur recherche d'information sur les réseaux sociaux (39 %) ; dans des pays comme l'Argentine ou le Pérou, ces chiffres dépassent 60 %.¹⁶⁶

En ce sens, les experts que nous avons consultés soulignent le début d'un processus positif ces dernières années, dans lequel certains acteurs ont commencé à visualiser l'intervention des réseaux sociaux dans la distribution de l'information. Ils soulignent notamment les bouleversements sociaux survenus dans différents pays en 2018 et 2019, comme un tournant qui a mis en évidence l'influence de la distribution de contenus et son importance particulière en période de crise de l'information et de forte demande d'informations de qualité.

« Je pense que c'est l'élément principal que nous avons remarqué dans nos pays... En 2018, au Chili, il s'est produit un prélude à l'agitation sociale de 2019, qui était le mois de mai féministe dans les universités, quand il est devenu très important de comprendre cette dimension plus politique de la modération du contenu en ligne... Cela s'est produit lorsque des vidéos téléchargées sur des comptes féministes ont commencé à être supprimées, ou qu'il y a eu des épisodes d'invisibilisation du contenu comme le

¹⁶⁶ Newman, N. et al. (2022).

“*shadow banning*” et que les organisations se sont plaintes, mais sans trop comprendre ce qui se passait », a expliqué un expert.

Pour plusieurs des experts consultés, les outils disponibles pour la distribution de contenu sont mis à l'épreuve en période de crise de l'information, et ils échouent généralement. Cela implique qu'au moment même où la diversité des voix et l'accès à des informations fiables sont les plus nécessaires, cette possibilité est la plus menacée.

Les épisodes susmentionnés montrent également un autre défi pour l'Amérique latine et d'autres régions touchées par la distribution de contenu sur les plateformes. La rareté, et dans de nombreux cas **l'absence totale, de représentation légale des plateformes dans les pays d'Amérique latine** a un impact à bien des égards sur des questions telles que la distribution d'informations diverses et équilibrées sur le continent.

RECOMMANDATIONS ET CONCLUSIONS

Les experts consultés s'accordent à dire que le manque d'information et de transparence concernant les processus de distribution de contenus en ligne rend difficile la formulation de recommandations ou de suggestions visant à améliorer le pluralisme de l'information dans la distribution des contenus. Ils reconnaissent que, bien qu'il s'agisse d'un problème mondial, il est aggravé en Amérique latine parce que les plateformes, et leurs dirigeants, ne se sentent pas obligés par les gouvernements de donner un certain degré d'explication sur la manière dont ces outils sont appliqués, comme c'est le cas en Europe et aux États-Unis.

En ce sens, la première recommandation claire pour parvenir à une régulation est la **demande d'une plus grande transparence dans les processus de distribution des plateformes sociales, ainsi que « le poids des incitations économiques » dans la pondération des algorithmes qui définissent la portée.** « Lorsque la plateforme maximise l'engagement des personnes avec elle, le contenu le plus attractif est privilégié, et c'est généralement un contenu qui fait appel aux émotions et n'est pas nécessairement ancré dans les faits, qui répète et renforce des croyances pouvant être controversées et même fausses. Ce type de curation algorithmique devrait avoir un autre niveau de transparence », a affirmé un expert.

Les experts se demandent comment résoudre ce problème, s'il est possible d'esquisser quelques recommandations et, surtout, s'il est possible d'appliquer les stratégies utilisées sur d'autres continents, ou du moins de les utiliser comme point de départ. Certains des spécialistes consultés soulignent que pour l'Amérique latine, « il est difficile de générer quelque chose de propre parce que la logique de ces entreprises est la logique du marché », et qu'il existe peut-être **un moyen de faire approprié en créant des alliances entre pays pour créer quelque chose de similaire à la législation européenne**, dans le sens où elle couvre plus d'un territoire et reproduit ainsi la logique transnationale des plateformes elles-mêmes.

L'Amérique latine débat de la question de savoir si la réglementation doit inclure un poids plus important de l'État et de ses institutions dans les processus décisionnels des plateformes. Les experts ont mentionné **l'existence d'une forte méfiance objective (et subjective) envers la transparence et le rôle efficace de l'État dans de nombreux pays d'Amérique latine.** « Ce sont deux choses différentes qui doivent être prises en compte. Il existe en Amérique latine une méfiance à l'égard du rôle de l'État, c'est pourquoi il n'est pas recommandé de passer par un régulateur étatique pour les endroits où les institutions démocratiques présentent des faiblesses importantes et où le risque que cette régulation soit captée par des intérêts politiques est élevé et peut être dangereux. » D'autre part, « il existe une méfiance légitime de la part des citoyens et c'est un problème objectif. Ce n'est pas un problème de peur, mais le fait que

cette législation pourrait passer et être saisie pour être utilisée pour des résultats qui ne sont pas du tout positifs, parce qu'il y a un intérêt politique qui cherche à utiliser cela comme un mécanisme de censure », a averti un expert. En ce sens, pour les experts consultés, **l'Amérique latine est confrontée à un double défi : le fait que les gens n'aient pas confiance dans le rôle de l'État en tant que régulateur des plateformes et de leur distribution de contenus en ligne, et la peur que cette régulation finisse par être accaparée par des pouvoirs ou des gouvernements en place.**

III. CONSTRUIRE DES SYSTÈMES DE RECOMMANDATION RESPONSABLES

Les plateformes peuvent jouer un rôle unique et important en orientant l'attention humaine vers des actualités et des informations. Or, cette tâche est indissociable de la responsabilité sociale. Les plateformes ne relèvent pas actuellement ce défi, et les cadres réglementaires existants présentent des limites importantes. La nécessité de trouver de nouvelles voies pour obtenir un environnement d'information en ligne plus équitable, plus transparent et plus diversifié est au cœur de ce rapport. Les plateformes ne peuvent pas se soustraire à l'obligation de créer des systèmes de recommandation responsables, mais elles ne peuvent pas non plus atteindre cet objectif seules. La mise en place d'un cadre politique de corégulation qui soutient et encourage le pluralisme des médias et la sérendipité de l'information nécessitera une coopération juste et équitable entre les plateformes, les gouvernements, les médias et les autres acteurs non étatiques aux niveaux local, national et international.

Sur la base des informations recueillies lors de 85 entretiens avec des experts, de notre appel mondial à contributions et de recherches documentaires supplémentaires, nous avons identifié neuf solutions politiques potentielles qui devraient être au cœur de tout cadre visant à promouvoir le pluralisme et la diversité des informations dans les systèmes de recommandation algorithmique : (1) des structures d'incitation et des modèles commerciaux alternatifs, (2) des systèmes de recommandation ouverts et interopérables, (3) des principes de conception sûrs, (4) le respect de la vie privée, (5) l'autonomisation des utilisateurs grâce à de nouveaux contrôles et paramètres, (6) la sauvegarde de l'accès à des informations fiables, (7) la réponse aux préjudices réels causés par les désordres informationnels, (8) des réformes en matière de concurrence et d'antitrust, et (9) des réformes en matière de transparence et de responsabilité.

5. DE NOUVELLES VOIES POUR PROMOUVOIR LE PLURALISME ET LA DIVERSITÉ

5.1 CRÉER DES STRUCTURES D'INCITATION ET DES MODÈLES COMMERCIAUX ALTERNATIFS

Le problème central des plateformes de communication aujourd'hui est leur modèle économique capitaliste de surveillance. « L'Internet en tant que marché autorégulateur s'est révélé être une expérience ratée », écrit Shoshana Zuboff dans un article paru en 2021.¹⁶⁷ « Le capitalisme de surveillance laisse dans son sillage une traînée d'épaves sociales : la destruction en masse de la vie privée, l'intensification des inégalités sociales, l'empoisonnement du discours social par des informations défactualisées, la démolition des normes sociales et l'affaiblissement des institutions démocratiques. » Toute intervention qui ne tient pas compte des causes économiques fondamentales qui incite les plateformes à se comporter comme elles le font a de grandes chances d'échouer.

Comme les très grandes plateformes en ligne occupent une position dominante sur leurs marchés respectifs, leur monopolisation des informations et des comportements personnels leur permet de cibler les individus avec des messages et des publicités d'une granularité que les petits acteurs ne peuvent pas atteindre. Cela leur confère un pouvoir et une influence considérables. En raison des effets de réseau, les grandes plateformes sont également en mesure de recruter de nouveaux utilisateurs plus facilement que les petites plateformes, ce qui exacerbe encore le problème en empêchant l'émergence de nouveaux concurrents.¹⁶⁸ En réalité, il n'est pas possible d'abaisser les barrières à l'entrée pour les nouvelles plateformes, mais les décideurs politiques peuvent « diminuer et décentraliser » le pouvoir de contrôle des plateformes.¹⁶⁹ Une méthode pour y parvenir, proposée par l'organisation à but non lucratif de défense des droits de l'homme Article 19, consiste à dissocier l'hébergement du contenu de la curation du contenu sur les grandes plateformes. Ce faisant, un marché de systèmes de recommandation alternatifs pourrait émerger, débloquent une valeur économique à la fois pour la plateforme et pour le développeur du système de recommandation. Cela offre également aux utilisateurs des plateformes des alternatives viables aux systèmes de recommandation qui ne visent qu'à maximiser l'engagement et les profits, sans que les utilisateurs aient à migrer vers d'autres plateformes, où ils n'ont peut-être pas de connexions existantes.

Certaines normes minimales pour les systèmes de recommandation seraient nécessaires pour garantir qu'ils ne deviennent pas la proie des mêmes incitations économiques qui troublent le *statu quo*. Bien qu'il ne soit pas du ressort de ce groupe de travail de proposer de telles normes (celles-ci doivent être élaborées dans le cadre d'un processus consultatif et multipartite s'appuyant sur les cadres des droits de l'homme convenus au niveau international) d'autres comités et institutions ont proposé des normes

167 Zuboff, S. (2021). Vous êtes l'objet d'une opération secrète d'extraction. The New York Times. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.nytimes.com/2021/11/12/opinion/facebook-privacy.html>.

168 Stasi, M. L. (2021). Taming Big Tech. Article 19. p. 12. Disponible à l'adresse suivante : https://www.article19.org/wp-content/uploads/2021/12/Taming-big-tech_FINAL_8-Dec-1.pdf.

169 *Ibid*, p. 13.

de contenu de base qui peuvent servir de point de départ à de nouvelles discussions. Le *Markkula Center for Applied Ethics*, par exemple, a organisé une table ronde avec des universitaires, des représentants de plateformes et des représentants de médias, qui ont conclu que les systèmes de recommandation qui distribuent des informations devraient s'assurer que le contenu qu'ils fournissent « soulève des questions systémiques », « apporte de la visibilité aux voix historiquement exclues, socialement et économiquement marginalisées », et « élève les actes de journalisme provenant directement de personnes ayant des connaissances professionnelles ou expérimentales ». ¹⁷⁰ Il peut également y avoir un rôle pour l'investissement public dans le financement du développement et de la maintenance d'une alternative de système de recommandation d'intérêt public qui garantit la liberté d'expression et donne la priorité à la diversité d'exposition.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Ouvrir un dialogue citoyen pour déterminer quelles nouvelles chartes des droits, institutions ou cadres réglementaires pourraient être, le cas échéant, nécessaires pour garantir que la curation algorithmique des informations respecte les normes sociétales, les accords internationaux en matière de droits de l'homme et les attentes du public.**
- > **Discuter avec les plateformes d'un processus de séparation fonctionnelle entre l'hébergement de contenu et la curation de contenu sur les très grandes plateformes en ligne en (1) dissociant l'hébergement et la curation, et (2) en permettant aux utilisateurs de choisir leur(s) méthode(s) de curation.**
- > **Examiner la possibilité de fournir un financement public pour offrir une alternative publique significative aux systèmes de recommandation à but lucratif, afin que des connaissances locales précises et opportunes soient toujours disponibles.**
- > **Une autorité de contrôle devrait être habilitée à exercer une supervision indépendante des activités des plateformes et des systèmes de recommandation.**

En aval, et comme le souligne le chapitre 3, les modèles traditionnels de financement de l'information sont mis à mal à l'ère des plateformes algorithmiques. ¹⁷¹

Le public passant moins de temps à s'engager directement auprès des éditeurs et plus de temps sur les plateformes, les annonceurs sont passés des éditeurs aux plateformes comme principal support publicitaire. En bref, le modèle économique fondé sur la publicité, qui a financé de nombreux éditeurs tout au long du XX^e siècle, a désormais une viabilité limitée. ¹⁷² Comme expliqué par une équipe de recherche, ¹⁷³ le problème n'est « pas tant une perte de lecteurs, mais un modèle économique obsolète basé sur la publicité, combiné à des coûts opérationnels élevés qui rendent difficile de fournir les informations à la demande que comme le public le souhaite ». Certains grands éditeurs ont réussi à combiner la publicité traditionnelle et les revenus provenant des abonnements, mais la viabilité de cette formule est probablement limitée pour les petits éditeurs. Lors de nos entretiens avec les experts,

¹⁷⁰ Centre Markkula pour l'éthique appliquée (2022).

¹⁷¹ Picard, R. G. (2008). Changements dans les dépenses publicitaires des journaux et leurs implications pour l'avenir des journaux. *Journalism Studies*, 9(5), pp. 704-716.

¹⁷² Pour une exploration approfondie de cette tendance, voir : Picard, R.G. (2014). *Media Firms: Structures, Operations, and Performance*. Routledge.

¹⁷³ Kurpius, D. D., Metzgar, E. T. and Rowley, K. M. (2010). Soutenir les médias hyperlocaux : à la recherche de modèles de financement. *Journalism Studies*, 11(3), pp. 359-376.

certains ont exprimé le sentiment que les plateformes devraient financer le journalisme ou s'engager dans un certain degré de partage des bénéfices avec les créateurs de contenu. Bien qu'il n'y ait pas eu d'accord ou de consensus sur ce à quoi cela devrait ressembler, il y a eu accord sur le fait qu'au niveau du système, il est nécessaire d'avoir une boucle suffisante entre la création de contenu et les flux de contenu, afin que les créateurs soient en mesure de produire le contenu dont les plateformes ont besoin pour générer des revenus eux-mêmes.

Les experts ont également souligné que les médias d'information eux-mêmes portent une part de responsabilité dans la crise de leur modèle de financement, en n'ayant pas investi plus tôt dans des innovations en matière de modèle économique et en offrant leur contenu gratuitement, ce qui donne l'impression au public que le contenu des informations ne vaut pas la peine d'être payé. Certaines technologies émergentes, comme le protocole Interledger,¹⁷⁴ qui permet aux utilisateurs d'effectuer des micropaiements en continu vers des sites Web participants lorsqu'ils naviguent sur le Web et consomment du contenu médiatique, peuvent offrir aux organismes de médias de nouvelles sources de revenus qui méritent d'être davantage explorées.

Toutefois, comme pour les plateformes et leurs incitations commerciales mal adaptées, le problème auquel le secteur des médias est confronté pourrait résider dans leurs modèles d'entreprise et leurs structures de propriété. Les quatre principaux modèles de propriété dans l'industrie des médias sont les suivants : (1) propriété privée, (2) propriété publique, (3) propriété sans but lucratif, et (4) propriété des employés.¹⁷⁵ Chaque modèle de propriété est associé à des conditions économiques et managériales différentes, telles que des incitations à la croissance, des incitations à la rentabilité et des incitations à la durabilité. Bien qu'« il n'existe pas de forme parfaite de propriété des journaux », les médias publics peuvent jouer un rôle essentiel dans le maintien d'un écosystème médiatique pluraliste, en offrant une plateforme aux voix traditionnellement exclues.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Étant donné que l'argent créé et dérivé des investissements dans les contenus revient en grande partie aux plateformes, celles-ci devraient déterminer, avec les États, ce qui, au niveau du système, crée une boucle suffisante pour poursuivre les investissements dans les contenus journalistiques.**
- > **Les gouvernements devraient identifier les moyens de financer les contenus d'intérêt public, tels que le journalisme local, par le biais de taxes ou d'autres surtaxes imposées aux très grandes plateformes en ligne.**

¹⁷⁴ Voir : <https://interledger.org/rfcs/0003-interledger-protocol/> .

¹⁷⁵ Picard, R.G. and Van Weezel, A. (2008). Capital et contrôle : Conséquences des différentes formes de propriété des journaux. The International Journal on Media Management, 10(1), pp. 22-31.

5.2 SYSTÈMES DE RECOMMANDATION OUVERTS ET INTEROPÉRABLES

Les caractéristiques fermées et privées des plateformes les plus utilisées aujourd'hui offrent des pistes pour construire des systèmes plus responsables. Pour reprendre la terminologie de Richard Whitt,¹⁷⁶ les plateformes pourraient être centrées sur « l'autonomie et la capacité d'action humaine, via des systèmes informatiques » plutôt que sur « la surveillance, l'extraction, l'analyse et la manipulation » - HAACS (Human Autonomy and agency, via computational systems) plutôt que SEAM (Surveillance, extraction, analyse, et manipulation). L'interopérabilité est l'une des voies possibles pour permettre une plus grande autonomie et une plus grande action de l'homme.

L'interopérabilité peut être définie comme « la capacité de transférer et de restituer des données et autres informations utiles entre systèmes, applications ou composants ».¹⁷⁷ Le courrier électronique offre un exemple utile d'interopérabilité. Les gens peuvent envoyer des courriels à partir de différents appareils (mobiles ou de bureau, par exemple), en utilisant différents fournisseurs de services Internet (comme par exemple Xfinity ou AT&T) et, surtout, différents serveurs de messagerie. Qu'une personne utilise Gmail, Yahoo! Mail, ProtonMail, un serveur personnel ou tout autre chose, ils peuvent échanger des messages avec n'importe quelle autre adresse électronique grâce aux protocoles de communication partagés (tels que le *Simple Mail Transfer Protocol*). D'autres exemples populaires d'interopérabilité sont les normes ouvertes telles que le langage de balisage hypertexte (HTML, hypertext markup language), les graphiques de réseau portables (PNG, portable network graphics), le format de document portable (PDF, *portable document format*) et le protocole Internet (IP, Internet protocol). Comme pour le courrier électronique, ces normes établissent des protocoles partagés qui peuvent être utilisés par tout acteur.

Actuellement, les systèmes de recommandation manquent de protocoles partagés et d'une interopérabilité significative entre les plateformes. Par exemple, le fil d'actualité de Facebook indexe et classe uniquement le contenu de Facebook, la Timeline de Twitter indexe et classe uniquement les tweets, et YouTube indexe et classe uniquement les vidéos publiées sur YouTube.

Les systèmes de recommandation interopérables pourraient contribuer à promouvoir le pluralisme de l'information de plusieurs manières, notamment en favorisant la concurrence. Au lieu que chaque plateforme individuelle représente un système de recommandation unique attaché à un silo de contenu, les plateformes et autres acteurs pourraient se faire concurrence pour fournir des recommandations pertinentes, et le public pourrait facilement choisir le système qu'il préfère. L'interopérabilité pourrait également permettre aux gens de choisir qui a accès à leurs données personnelles, et de migrer vers les systèmes préférés avec des coûts de changement minimes.

Il convient de souligner que l'interopérabilité des systèmes de recommandation a pour but de donner au public plus de choix et d'autonomie en matière de *curation*, et pas nécessairement en matière de contenu. Il existe déjà une surabondance de choix en matière de contenu, mais un petit nombre d'entreprises possèdent et exploitent les systèmes de recommandation qui sélectionnent ce contenu pour le public. Cela se traduit par des choix restreints et une concurrence limitée - des obstacles majeurs pour les marchés libres.

176 Whitt, R. (2021). Hacking the SEAMs: Elevating Digital Autonomy and Agency for Humans (Pirater les SEAM : Améliorer l'autonomie et la capacité d'action numériques pour les humains). Colorado Technology Law Journal. Disponible à l'adresse suivante : <https://ctlj.colorado.edu/?p=720>. (Consulté le : 1er septembre 2022.)

177 Gasser, U. (2015). Interoperability in the Digital Ecosystem (L'interopérabilité dans l'écosystème numérique.) Disponible à l'adresse suivante : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2639210. (Consulté le 8 novembre 2022.)

En termes économiques, les exigences d'interopérabilité pourraient contrecarrer les effets de réseau et créer une concurrence plus équitable pour atteindre les audiences. Les structures existantes et les effets de réseau ont rendu les grandes plateformes plus grandes et plus prospères, tout en rendant de plus en plus difficile la participation de nouvelles plateformes ou de plateformes plus petites.

Il convient de noter que des entreprises ont créé des normes pour le contenu des actualités, notamment les articles instantanés de Facebook, l'API d'actualités d'Apple (*Apple news API*) et les pages mobiles accélérées (AMP, *accelerated mobile pages*) de Google. Ces normes permettent aux plateformes d'intégrer des contenus d'actualité dans leur propre inventaire, mais elles ne permettent pas l'interopérabilité. Dans le cas de l'API d'actualités d'Apple, par exemple, Apple garde le contrôle total de ce qui est recommandé au public : seul Apple peut accéder à l'inventaire des articles pour l'indexation et la curation. Le cas est similaire pour les articles instantanés de Facebook, mais les pages mobiles accélérées de Google sont plus nuancées.

AMP est un cadre open-source, de sorte que tout éditeur peut adopter la norme pour être inclus et priorisé dans les systèmes de recommandation de Google. Mais l'ouverture de cette norme est compliquée par le rôle prépondérant de Google dans l'hébergement, le rendu et la recommandation de contenu. Les responsables des médias ont fait remarquer¹⁷⁸ qu'à mesure que le trafic de recherche mobile est hébergé par Google via AMP, les éditeurs perdent le contrôle de l'interface utilisateur, de la monétisation et d'autres aspects de la distribution du contenu.

Certains efforts précoces ont visé un plus grand niveau d'interopérabilité pour les plateformes de réseaux sociaux. L'un de ces efforts est le projet *BlueSky*,¹⁷⁹ dont l'objectif déclaré est de créer « une nouvelle base pour le réseautage social qui donne aux créateurs l'indépendance vis-à-vis des plateformes, aux développeurs la liberté de construire et aux utilisateurs le choix de leur expérience ». *BlueSky* a développé un protocole ouvert¹⁸⁰ qui prend en charge la gestion des identités, les référentiels de données, les comptes d'utilisateurs, la modération et les algorithmes de curation. Ces normes favorisent une participation ouverte au réseau social qui ne nécessite pas d'intermédiaire central comme Twitter ou Facebook.

L'élément le plus pertinent pour le présent rapport est la prise en charge par le protocole AT (*Authenticated Transfer*) du « choix algorithmique » avec « un marché ouvert d'algorithmes ». Plutôt que de compter sur une seule entreprise pour développer un système de recommandation qui fonctionne pour tout le monde, une norme ouverte comme AT permettrait à d'autres acteurs de développer des systèmes de recommandation, de les proposer sur une sorte de marché et de permettre aux gens de choisir le système de recommandation qu'ils préfèrent. Cela favoriserait la concurrence en permettant aux gens de choisir des systèmes de recommandation conçus pour des objectifs autres que ceux poursuivis par les entreprises technologiques privées.

Une récente « migration de plateforme » permet d'illustrer les pièges de la conception de plateformes fermées, ainsi que les avantages potentiels des systèmes de recommandation interopérables. Après le rachat de Twitter par Elon Musk fin octobre 2022,¹⁸¹ Mastodon a indiqué que le nombre d'utilisateurs actifs avait triplé dans les deux semaines qui ont suivi.¹⁸² Cependant, à mesure que les utilisateurs migraient vers Mastodon, les utilisateurs de longue date exprimaient leur frustration face à cet afflux,¹⁸³

178 Ingram, M. (2016). Google Says It Wants to Help Publishers Fight Facebook (Google dit vouloir aider les éditeurs à lutter contre Facebook). Fortune. Disponible à l'adresse suivante : <http://fortune.com/2016/08/16/google-publishers-amp/>.

179 See: <https://blueskyweb.xyz/>.

180 See: <https://atproto.com/>.

181 Paul, K. and Milmo, D. (2022). Elon Musk Completes Twitter Takeover and 'Fires Top Executives' (Elon Musk finalise le rachat de Twitter et « licencie les cadres supérieurs »). The Guardian. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.theguardian.com/technology/2022/oct/27/elon-musk-completes-twitter-takeover>.

182 Mastodon (2022). Twitter post. Disponible à l'adresse suivante : <https://twitter.com/joinmastodon/status/1591519312338210816>.

183 Ingram, M. (2022). Journalists Want to Re-Create Twitter on Mastodon. Mastodon is Not Into it (Les journalistes veulent recréer Twitter sur

et les serveurs populaires connaissaient des interruptions de service.¹⁸⁴ Les nouveaux utilisateurs ont également exprimé diverses frustrations et difficultés liées à la facilité d'utilisation, à l'absence de célébrités, d'influenceurs et de représentants du gouvernement très en vue, ainsi qu'à des fonctionnalités qu'ils appréciaient sur Twitter, mais qui sont absentes de Mastodon (comme la découverte de nouvelles personnes à suivre, la création de listes d'utilisateurs et la recherche de contenu d'un utilisateur).¹⁸⁵ D'autres ont également exprimé des inquiétudes quant à l'approche fédérée de Mastodon. Un utilisateur a été arbitrairement suspendu pour être capitaliste,¹⁸⁶ et d'autres ont exprimé des inquiétudes quant au manque de modération du contenu qui permet aux discours de haine de proliférer.¹⁸⁷



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

> Exiger que les plateformes mettent en œuvre des mesures d'interopérabilité.

- ◆ Les États devront fournir des orientations pour aider les plateformes à définir le(s) format(s), la fréquence des données à inclure et l'étendue des données à transférer. D'une manière générale, le champ d'application devrait être suffisamment large pour permettre aux utilisateurs de changer de plateforme sans encourir de coûts de changement intolérables.

> Fournir des orientations sur la mesure dans laquelle les plateformes sont censées garantir la sécurité des informations personnelles qui sont transférées entre deux plateformes ou services indépendants.

> Aider les personnes à prendre des décisions éclairées sur les risques liés au transfert de leurs informations personnelles d'une plateforme à une autre, et recommander des mesures appropriées pour aider les personnes à accomplir cette fonction en toute sécurité et en toute simplicité.



RECOMMANDATIONS AUX PLATEFORMES

> Coopérer avec d'autres acteurs du secteur, la société civile et les autorités de contrôle afin d'élaborer des normes interopérables permettant de mettre en œuvre de manière sûre et efficace le droit à la portabilité des données prévu par les lois et la réglementation en vigueur en matière de protection des données.

Mastodon. Mastodon n'apprécie guère). Columbia Journalism Review. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.cjr.org/analysis/journalists-want-to-recreate-twitter-on-mastodon-mastodon-is-not-into-it.php>.

184 Perez, S. (2022). Mastodon's Microblogging App Saw a Record Number of Downloads After Musk's Twitter Takeover (L'application de microblogging de Mastodon a connu un nombre record de téléchargements après le rachat de Twitter par Musk). TechCrunch. Disponible à l'adresse suivante : <https://techcrunch.com/2022/10/31/mastodons-microblogging-app-saw-a-record-number-of-downloads-after-musks-twitter-takeover/>.

185 Shrivastava, R. (2022). Mastodon Isn't A Replacement For Twitter — But It Has Rewards Of Its Own. (Mastodon n'est pas un substitut de Twitter, mais il a ses propres avantages). Forbes. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.forbes.com/sites/rashishrivastava/2022/11/04/mastodon-isnt-a-replacement-for-twitter-but-it-has-rewards-of-its-own>.

186 Karapetsas, E.. (2022). Twitter post. Disponible à l'adresse suivante : <https://twitter.com/LefterisJP/status/1593934653114785793>.

187 Barro, J. (2022). Publication Twitter. Disponible à l'adresse suivante : <https://twitter.com/jbarro/status/1594035527166341120>.

5.3 CONCEPTION SÛRE

Si l'interopérabilité peut donner aux utilisateurs un plus grand choix dans les systèmes de recommandation qu'ils utilisent, une question demeure : quel type de conception permet de créer des systèmes sûrs et pluralistes que les utilisateurs préféreront ? Ces options de conception sûres ne doivent pas nécessairement être révolutionnaires : des alternatives sont déjà disponibles, et certaines organisations ont expérimenté différents systèmes de recommandation. Par exemple, ces dernières années, les médias de service public ont essayé de développer des systèmes de recommandation alternatifs pour leurs propres services afin de concilier la personnalisation et la sélection de leurs services en ligne avec leurs missions de service public d'universalité et de diversité.¹⁸⁸

Parmi les exemples, citons le système de recommandation PEACH de l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER), qui fournit aux médias de service public un flux de travail prêt à l'emploi pour collecter et traiter de manière pratique les données relatives à l'audience, de sorte que des recommandations ciblées puissent être fournies aux visiteurs sur le site web du média de service public.¹⁸⁹ Dans le cadre de ce projet, l'Union Européenne de Radio-Télévision a mis au point une sélection d'algorithmes qui peuvent être utilisés.¹⁹⁰ Au-delà des algorithmes typiques qui s'appuient sur le filtrage générique basé sur le contenu et le filtrage collaboratif pour fournir des résultats, ils ont développé ce qui est défini comme un « algorithme diversifié ».¹⁹¹

L'objectif de l'algorithme diversifié est de recommander du contenu qui élargira l'horizon de l'utilisateur, optimisant ainsi ses recommandations pour la diversité d'exposition. Cet algorithme accorde des scores plus élevés aux contenus appréciés par d'autres utilisateurs similaires à la personne concernée, en partant du principe que les deux personnes ont des goûts similaires, mais il sélectionne également les éléments les plus différents les uns des autres parmi ces éléments à scores élevés.¹⁹² De cette façon, l'ensemble de recommandations qui en résulte devrait être à la fois diversifié et pertinent pour les utilisateurs. L'utilisation de ce type d'algorithme comme paramètre de conception sûr dans les systèmes de recommandation pourrait être un moyen d'équilibrer le besoin de contenus d'information pertinents, mais aussi divers et pluralistes.

Des efforts similaires peuvent être observés dans les systèmes commerciaux de recommandation. L'algorithme de lecture aléatoire de Spotify, par exemple, utilise une méthode appelée « *dithering* » pour accroître la diversité de son algorithme de lecture aléatoire des chansons.¹⁹³ Plutôt que d'utiliser une méthode de brassage entièrement aléatoire, le *dithering* combine des règles déterministes (par exemple, deux chansons du même artiste ne peuvent apparaître à la suite) avec un tri aléatoire. YouTube utilise également des méthodes hybrides pour accroître la diversité des recommandations vidéo en combinant règles et randomisation.¹⁹⁴

Un autre aspect de la conception sûre pour les systèmes de recommandation implique des mesures alternatives pour le classement. Comme décrit tout au long de ce rapport, les systèmes de recommandation qui pilotent les plateformes algorithmiques dominantes sont souvent optimisés en fonction de leurs intérêts commerciaux tels que la rétention et l'engagement des utilisateurs. Cependant, les chercheurs

188 Sørensen, J.K. and Schmidt, J.H. (2016). An Algorithmic Diversity Diet? Questioning Assumptions behind a Diversity Recommendation System for PSM. An Algorithmic Diversity Diet? (Un régime de diversité algorithmique ? Remise en question des hypothèses derrière un système de recommandation de la diversité pour le GSP). Dans : RIPE@2016 Conference: Public Service Media In A Networked Society. Disponible à l'adresse suivante : <https://vbn.aau.dk/en/publications/an-algorithmic-diversity-diet-questioning-assumptions-behind-a-di>.

189 Voir : <https://peach.ebu.io/products/recommendation-service/>.

190 Voir : <https://peach.ebu.io/technical/introduction-algorithms/>.

191 Voir : <https://peach.ebu.io/technical/tutorials/algorithms/diversified/>.

192 *Ibid.*

193 Poláček, L. (2014). Comment mélanger les chansons ? Spotify. <https://engineering.atspotify.com/2014/02/how-to-shuffle-songs/>.

194 Wilhelm, M., Ramanathan, A., Bonomo, A., Jain, S., Chi, E. H., and Gillenwater, J. (2018). Practical Diversified Recommendations on YouTube with Determinantal Point Processes. (Recommandations pratiques diversifiées sur YouTube avec des processus ponctuels déterminants). Dans Proceedings of the 27th ACM International Conference on Information and Knowledge Management. pp. 2165-2173.

ont proposé et étudié des alternatives prometteuses. Par exemple, un « système de classement basé sur les passerelles » pourrait récompenser activement un article qui « aide les parties opposées à se comprendre ». ¹⁹⁵ De même, Jonathan Stray explore les tentatives de YouTube et de Facebook d'intégrer le bien-être de la communauté dans les paramètres d'évaluation des systèmes de recommandation. ¹⁹⁶ Ces efforts démontrent le potentiel de la « conception d'algorithmes sensibles aux valeurs » pour les systèmes de recommandation, ¹⁹⁷ y compris les systèmes conçus autour des valeurs journalistiques pour promouvoir des informations de haute qualité. ¹⁹⁸ La conception sensible aux valeurs pour les systèmes de recommandation permettrait d'étendre les travaux plus généraux visant à intégrer les valeurs humaines dans les systèmes informatiques. ¹⁹⁹

Lors des entretiens, les experts ont souligné qu'il était important que le système de recommandation par défaut soit adapté à une utilisation généralisée, car de nombreux utilisateurs de plateformes ne modifient pas les paramètres par défaut. Bien qu'il n'y ait pas eu d'accord sur ce qu'un tel paramètre par défaut devrait être, les idées mentionnées comprenaient le système de recommandation par défaut montrant les articles dans l'ordre chronologique inverse (en d'autres termes, ne reposant pas sur la curation algorithmique), un système de recommandation financé par des fonds publics, ou un système choisi au hasard parmi tous les systèmes de recommandation disponibles, avec une information et une éducation offertes à l'utilisateur sur comment et pourquoi il voit un certain contenu.

Les experts ont également déclaré que les plateformes devraient être plus directes avec les utilisateurs lorsqu'ils interagissent avec des bots. Bien que de nombreux bots soient inoffensifs ou même utiles, comme un robot fournissant des prévisions météorologiques, il est possible que les bots gonflent artificiellement les taux d'engagement du contenu. Un expert a déclaré qu'il devrait y avoir des limites raisonnables et appliquées concernant le nombre de comptes qu'un utilisateur peut ouvrir sur une plateforme afin de minimiser l'engagement artificiel (« Personne n'a le droit naturel d'envoyer 20 000 Tweets par minute à partir de 1 000 comptes différents »). Même si de telles limites peuvent être difficiles à appliquer et que les plateformes essaient déjà de détecter et de limiter certains bots, ce principe directeur a été généralement soutenu par les experts interrogés.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Le système de recommandation par défaut doit être soit (1) sélectionné au hasard dans la boutique « système de recommandation », soit (2) non algorithmique.**
- > **Tous les bots ou activités non humaines sur une plateforme doivent être étiquetés et identifiables.**
- > **Les plateformes devraient faire des efforts sincères pour détecter et éliminer l'engagement artificiel des bots sur leurs services.**

195 Ovadya, A. (2022). Can Algorithmic Recommendation Systems Be Good For Democracy? (Les systèmes de recommandation algorithmique peuvent-ils être bons pour la démocratie ?) Tech Policy Press. Disponible à l'adresse suivante : <https://techpolicy.press/can-algorithmic-recommendation-systems-be-good-for-democracy/>.

196 Stray, J. (2020). Aligning AI Optimization to Community Well-Being (Aligner l'optimisation de l'IA sur le bien-être de la communauté). *International Journal of Community Well-Being*, 3(4), pp. 443-463.

197 Zhu, H., Yu, B., Halfaker, A. and Terveen, L. (2018). Value-Sensitive Algorithm Design: Method, Case Study, and Lessons. (Aligner l'optimisation de l'IA sur le bien-être de la communauté : méthode, étude de cas et leçons) *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 2(CSCW), pp. 1-23.

198 Diakopoulos, N. (2019). Towards a Design Orientation on Algorithms and Automation in News Production. (Vers une orientation de conception sur les algorithmes et l'automatisation dans la production de nouvelles). *Digital Journalism*, 7(8), pp. 1180-1184.

199 Friedman, B., Kahn, P.H., Borning, A. and Hultgren, A. (2013). Value Sensitive Design and Information Systems. (Conception et systèmes d'information sensibles à la valeur.) Dans *Early Engagement and New Technologies: Opening up the Laboratory*. Springer, Dordrecht. pp. 55-95.

> **Les plateformes devraient publier périodiquement des rapports indiquant le nombre de comptes soupçonnés d'être fictifs, la manière dont cette évaluation a été faite et comment ces soupçons ont été validés.**



RECOMMANDATIONS AUX **PLATEFORMES**

- > **Soutenir ou développer des systèmes de recommandation qui favorisent la sérendipité et la diversité des expositions.**
- > **Expliquer aux utilisateurs pourquoi ils voient certains contenus et leur donner des conseils sur la façon de personnaliser les recommandations qu'ils voient.**
- > **Étiqueter toute activité des bots de manière claire et accessible.**
- > **Mettre en œuvre des politiques raisonnables d'« utilisation équitable » pour limiter la capacité des robots et autres faux comptes à augmenter artificiellement l'engagement envers le contenu.**

5.4 VIE PRIVÉE

Les cadres existants en matière de vie privée et de protection des données imposent déjà des restrictions sur le ciblage et le profilage. Cependant, ces instruments ne sont pas suffisamment appliqués. Si ces lois et règlements étaient appliqués, il est possible que le modèle économique innovant des plateformes les rende moins dépendantes des publicités ciblées pour leurs revenus. Il n'entre pas dans les attributions de ce groupe de travail de spéculer de manière exhaustive sur ce à quoi ces modèles commerciaux pourraient ressembler, mais lors des entretiens, les experts ont émis l'hypothèse qu'une évolution du capitalisme de surveillance vers des abonnements, par exemple, pourrait réduire le problème de la désinformation et de la mésinformation. D'autres experts ont rétorqué que cette question était, selon eux, fondée sur de fausses hypothèses, car les plateformes tirent leur valeur marchande surdimensionnée de leurs capacités de profilage et de ciblage.

Si, aussi hypothétique que soit ce scénario, les plateformes adoptaient des modèles commerciaux fondés sur des capacités publicitaires moins ciblées, elles n'auraient plus besoin de collecter des volumes aussi importants d'informations personnelles pour établir des profils détaillés et personnels des utilisateurs. Le problème, selon un expert, devrait être : de quels éléments de données les entreprises ont-elles véritablement besoin pour cibler efficacement les publics visés avec leurs produits ? Il s'agit d'une question à la portée plus restreinte que celle souhaitée par les publics politiques, qui serait trop invasive. Une approche plus sectorielle du profilage des utilisateurs peut aider les plateformes à se conformer aux principes fondamentaux de la législation sur la protection des données concernant la minimisation des données et la proportionnalité. Cela ne résoudrait pas nécessairement les problèmes liés aux modèles commerciaux défectueux et aux mauvaises incitations, mais pourrait contribuer à un écosystème d'information plus sain en réduisant l'intrusion de publicités politiques hyper-personnalisées.

La vie privée est à bien des égards intimement liée au choix et au contrôle de l'utilisateur. Si la notion de « notification et de consentement » est aujourd'hui considérée comme dépassée dans le domaine de la protection de la vie privée et des données (parce qu'elle fait peser la charge de la protection de la vie privée sur la personne concernée, à qui l'on demande d'« accepter » un texte interminable de conditions

générales d'utilisation sans avoir d'autre choix que de cliquer sur « accepter »), l'équation est tout autre lorsque les utilisateurs ont réellement la possibilité et la liberté de faire un choix éclairé et différencié.

Certains utilisateurs plus avancés ont déjà mis en place des contrôles de confidentialité au niveau du navigateur pour signaler leurs attentes en matière de confidentialité aux sites Web entrants.²⁰⁰ Cependant, les plateformes et/ou les systèmes de recommandation ne détectent pas ou ignorent ces balises de confidentialité.

Lors de nos entretiens, les experts ont exprimé la crainte qu'une trop grande granularité ne laisse les utilisateurs tellement confus et dépassés qu'ils risquent de ne pas prendre de décisions dans leur meilleur intérêt. Toutefois, les experts ont également convenu comme principe directeur que le choix et le contrôle sont un objectif souhaitable. (Voir la section 5.5 pour une discussion plus approfondie sur ce que pourraient être le choix et le contrôle)



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Il incombe aux autorités chargées de la protection des données de faire appliquer les lois et règlements relatifs à la protection de la vie privée et des données dans leur juridiction de manière équitable et uniforme.**



RECOMMANDATIONS AUX PLATEFORMES

- > **Respecter les lois sur la confidentialité et la protection des données.**
- > **Si un utilisateur a configuré un contrôle de confidentialité au niveau du navigateur, ces signaux doivent être reconnus et respectés par les plateformes et les systèmes de recommandation.**
- > **Déterminer les éléments de données dont les entreprises ont véritablement besoin pour cibler leurs publicités sur des segments de population. Évaluer soigneusement quelles informations démographiques peuvent être utilisées sans entraîner de discrimination.**
- > **Il est recommandé de ne pas permettre aux campagnes politiques ou aux acteurs politiquement affiliés de choisir un public particulier dans la société pour le cibler avec des publicités personnalisées.**

5.5 DONNER DU POUVOIR AUX UTILISATEURS

Comme le souligne le chapitre 3, les systèmes de recommandation jouent un rôle essentiel en influençant la distribution, l'accès et la découverte de contenu. Si le fait de disposer d'options de conception sûres pourrait constituer une véritable alternative aux systèmes dominants actuels, toute intervention dans cet espace doit tenir compte des impacts potentiels que les différents types d'architecture de choix peuvent avoir sur la restriction de la liberté de choix des utilisateurs, qu'il s'agisse d'interférences d'origine privée ou étatique.²⁰¹

²⁰⁰ Voir, par exemple : <https://globalprivacycontrol.org/>.

²⁰¹ Mazzoli and Tambini (2020).

Une autre façon de favoriser la pluralité de l'information et des médias d'information en ligne, tout en respectant le choix des utilisateurs, est de donner aux utilisateurs plus de pouvoir et de contrôle sur le contenu qu'ils voient. Cela peut se faire par différents moyens, allant d'une transparence accrue à des choix plus conscients de la part des utilisateurs, en passant par le droit de personnaliser sa propre offre de contenu.

La transparence est certainement la première étape. Les régulateurs et les décideurs politiques introduisant de nouvelles obligations pour les plateformes dans ce domaine (voir section 4.1.1), il est essentiel de veiller à ce que ces nouvelles exigences couvrent à la fois les processus de modération et de curation des contenus. Une plus grande transparence sur les critères utilisés pour recommander du contenu sensibilisera les utilisateurs et leur permettra de mieux connaître les possibilités de personnalisation de ces systèmes.

En outre, les utilisateurs doivent pouvoir choisir des systèmes alternatifs, et pouvoir accepter ou refuser les paramètres par défaut. Ce choix peut être facilité par des systèmes de recommandation interopérables (voir section 5.2) et par la disponibilité d'alternatives de conception sûres (voir section 5.3). La législation européenne sur la liberté des médias (*European Media Freedom Act*, EMFA) récemment proposée décrit cela comme « le droit à la personnalisation ». Si elle est adoptée, elle exigera des plateformes qu'elles permettent aux utilisateurs de modifier facilement les paramètres par défaut et de gérer l'accès aux services médiatiques afin de les personnaliser en fonction de leurs intérêts ou de leurs préférences.²⁰² Comme l'a également souligné le régulateur britannique Ofcom dans un rapport récent,²⁰³ un « droit de personnalisation » pourrait concerner non seulement les systèmes de recommandation, mais aussi des systèmes plus larges d'architecture de choix, exigeant, par exemple, que les plateformes « varient la manière dont les choix sont présentés à leurs utilisateurs et leur fournissent périodiquement des options sur la conception globale de leurs flux d'informations ».

La promotion du choix conscient²⁰⁴ est également une étape importante de ce processus, et peut être réalisée de différentes manières. Par exemple, les plateformes peuvent améliorer l'étiquetage des fournisseurs et du contenu partagé sur leurs services en indiquant si un fournisseur est affilié à un gouvernement ou à un parti politique spécifique, ou en signalant le contenu identifié par un vérificateur de faits (*fact checkers*) externe comme étant de la désinformation ou de la mésinformation. Même si ces mesures n'empêchent pas les consommateurs de lire, d'accéder ou de partager le contenu signalé, elles les alertent sur sa nature. Des plateformes comme Twitter ont expérimenté des mesures de ce type en demandant aux utilisateurs de cliquer sur un lien vers un article d'actualité avant de pouvoir le partager à nouveau, et WhatsApp, sur certains marchés (comme l'Inde), limite le nombre de fois qu'un utilisateur peut transférer un message grâce à sa fonction de « transfert rapide », afin de signaler que le comportement de l'utilisateur est problématique. Il s'agit d'expérimentations importantes, mais en fin de compte, un étiquetage précis et la divulgation significative d'informations auxquelles les utilisateurs peuvent se fier pour se forger une opinion sur une source d'information nécessiteront un niveau plus élevé de transparence sur les structures de propriété et le financement de ces mêmes fournisseurs d'informations, et cela varie considérablement. Des normes telles que la Journalism Trust Initiative (JTI), ou des initiatives comme NewsGuard et The Trust Project peuvent également soutenir les activités des plateformes dans ce domaine. Selon les experts interrogés, lorsque les utilisateurs prennent des décisions conscientes sur une plateforme, ces décisions doivent être déployées par défaut sur toutes les plateformes lorsque cela est possible. Cela ne devrait pas être obligatoire, car les gens peuvent souhaiter visualiser des contenus différents sur des plateformes différentes, mais cela devrait être une possibilité.

202 Commission européenne (2022b), Article 19.

203 Ofcom (2022). Pluralité des médias et Nouvelles en ligne. pp. 50-51. Disponible à l'adresse suivante : https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0030/247548/discussion-media-plurality.pdf.

204 *Ibid.* p.51

Par exemple, si un utilisateur choisit de ne pas voir certains contenus sur Facebook, sa préférence devrait également pouvoir s'appliquer à Instagram, l'autre plateforme algorithmique de Meta, s'il le souhaite.

Les compétences médiatiques et numériques sont fondamentales pour que non seulement les utilisateurs les plus férus de technologie bénéficient d'options alternatives et d'une transparence accrue, mais aussi pour que ces solutions soient accessibles et compréhensibles par le grand public. Comme nous l'avons souligné dans notre appel à contributions, recommander des investissements dans l'éducation aux médias et à la culture numérique est un argument récurrent dans les débats politiques, et c'est un argument important. L'éducation aux médias et au numérique est un tremplin fondamental pour le bon fonctionnement d'une démocratie libérale, et elle est essentielle pour tous, des enfants aux adultes et aux personnes âgées. Nous ne pouvons pas partir du principe que les gens connaissent les tenants et aboutissants de ce qu'ils voient lorsqu'ils consultent des informations sur différentes plateformes : le niveau de compréhension des algorithmes et des systèmes de recommandation par les utilisateurs est très variable, et il est essentiel de renforcer ces connaissances pour accroître, informer et éduquer la population dans son ensemble si nous voulons vraiment donner aux utilisateurs les moyens de faire des choix plus conscients. .



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > **Investir dans des programmes d'éducation aux médias et d'éducation numérique qui donnent à tous les individus les outils nécessaires pour (1) faire des choix conscients en ligne, (2) comprendre ce qui est digne de confiance et ce qui ne l'est pas, et (3) être capable de tirer parti de la transparence accrue des systèmes des plateformes pour leur propre bénéfice.**



RECOMMANDATIONS AUX **PLATEFORMES**

- > **Les plateformes et les systèmes de recommandation devraient divulguer à l'utilisateur les critères de sélection qui ont déterminé le tri et la présentation du contenu qu'il voit, de manière accessible et facilement compréhensible.**
- > **Fournir aux utilisateurs une ventilation personnalisée de la manière dont leur compte a été monétisé au cours des 12 derniers mois, y compris en divulguant les noms des annonceurs qui les ont ciblés, et les revenus que la plateforme a générés par l'utilisation du service. Envisager de fournir des points de référence par rapport aux autres utilisateurs de la plateforme.**
- > **Les systèmes de recommandation devraient pouvoir fonctionner sur plusieurs plateformes au sein d'un écosystème spécifique, où les autres produits de ce système bénéficient d'une curation algorithmique.**
- > **Promouvoir des choix conscients et présenter périodiquement aux utilisateurs des méthodes nouvelles et/ou existantes pour personnaliser la façon dont leurs recommandations algorithmiques sont générées.**

5.6 SAUVEGARDE DE L'ACCÈS À DES INFORMATIONS FIABLES

Les questions soulevées par la curation de contenu et les systèmes de recommandation sont étroitement liées aux questions relatives à la prééminence des médias d'intérêt public. Comme le soulignent des études récentes dans ce domaine, la question de savoir si le droit et le politique doivent intervenir pour imposer la prééminence ou d'un contenu et/ou de services spécifiques doit être examinée avec soin, car elle soulève des problèmes complexes qui sont à l'intersection de la liberté d'expression, du pluralisme des médias, de la vie privée et de l'autonomie humaine.²⁰⁵

Certains entretiens avec des experts ont souligné la nécessité de trouver de nouveaux moyens de garantir la visibilité et la possibilité de trouver en ligne des médias indépendants, dignes de confiance et axés sur l'intérêt public. Les mesures structurelles ou comportementales utilisées par les plateformes dans leur système de recommandation pourraient, par exemple, donner la priorité aux actualités quotidiennes ou rendre certains contenus d'intérêt public plus faciles à trouver sur leurs interfaces. Les personnes interrogées ont souligné qu'il s'agissait de la direction prise au niveau européen, mais qu'il restait encore un long chemin à parcourir avant que des régimes de prééminence adéquats qui pourraient être applicables à des plateformes ouvertes comme les réseaux sociaux ou les moteurs de recherche puissent être mis en œuvre sans conséquences indésirables. Il convient toutefois de noter que les entretiens avec les experts hors d'Europe n'ont pas soutenu les propositions visant à donner la priorité aux actualités ou aux contenus d'intérêt public, soulignant les difficultés rencontrées dans leurs régions pour identifier les médias qui pourraient entrer dans cette catégorie.

Dans les pays où il est possible d'accorder une place prépondérante aux contenus d'intérêt public, une étude récente commandée par l'Union européenne a proposé une boîte à outils politique pour aider les régulateurs et les gouvernements à créer de telles règles.²⁰⁶ Pour limiter le risque de captation par l'État, les chercheurs affirment qu'il convient de prêter attention aux mesures de confiance et de responsabilité dès le début du processus afin de garantir que les acteurs des médias resteront indépendants et libres. Ceci est particulièrement important lorsqu'il s'agit de garantir que les critères de détermination des services d'information et des médias d'intérêt public soient établis par des processus et des cadres d'évaluation indépendants et perçus comme tels.²⁰⁷

Par exemple, lorsqu'il s'agit de définir les fournisseurs d'informations d'intérêt public, des critères fondés sur des principes reposant sur des normes professionnelles communément partagées en matière d'indépendance, de transparence, de responsabilité et de diversité pourraient être applicables.²⁰⁸

L'établissement de normes et de critères permettant de différencier les médias d'intérêt public, y compris les médias d'information et le journalisme, pourrait à son tour être bénéfique pour ces organisations elles-mêmes. Si ces normes et critères sont utilisés par les annonceurs pour choisir où investir leurs ressources, ils pourraient idéalement orienter les recettes publicitaires vers les sources d'information dignes de confiance plutôt que vers les diffuseurs de désinformation ou de mésinformation. S'ils sont adoptés par les plateformes et/ou les systèmes de recommandation, ils pourraient accroître la visibilité et l'accès à des sources d'information de meilleure qualité.

205 Mazzoli E.M. and Tambini D. (2020); Commission européenne, Parcu P. L., Brogi E., Verza S., et al. (2022).

206 Commission européenne, Parcu P.L., Brogi E., Verza S., et al. (2022), p. 164.

207 *Ibid.*

208 Des exemples de ces critères peuvent être trouvés dans les normes développées par la Journalism Trust Initiative (JTI), dans les indicateurs de confiance développés par le Trust Project, et dans l'étiquette nutritionnelle de NewsGuard.

Dans ce contexte, un sous-ensemble de questions a émergé au cours de notre consultation concernant le niveau de prééminence à accorder aux médias de service public véritablement indépendants. Il s'agit d'une question essentielle à poser, alors que les régulateurs de pays comme la France, l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne et le Royaume-Uni actualisent leurs règles en matière de mise en avant des médias de service public.²⁰⁹ Lorsque les médias de service public sont véritablement indépendants de toute ingérence politique et étatique, il est plausible que le fait de garantir l'accessibilité et la facilité de recherche de ces services puisse contribuer à un environnement d'information plus diversifié. Quelles que soient les critiques que l'on peut avoir à l'égard des médias de service public - et il a été facile d'en trouver dans notre consultation - on s'accorde à dire que lorsqu'ils respectent leur mission de service public, leurs obligations légales et leurs principes,²¹⁰ ils peuvent donner une idée de ce qu'est le « juste milieu » et informer et éduquer les téléspectateurs de manière objective et relativement impartiale.

Les médias de service public ne sont toutefois pas les seuls médias d'intérêt public. Ainsi, pour préserver l'accès, la visibilité et la pérennité d'une catégorie plus large de médias d'intérêt public, les gouvernements et les régulateurs pourraient envisager d'autres interventions politiques. Ces interventions pourraient inclure : « une combinaison de normes juridiques, opérationnelles et techniques minimales sur les processus de curation de contenu, introduites dans le cadre d'une approche de corégulation ; des obligations réglementaires et des incitations volontaires pour promouvoir l'exposition tout en respectant la liberté de choix des consommateurs ; des initiatives ciblées en matière d'éducation aux médias ; et des règles de propriété et d'indépendance spécifiques au secteur qui peuvent favoriser des pratiques industrielles équitables et éviter un pouvoir excessif du marché et de l'État sur la découverte de contenu. »²¹¹

Enfin, un accord général est ressorti de notre consultation avec les experts sur le fait que dans certains domaines liés à des informations vitales - comme la santé publique, les élections, les services de sécurité sociale, la prévention du suicide et l'aide aux victimes de la violence - les sources officielles crédibles d'informations d'intérêt public devraient être mises en évidence et classées par ordre de priorité par des algorithmes et des systèmes de recommandation. Ce contenu ne doit pas être en concurrence avec des sources non officielles ou payantes. Comme il s'agit d'une pente glissante, un processus multipartite ouvert et récurrent devrait être lancé pour déterminer ce qui constitue une information vitale nécessitant une telle mise en avant. Il convient de noter que certains experts ont estimé que, si la prééminence obligatoire n'était pas souhaitable, les plateformes pourraient plutôt fournir des crédits publicitaires aux autorités publiques pour communiquer certains messages, gratuitement, sous forme de publicités clairement étiquetées.

209 Pour un aperçu plus complet, voir : Groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA), (2020). Assurer la prééminence et l'accès des contenus de médias audiovisuels à toutes les plateformes (Findability). Disponible à l'adresse suivante : https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/01/ERGA_SG3_2020_Report_Art.7a_final.pdf.

210 Voir, par exemple : Conseil de l'Europe (2012). Recommandation CM/Rec(2012)1 du Comité des ministres aux États membres sur la gouvernance des médias de service public. Strasbourg. Disponible à l'adresse suivante : https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805cb4b4.

211 Mazzoli E.M. and Tambini D. (2020), p. 3.



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > **Les très grandes plateformes en ligne devraient donner la priorité aux questions d'intérêt public vital, de la même manière que les médias traditionnels étaient tenus de diffuser des messages d'intérêt public.**
- > **Participer sur un pied d'égalité avec les autres parties prenantes à un dialogue multipartite ouvert et récurrent, éclairé par les cadres internationaux des droits de l'homme, afin de déterminer (1) ce qui constitue une information d'intérêt public vital, et (2) quelles sources peuvent être considérées comme crédibles et/ou d'intérêt public.**



RECOMMANDATIONS AUX **PLATEFORMES**

- > **Les très grandes plateformes en ligne et/ou les développeurs de systèmes de recommandation devraient évaluer les normes et critères professionnels existants pour définir les médias d'information d'intérêt public, et pourraient envisager d'accroître la visibilité de ces sources par le biais de leurs systèmes de recommandation, réduisant ainsi la circulation et l'amplification de la désinformation et de la mésinformation.**
- > **Les systèmes de recommandation n'ont pas besoin de proposer des informations. Toutefois, si un système sélectionne les informations, il doit privilégier les actes de journalisme provenant de sources qui respectent les normes et l'éthique professionnelles.**
- > **Les très grandes plateformes en ligne devraient accorder la priorité et la mise en avant des questions d'intérêt public vitales, de la même manière que les médias traditionnels étaient tenus de diffuser des messages d'intérêt public. Cela ne doit pas être imposé comme un mandat pour donner la priorité aux informations gouvernementales.**

5.7 ANTICIPER ET RÉPONDRE AUX DOMMAGES RÉELS CAUSÉS PAR LES DÉSORDRES INFORMATIONNELS

Lorsqu'il s'agit de créer et de faire respecter des normes pour les plateformes algorithmiques, une préoccupation importante et commune concerne les atteintes potentielles au droit à la liberté d'expression. Le protocole de transfert authentifié (ATP, *Authenticated Transfer Protocol*) résout ce problème en séparant le discours et sa portée dans différentes couches de protocole, comme le montre la figure 2. La couche de base, la couche « discours », a pour but de servir d'autorité neutre et distributrice qui donne à chacun une voix et garantit son droit à la liberté d'expression. Au-dessus de la couche du discours se trouve la couche « portée », qui permet aux services d'indexation d'agréger et de distribuer le contenu.

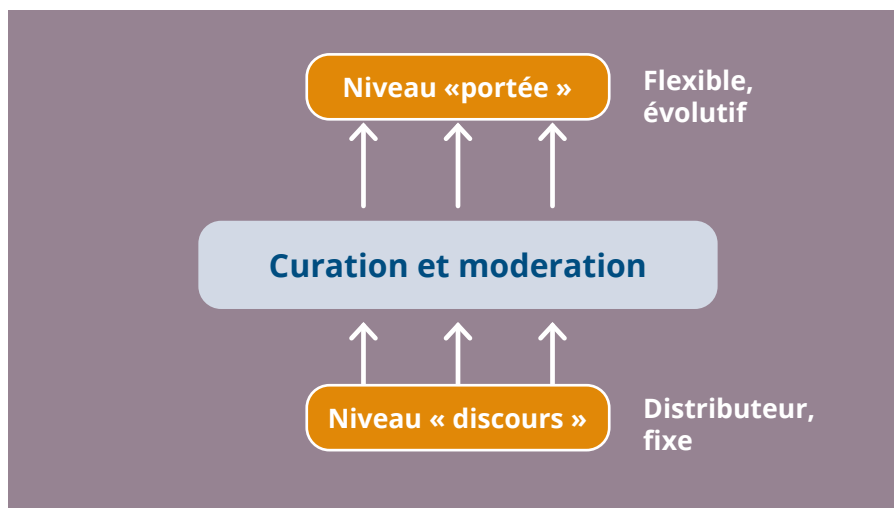


Figure 2 : Représentation visuelle des couches séparées « discours » et « portée » proposées dans le protocole de transfert authentifié (ATP)

La séparation du discours et de la portée permet de protéger le droit à la liberté d'expression, tout en soutenant la gouvernance de base autour de qui est amplifié. Comme indiqué à la section 3.2.2, une théorie du complot vue par une poignée d'amis sur les médias sociaux ne constitue pas une question de politique publique. Cependant, l'opinion exprimée par les experts au cours de notre consultation était que lorsqu'un algorithme favorise la désinformation au-delà de son foyer naturel - par exemple, si un contenu problématique prend la vague algorithmique et devient viral, amplifiant une théorie du complot auprès d'un large public - alors il y a un potentiel de conséquences néfastes pour les individus et la société dans son ensemble. Certains contenus ne deviennent un problème qu'à l'échelle.

Comme nous l'avons vu à la section 4.4.3, dans la plupart des pays, les plateformes ne sont actuellement pas responsables du contenu qu'elles hébergent et distribuent. Une proposition de loi aux États-Unis, sur la protection des Américains contre les algorithmes dangereux (*Protecting Americans from Dangerous Algorithms Act*),²¹² vise à « supprimer l'immunité de responsabilité d'une plateforme si son algorithme est utilisé pour amplifier ou recommander un contenu directement pertinent dans une affaire d'ingérence en matière de droits civils ; et dans les affaires impliquant des actes de terrorisme international ». En d'autres termes, les plateformes seraient légalement responsables de certains contenus s'ils sont amplifiés par des algorithmes. Cela s'étend aux travaux connexes qui cherchent des possibilités d'« amplification stratégique » dans la presse²¹³ sans porter atteinte au droit à la liberté d'expression.

Lors de notre consultation, des préoccupations ont été exprimées quant au fait que la création d'une responsabilité pour la diffusion de désinformation ou de mésinformation pourrait conduire les plateformes à sur-censurer du contenu par ailleurs légal et protégé en même temps qu'elles suppriment du contenu illégal et non protégé. Un compromis qui s'est dégagé des consultations consiste à imposer la responsabilité aux plateformes uniquement lorsqu'elles amplifient sciemment et intentionnellement un contenu qu'une personne raisonnable pourrait considérer comme nuisible. Ce faisant, il n'y a pas de restriction préalable de la liberté d'expression, ni de responsabilité pour l'hébergement de contenu, mais simplement une responsabilité de ne pas promouvoir un contenu qui a été signalé comme nuisible ou illégal.

212 Malinowski, T. and Eshoo, A. G. (2021). Reps. Malinowski and Eshoo Reintroduce Bill to Hold Tech Platforms Accountable for Algorithmic Promotion of Extremism. (Malinowski et Eshoo réintroduisent un projet de loi visant à tenir les plateformes technologiques responsables de la promotion algorithmique de l'extrémisme.) Disponible à l'adresse suivante : <https://malinowski.house.gov/media/press-releases/rep-malinowski-and-eshoo-reintroduce-bill-hold-tech-platforms-accountable>.

213 Par exemple : Donovan, J., and Boyd, D. (2021). Stop the Presses? Moving from Strategic Silence to Strategic Amplification in a Networked Media Ecosystem. (Arrêter les presses ? Passer du silence stratégique à l'amplification stratégique dans un écosystème médiatique en réseau.) *American Behavioral Scientist*, 65(2), pp. 333-350.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > Si une plateforme et/ou un système de recommandation cause un préjudice aux utilisateurs, et qu'ils ont eu un délai raisonnable pour traiter systématiquement le problème et ne l'ont pas fait, ils devraient être légalement responsables du préjudice qui en résulte.
- > Les plateformes et/ou les opérateurs de systèmes de recommandation doivent initier et soutenir en permanence un dialogue multipartite afin de mieux comprendre ce qui constitue un contenu préjudiciable et de pouvoir travailler à minimiser ou éliminer l'exposition à ce type de contenu.
- > Les plateformes ne doivent pas nécessairement conserver tout le contenu en ligne. Toutefois, les plateformes doivent être transparentes quant aux raisons pour lesquelles elles retirent du contenu et/ou réduisent sa portée.



RECOMMANDATIONS AUX PLATEFORMES

- > Des normes équitables, raisonnables et applicables doivent être mises en place pour garantir qu'aucun système de recommandation ne risque de causer de préjudice.
- > Les normes minimales de pluralisme dans les systèmes de recommandation doivent être élaborées de manière ouverte, transparente et multipartite.
- > Ces normes minimales devraient s'inspirer des cadres existants en matière de droits de l'homme, tels que les principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme.

5.8 CONCURRENCE

Les plateformes de communication, par le biais de leurs systèmes de recommandation algorithmique, détiennent trop de pouvoir et d'influence sur les informations que les citoyens voient. Comme nous l'avons vu tout au long de ce document, les effets de réseau incitent à des niveaux élevés de concentration et imposent des barrières élevées à l'entrée sur le marché pour les nouveaux acteurs. En conséquence, la plupart des citoyens n'utilisent que trois plateformes en moyenne, et ces plateformes ne leur font pas nécessairement découvrir un contenu conforme à un régime d'information pluraliste et diversifié. Si l'objectif principal est de créer un marché où des contenus diversifiés peuvent trouver un public, comme nous l'avons vu à la section 5.1, une approche moins interventionniste de l'ouverture du marché consiste à dissocier l'hébergement de contenus sur les plateformes de l'activité de recommandation de contenus à d'autres personnes. Ce faisant, nous créons la possibilité d'investissements durables, à long terme et orientés vers le marché dans la curation de contenu. Bien que cela ne réduise pas ni ne supprime nécessairement le désir des citoyens de s'engager dans des contenus sensationnalistes, cela peut réussir à réduire la formation de bulles de filtres et de chambres d'écho.

Le dégroupage des systèmes de recommandation doit être conçu comme « une forme de séparation fonctionnelle », par opposition à la séparation structurelle.²¹⁴ En termes plus simples, les plateformes ne devraient pas être obligées de céder leurs actifs existants, et sont invitées à développer leurs propres systèmes de recommandation afin d'entrer en concurrence sur le marché des systèmes de recommandation, à condition qu'elles ne réduisent pas à néant les efforts de leurs concurrents et qu'elles leur offrent un accès équitable, transparent et non discriminatoire pour développer, maintenir et développer leurs systèmes de recommandation. Notre raisonnement ici est de minimiser les impacts économiques de la dissociation sur les plateformes, tout en remédiant aux défaillances du marché. Toutefois, cette séparation ne sera effective que si les autorités de contrôle appliquent strictement les règles de dissociation afin qu'une diversité d'acteurs du marché se forme dans l'arène des systèmes de recommandation.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Les autorités de contrôle doivent faire respecter les efforts de dissociation. Les plateformes ne doivent pas tenter d'annuler le succès des systèmes de recommandation concurrents ou de donner une importance excessive à leur(s) propre(s) système(s) de recommandation.**

5.9 TRANSPARENCE ET RESPONSABILITÉ

Le manque général de transparence et d'accès indépendant aux données des plateformes rend difficile l'exercice d'un contrôle significatif sur les plateformes. Nous ne savons que ce que les plateformes nous disent. Pour aller de l'avant, les autorités de contrôle, la société civile et les chercheurs indépendants ont besoin d'une relation plus symétrique et fondée sur les faits. D'un point de vue fonctionnel, les plateformes et les développeurs de systèmes de recommandation devraient être tenus de conserver des données anonymes sur la manière, la raison et le moment où ils ont recommandé des contenus aux utilisateurs. Ces rapports doivent être mis à la disposition des utilisateurs - dans des conditions équitables et accessibles, avec des garanties de confidentialité appropriées -, d'auditeurs indépendants, de chercheurs et d'organismes de contrôle. Il est entendu que les plateformes et les systèmes de recommandation traitent de questions sensibles et épineuses, notamment le traitement des données personnelles de leurs utilisateurs. Les erreurs peuvent arriver. Les algorithmes sont imparfaits. Cependant, ce n'est que par le partage symétrique des données que l'on peut identifier les schémas systémiques et apporter des corrections comportementales.

Par le passé, les plateformes n'ont pas fait preuve de transparence quant à la manière dont elles ont fait respecter leurs conditions générales d'utilisation. Afin de regagner la confiance du public, elles devraient rendre compte de leurs pratiques passées et rendre publics les changements qu'elles ont apportés pour renforcer leur responsabilité. En outre, les plateformes doivent s'engager à étendre les protections contre les dénonciations à l'ensemble de leurs employés, contractants et utilisateurs. Les plateformes ne doivent pas licencier, « bannir » ou suspendre les personnes qui signalent ou identifient des problèmes systémiques dans leurs pratiques.

Compte tenu de la sensibilité des données de la plateforme, il est nécessaire de mettre en place des mécanismes de contrôle afin de s'assurer que l'accès n'est pas accordé à des tiers inappropriés. D'un

²¹⁴ Stasi, M. L. (2021), p. 19.

point de vue fonctionnel, une autorité publique devrait avoir la capacité d'obliger une plateforme à mettre à disposition des enregistrements, mais il est préférable que l'analyse des enregistrements soit effectuée par des acteurs indépendants en dehors de cet organisme de régulation. La séparation entre les personnes qui consultent les documents et celles qui décident qui peut les consulter est une tentative de minimiser toute violation des droits fondamentaux.



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > **Une autorité de contrôle doit être habilitée à obliger les plateformes à partager des données similaires à celles auxquelles les équipes de recherche internes des entreprises ont accès. L'agence elle-même ne devrait être habilitée qu'à collecter ces données, et non à les analyser.**
- > **Une autorité de contrôle devrait être dotée de ressources lui permettant d'évaluer les chercheurs indépendants et les projets de recherche et de déterminer dans quels cas il n'est pas approprié d'accorder à un chercheur et/ou à un projet de recherche l'accès aux données de la plateforme.**
- > **Les plateformes doivent travailler de bonne foi avec les chercheurs indépendants pour fournir des données en toute sécurité dans des formats communs et lisibles par machine. Les données doivent demeurer sur le(s) réseau(x) de la plateforme, et les chercheurs ne doivent pas accéder aux données ou publier des résultats d'une manière qui compromette la sécurité ou la vie privée des utilisateurs.**
- > **Les plateformes doivent rendre compte au public de leurs pratiques passées en matière de curation de contenu et expliquer ce qu'elles comptent faire différemment à l'avenir pour éviter que les pratiques problématiques du passé ne se reproduisent.**



RECOMMANDATIONS AUX **PLATEFORMES**

- > **Des recherches supplémentaires sont nécessaires pour comprendre l'impact des plateformes et des systèmes de recommandation sur la manière dont l'auto-sélection du public, consciemment ou non, influence les informations qu'il consomme. Accorder aux chercheurs indépendants un accès raisonnable aux données de la plateforme afin que cette recherche puisse être menée de manière fiable et précise.**
- > **Étendre la protection des lanceurs d'alerte à tous les employés, contractuels et utilisateurs dans le monde. Ne pas exercer de représailles à l'encontre de ceux qui identifient des pratiques problématiques.**

6. MESURER L'EFFICACITÉ DES INTERVENTIONS SUR LE PLURALISME

Un aspect important de toute intervention sera d'évaluer son efficacité par le biais de mesures. Cette section passe en revue les mesures démontrées qui permettent d'évaluer le pluralisme dans l'écosystème de l'information, en matière de production, de distribution et de consommation. Le tableau 3 présente un résumé des principales mesures qui prolongent les travaux antérieurs.²¹⁵

	INDICATEUR	SIGNIFICATION
PRODUCTION	Nombre d'éditeurs	Combien d'éditeurs contribuent à l'inventaire des nouvelles et des informations ?
	Genres représentés	Dans quelle mesure les éditeurs fournissent-ils du contenu provenant de différents genres, sujets, points de vue et rôles joués par la presse ?
DISTRIBUTION	Nombre de systèmes de recommandation	Combien de systèmes de recommandation sont disponibles pour que le public puisse choisir ?
	Adoption des systèmes de recommandation	Dans quelle mesure les publics adoptent-ils un éventail diversifié de systèmes de recommandation ? Est-ce que certains dominent même si plusieurs sont disponibles ?
CONSOMMATION	Portée de l'audience	Quelle taille (ou proportion) d'un public consomme le contenu d'un éditeur donné ?
	Part individuelle	Combien d'éditeurs un individu utilise-t-il ? À quelle fréquence utilisent-ils ces éditeurs, et à quel titre ? ²¹⁶

Tableau 3 : Indicateurs potentiels pour saisir le pluralisme et mesurer l'efficacité des interventions. Chaque mesure peut être utile dans le contexte de la production, de la distribution et/ou de la consommation.

L'un des principaux défis de l'évaluation des interventions est la transparence et la lisibilité limitées des plateformes algorithmiques. Malgré leur impact et leurs implications considérables pour la société, elles restent opaques à la décision des entreprises à but lucratif qui les possèdent et les exploitent. Les personnes interrogées ont décrit cette opacité comme créant une situation où les citoyens sont mal équipés pour prendre des décisions éclairées. Par conséquent, de nombreuses mesures décrites dans cette section exigeraient d'abord que les entreprises partagent davantage d'informations sur les contenus largement diffusés sur leurs plateformes.

6.1 DIVERSITÉ ET PLURALISME DANS LA PRODUCTION

Tout objectif lié à la diversité et au pluralisme dans l'environnement médiatique global exige la diversité et le pluralisme dans la disponibilité sous-jacente du contenu. En d'autres termes, la distribution et la consommation pluralistes seront impossibles si l'offre initiale de contenu est homogène.

²¹⁵ Ofcom (2015). Measurement Framework for Media Plurality: Ofcom's Advice to the Secretary of State for Culture, Media and Sport (Cadre de mesure de la pluralité des médias : avis de l'Ofcom au Secrétaire d'État à la culture, aux médias et aux sports.) Disponible à l'adresse suivante : <https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-1/media-plurality-framework>.

²¹⁶ Ces mesures s'appuient sur la mesure de la « part de références » proposée et affinée dans le cadre de mesure de la pluralité des médias de l'Ofcom..

Plusieurs dimensions peuvent être prises en compte pour mesurer la diversité dans la production médiatique. Le Center for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF)²¹⁷ comprend trois de ces dimensions : la pluralité du marché, l'indépendance politique et l'inclusion sociale. Ces dimensions peuvent être décrites comme suit.

La pluralité du marché : Combien d'éditeurs indépendants ont des activités compétitives, performantes et/ou économiquement viables ?

Indépendance politique : Combien d'éditeurs affichent une autonomie éditoriale, libre de toute influence commerciale/politique extérieure ?

L'inclusion sociale : Dans quelle mesure le contenu est-il pertinent pour les communautés locales, les femmes et les groupes minoritaires ?

Le pluralisme dans le domaine de la production peut également être mesuré en fonction des différents rôles joués par la presse, notamment « l'interventionnisme, la surveillance, la loyauté et la facilitation, le service, l'info-divertissement et les rôles civiques ».²¹⁸ Une offre homogène provenant d'un seul rôle de la presse entravera l'écosystème de l'information. De même, le pluralisme peut être mesuré en termes de sujets explorés dans le contenu, ainsi que d'idées, de points de vue et de perspectives. L'équité journalistique incite généralement les journalistes à couvrir les deux côtés d'un sujet ou d'une controverse. Toutefois, des travaux récents ont mis en évidence d'importantes réserves à ce principe. Comme l'explique Ross Gelbspan dans le contexte de la crise climatique,²¹⁹ le principe d'équité « semble exiger que les journalistes présentent des points de vue concurrents sur une question scientifique comme s'ils avaient le même poids scientifique, alors qu'en réalité ce n'est pas le cas ». Des recherches ont montré que ce principe peut conduire à une « couverture médiatique faussement équilibrée »²²⁰ qui peut exacerber la désinformation, bien qu'une communication attentive sur les techniques d'argumentation puisse aider.

Pour mesurer le pluralisme selon des dimensions telles que l'inclusion sociale, le rôle de la presse, les sujets et les points de vue, il faudra disposer de données commentées. Une méthode courante pour générer ce type de données consiste à effectuer une **analyse de contenu**. Cela implique que les chercheurs lisent et annotent le contenu afin de produire un ensemble d'étiquettes pour chaque article. Les étiquettes peuvent être liées à des dimensions telles que la thématique (par exemple, le sport, la politique), le genre (par exemple, l'éditorial, le rapport d'enquête, les nouvelles de dernière minute), le point de vue (par exemple, politiquement libéral, politiquement conservateur), etc. Les analyses de contenu se concentrent souvent sur un seul éditeur, mais les mêmes méthodes peuvent être appliquées au contenu des agrégateurs et des plateformes.

Il y a notamment certaines mesures de la diversité qui ne nécessitent pas d'analyse de contenu. Par exemple, des mesures descriptives telles que le nombre d'auteurs produisant du contenu et le nombre d'éditeurs contribuant au contenu d'une plateforme peuvent être compilées sans analyse manuelle du contenu. Outre ces tableaux, des mesures plus complexes peuvent également être utiles pour mesurer la diversité sur des échelles standardisées. Pour saisir la dynamique de manière plus complète, ces

217 Toma, R., Popescu, M. and Bodea, R. (2022). Monitoring Media Pluralism in the Digital Era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, the Republic of North Macedonia, Serbia and Turkey in the Year 2021. (Suivi du pluralisme des médias à l'ère numérique : Application du Media Pluralism Monitor dans l'Union européenne, en Albanie, au Monténégro, en République de Macédoine du Nord, en Serbie et en Turquie pour l'année 2021.) European University Institute. Disponible à l'adresse suivante : <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/74702>.

218 Mellado, C. (Ed.). (2020). *Beyond Journalistic Norms: Role Performance and News in Comparative Perspective*. Routledge.

219 Gelbspan, R. (1998). *The Heat is On: The Climate Crisis, the Cover-Up, the Prescription*. Basic Books.

220 Cook, J., Lewandowsky, S. and Ecker, U.K. (2017). Neutralizing Misinformation through Inoculation: Exposing Misleading Argumentation Techniques Reduces their Influence. (Neutraliser la désinformation par l'inoculation : Exposer les techniques d'argumentation trompeuses réduit leur influence.) *PLOS one*, 12(5), p.e0175799.

mesures peuvent s'appuyer sur les efforts déployés pour mesurer la diversité et l'inégalité dans d'autres contextes tels que l'économie et l'écologie.

En économie, par exemple, l'indice de Gini²²¹ mesure l'inégalité au sein d'une population sur une échelle standardisée de 0 à 1 calculée à partir des courbes de Lorenz.²²² Si cet indice est souvent utilisé pour mesurer les inégalités de revenus, il peut être appliqué pour mesurer les inégalités en termes de production de contenu. Par exemple, la figure 3 montre l'application typique de ces mesures en termes d'inégalité des revenus, ainsi qu'une application à la mesure de l'inégalité de la production de contenu dans un ensemble d'éditeurs.

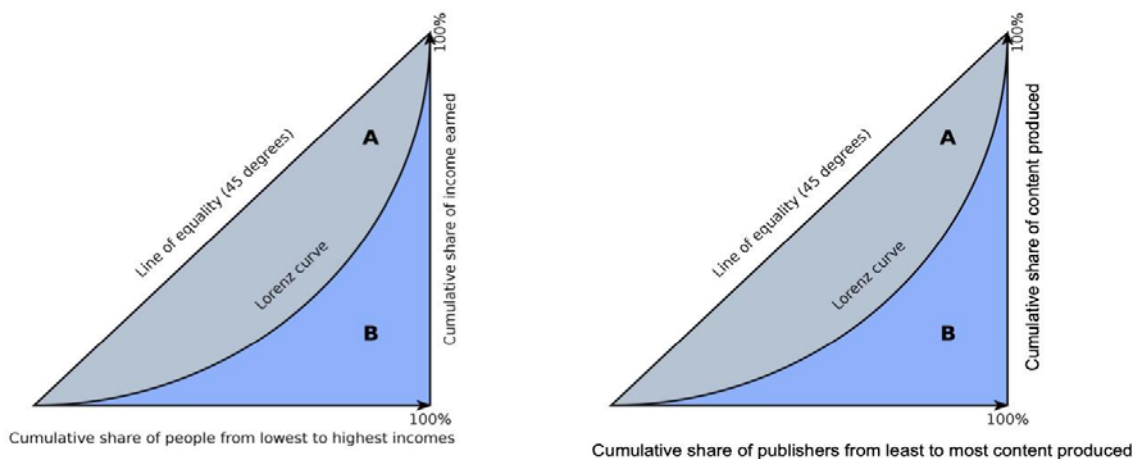


Figure 3 : Illustration de la courbe de Lorenz pour mesurer l'inégalité et calculer le coefficient de Gini pour l'inégalité de revenu (à gauche) et l'inégalité de production de contenu (à droite)

D'autres paramètres potentiellement utiles pour mesurer l'inégalité et le pluralisme des médias comprennent l'indice d'Atkinson (une alternative à l'indice de Gini pour mesurer l'inégalité des revenus) et les calculs de la « part des extrémités » (par exemple, le pourcentage de contenu produit par les cinq premiers éditeurs ou les 10 % premiers éditeurs). Ces mesures sont souvent utilisées pour communiquer les tendances économiques au grand public. Par exemple, les communications de masse sur les inégalités de richesse mentionnent souvent des groupes tels que « les 0,1 % de personnes gagnant le plus ».²²³

D'autres indicateurs de l'écologie peuvent également être utiles. Ces indicateurs ont été conçus pour mesurer la diversité des espèces au sein d'un écosystème, ce qui est un problème analogue à la diversité des éditeurs dans un écosystème médiatique. L'indice de régularité de Pielou et l'indice de diversité de Shannon en sont des exemples.²²⁴

221 Introduit par Corrado Gini, dans son livre *Variabilità e mutabilità*, publié en 1912.

222 Lorenz, M.O. (1905). *Methods of Measuring the Concentration of Wealth*. (Méthodes de mesure de la concentration de la richesse). *Publications of the American Statistical Association*, 9(70), pp. 209-219.

223 Partington, R. and Inman, P. (2022). *UK's Top 0.1% Earners Have Annual Income of Over Half a Million, Says IFS*. *The Guardian*. (Les 0,1 % de personnes les mieux rémunérées au Royaume-Uni ont un revenu annuel de plus d'un demi-million, selon l'IFS.). Disponible à l'adresse suivante : <https://www.theguardian.com/business/2022/apr/07/uks-top-01-earners-have-annual-income-of-over-half-a-million-says-ifs>

224 Heip, C. H., Herman, P. M., & Soetaert, K. (1998). *Indices of Diversity and Evenness*. (Indices de diversité et d'uniformité.) *Oceanis*, 24(4), pp. 61-88.

6.2 DIVERSITÉ ET PLURALISME DANS LA DISTRIBUTION

Actuellement, la distribution d'informations se caractérise par une centralisation et une concentration croissante. Selon le 2022 Global Internet Phenomena Report, six entreprises génèrent la majorité (56,96 %) de tout le trafic Web : Google, Facebook, Netflix, Amazon, Apple et Microsoft.²²⁵ Ces six entreprises ont une influence considérable sur le développement des mécanismes de distribution qui régissent la consommation de contenu, ce qui rend d'autant plus urgent de mesurer et d'améliorer la diversité dans la distribution.

La « boutique de systèmes de recommandation » offre une méthode potentielle pour accroître la diversité et le pluralisme des mécanismes de distribution, plutôt que de confier à quelques grandes entreprises la conception de systèmes de recommandation dominants et centralisés. Pour mesurer la diversité et le pluralisme sur un marché des systèmes de recommandation, il faudra suivre la dynamique de la participation et de l'utilisation. En d'autres termes, le marché des systèmes de recommandation doit être évalué en fonction du nombre de participants qui contribuent aux systèmes sur le marché (quelques acteurs contribuent-ils à la plupart des options ?) et aussi de la façon dans les systèmes sont adoptés par les utilisateurs (existe-t-il un ensemble de systèmes qui dominent le marché ?).

Plusieurs approches peuvent être utiles pour évaluer un marché libre des systèmes de recommandation. Un paradigme commun, notamment dans l'approche américaine de la loi antitrust, est de garantir un certain degré de concurrence entre les entités commerciales. Historiquement, ce paradigme antitrust a motivé les restrictions sur les fusions et acquisitions, la fixation des prix et autres comportements monopolistiques.²²⁶ Une autre approche pour promouvoir un marché libre, illustrée par les pays européens, le Canada et l'Australie, consiste à créer un choix public pour concurrencer les participants commerciaux. Le principe directeur de cette approche et d'autres approches connexes est que le gouvernement est peut-être le seul acteur « suffisamment puissant pour fixer les règles de base du discours public »²²⁷

6.3 DIVERSITÉ ET PLURALISME DANS LA CONSOMMATION

Même si un éventail diversifié de nouvelles et d'informations est *produit*, cela peut, pour de nombreuses raisons, ne pas se traduire par une diversité dans les répertoires d'actualité du public. Il est donc essentiel de mesurer également la diversité en termes de *consommation* : la manière dont les publics utilisent leur temps et leur attention. La mesure de l'audience remonte au moins aux années 1930, lorsque les services d'évaluation utilisaient des sondages et des coïncidences téléphoniques pour estimer la taille de l'audience des émissions de radio.²²⁸ Si la mesure d'audience dans l'écosystème médiatique actuel présente de nouveaux défis, certains principes fondamentaux demeurent.

Premièrement, les données de panel restent un moyen courant et efficace de mesurer l'attention du public. Les données de panel impliquent qu'une partie de l'audience partage son comportement de consommation des médias. Nielsen Media Research utilise des panels pour mesurer la consommation de médias par le biais d'Internet, de la radio et de la télévision,²²⁹ avec son panel de télévision comprenant

225 Sandvine (2022). Global Internet Phenomena Report. (Rapport mondial sur les phénomènes de l'Internet.) Disponible à l'adresse suivante : <https://www.sandvine.com/global-internet-phenomena-report-2022>.

226 Kovacic, W.E. and Shapiro, C. (2000). Antitrust Policy: A Century of Economic and Legal Thinking. (Politique antitrust : Un siècle de réflexion économique et juridique.) Journal of Economic Perspectives, 14(1), pp.43-60.

227 Miller, E.L. (2021). Amplified Speech (Parole amplifiée). Cardozo Law Review, 43, p. 1.

228 Beville, H.M. (1988). Audience Ratings: Radio, Television, and Cable. Psychology Press.

229 Voir : <https://panels.nielsen.com/panels-and-surveys/#panels>

42 000 ménages.²³⁰ Les données de panel de sociétés comme Nielsen et Comscore étaient principalement destinées aux annonceurs, bien que certaines données de panel aient été créées à des fins de recherche et/ou de journalisme. Par exemple, Citizen Browser²³¹ collecte des données de panel sur Facebook, que *The Markup* utilise dans ses reportages d'investigation. De même, Mozilla Rally permet aux utilisateurs de fournir aux chercheurs des données de navigation sur Internet par le biais d'une extension de navigateur.²³²

Les enquêtes offrent une autre méthode pour mesurer la diversité en matière de consommation, notamment en interrogeant directement les gens sur leurs habitudes d'information. Le Pew Research Center²³³ utilise couramment des enquêtes pour mesurer la confiance et l'engagement du public envers différents éditeurs. Cependant, les données d'enquête autodéclarées peuvent ne pas être aussi précises que les données de panel recueillies passivement.

Une autre approche consiste à utiliser les données fournies par la plateforme. AlgoTransparency,²³⁴ par exemple, suit des centaines de chaînes très regardées sur YouTube pour analyser l'algorithme de recommandation de YouTube. Ceci est réalisé via l'API de YouTube. Il existe un effort similaire avec l'ensemble de données URL Shares de Facebook,²³⁵ qui fournit des statistiques d'exposition et d'engagement pour les URL partagées aux États-Unis.

Comme pour la production, la diversité de la consommation peut être mesurée selon diverses dimensions liées aux sources, aux genres, au cadrage, etc.²³⁶ Par exemple, une personne peut avoir une alimentation médiatique diversifiée en termes de lecture de nombreuses sources différentes, mais elle peut lire exclusivement des articles de sport.

230 Nielsen (2022). Le panel TV national américain de Nielsen, leader du secteur, touche plus de 42 000 foyers, dont 101 000 téléspectateurs directement mesurés. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.nielsen.com/news-center/2022/niensens-industry-leading-u-s-national-tv-panel-reaches-over-42000-household/>.

231 Voir : <https://themarkup.org/citizen-browser>

232 See: <https://rally.mozilla.org/current-studies/>

233 See: <https://www.pewresearch.org/topic/news-habits-media/>

234 See: <https://data.algotransparency.org/>

235 Messing, S., DeGregorio, C., Hillenbrand, B., et al. (2020). Facebook Privacy-Protected Full URLs Data Set [Data set]. Harvard Dataverse. Disponible à l'adresse suivante : <https://doi.org/10.7910/DVN/TDOAPG>.

236 Benson, R. (2009). What Makes News More Multiperspectival? A Field Analysis. *Poetics*, 37(5-6), 402-418.

REMERCIEMENTS

Le Forum sur l'information et la démocratie tient à remercier chaleureusement les experts indépendants suivants, que nous avons interrogés en octobre 2022. Ce sont leurs points de vue perspicaces et leur expertise qui ont façonné ce rapport :

- **Bia Barbosa**, *Reporters sans frontières*
- **Bruno Bioni**, *Data Privacy Brasil*
- **Carolina Botero**, *Fundación Karisma*
- **Sally Broughton Micova**, *University of East Anglia*
- **María Paz Canales**, *Derechos Digitales*
- **Danielle da Costa Leite Borges**, *Institut universitaire européen*
- **Joan Donovan**, *Harvard Kennedy School*
- **Iacob Gammeltoft**, *News Media Europe*
- **Gustavo Gómez**, *Observacom*
- **Jay Graber**, *Bluesky*
- **Katie Harbath**, *Anchor Change*
- **Beata Klimkiewicz**, *Université Jagiellonian*
- **Lubos Kuklis**, *Plateforme européenne des instances de régulation*
- **Carlos Lara**, *Derechos Digitales*
- **José Renato Laranjeira de Pereira**, *Laboratoire de politique publique et Internet*
- **Bruna Martins dos Santos**, *Coalizão Direitos na Rede*
- **Connie Moon Sehat**, *Initiative NewsQ*
- **Merrin Muhammed**, *IT for Change*
- **Rasmus Nielsen**, *Institut Reuters pour l'étude du journalisme*
- **Daniel O'Maley**, *Centre d'assistance aux médias internationaux*
- **Michael Oghia**, *Forum mondial sur la cyber-expertise*
- **Juan Ortiz**, *Université de Buenos Aires*
- **Patricia Peña**, *Datos Protegidos*
- **Stephanie Perrin**, *Digital Discretion*
- **Vivian Schiller**, *Aspen Digital*
- **Mikael Servilha**, *Data Privacy Brasil*
- **Raúl Silesky**, *Libertad de Prensa y Libertad de Expresión*
- **Maria Luisa Stasi**, *Article 19*
- **Batya Ungar-Sargon**, *Newsweek*
- **Jamila Venturini**, *Derechos Digitales*
- **Sofia Verza**, *Institut universitaire européen*
- **Aidan White**, *Réseau du journalisme éthique*
- **Lior Zalmanson**, *Université de Tel-Aviv*

En outre, le Forum a organisé des ateliers dans six pays du Moyen-Orient, d'Afrique du Nord et d'Afrique de l'Ouest, avec le soutien généreux de nos partenaires de la société civile, afin de solliciter la contribution des chercheurs, des praticiens et des décideurs politiques. Nous remercions les personnes suivantes d'avoir partagé leur expertise, qui a été intégrée dans ce rapport :

Bénin :

- **Renaud Sèdjro Akpahounka**, *Social Watch Bénin*
- **Donald Azokli Assogba**, *expert en optimisation des moteurs de recherche*
- **Hadjara Idris**, *Académie Mara*
- **Constant Langnito**, *Web et Mobile*
- **Gervais Loko**, *ALCRER*
- **Hervé Mekoun**, *professeur*
- **Joël Arsène Noumonvi**, *Association des blogueurs du Bénin*
- **Maurice Thantan**, *Association des blogueurs du Bénin*
- **Hugues Tossa**, *Changement Social Bénin*

Burkina Faso :

- **Philippe Bationo**, *Le Talon*
- **Madi Bazié**, *Ouest-info*
- **Idrissa Birba**, *Le Quotidien*
- **Boukari Bogré**, *enseignant et journaliste*
- **Zalle Ibrahim**, *47 BIB*
- **Frédéric Ilboudo**, *journaliste*
- **Élie Kaboré**, *L'économiste du Faso*
- **Daouda Kinda**, *Le Monde Rural*

Côte d'Ivoire :

- **Marie Flore Begou**, *citoyenne engagée pour le leadership et la démocratie en Côte d'Ivoire*
- **Elisée Bolougbeu**, *Destinationci*
- **Evelyne Déba**, *journaliste*
- **Wally Karim**, *Nord-Sud Quotidien*
- **Marlyse Konan**, *Association des femmes journalistes de Côte d'Ivoire*
- **Kébé Mamady**, *Ivoirecheck*
- **Aboubacar Cidiq Sawadogo**, *Initiative citoyenne pour l'éducation aux médias sociaux en Côte d'Ivoire*
- **Lassina Serme**, *Réseau des professionnels de la presse en ligne de Côte d'Ivoire*
- **Dr Karim Wally**, *Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan*

Liban :

- **Layal Bahnam**, *Fondation Maharat*
- **Abir Chebaro**, *ancien conseiller pour les affaires féminines auprès du premier ministre*
- **Zeina Bou Harb**, *OGERO Telecom*
- **Layal Jebran**, *Moubarmij*
- **Abed Kataya**, *SMEX*

- **Dr Ali Rammal**, *Université libanaise*
- **Dr Georges Sadaka**, *Université libanaise*
- **Dr Maria Bou Zeid**, *Université Notre-Dame Louaize*

Sénégal :

- **Jean Louis Correa**, *Université virtuelle du Sénégal*
- **Emmanuel Maurice Diokh**, *Internet Sans Frontières*
- **Aminatou Diop**, *Conseil pour l'observation des règles d'éthique et de déontologie dans les médias au Sénégal*
- **Moustapha Fall**, *avocat*
- **Ibrahima Lissa Faye**, *Association pour la promotion de la presse en ligne*
- **Bamba Kassé**, *Synpics*
- **Adama Sow**, *Commission de protection des données personnelles du Sénégal*
- **Mamadou Thior**, *Conseil de régulation de l'éthique et de la déontologie*

Tunisie :

- **Rabeb Aloui**, *BN Check*
- **Dr Nouha Belaid**, *Université centrale de Tunis*
- **Neji Bghouri**, *UNESCO*
- **Réal Barnabé**, *Commission européenne, ancien chef de Radio Canada*
- **Lasaad Dahech**, *Union de radiodiffusion des États arabes*
- **Dr Sadok Hammami**, *Institut de presse et des sciences de l'information*
- **Tawfiq Omrane**, *journaliste et caricaturiste*
- **Karim Wannes**, *Syndicat national des journalistes tunisiens*

Nous remercions les organisations et les membres du public suivants qui ont soumis des commentaires écrits dans le cadre de l'appel à contributions ouvert et mondial :

- **Gabriela Buarque**
- **José Renato Laranjeira de Pereira**
- **Tayrone Marquesini**
- **Luiza Morales**
- **Cynthia Picolo**
- **Ofcom (Royaume-Uni)**
- **Felipe Silva**
- **Luke Thorburn**

BIBLIOGRAPHIE SÉLECTIONNÉE

- Aalberg, T., Blekesaune, A. et Elvestad, E., (2013). Media Choice and Informed Democracy: (Choix des médias et démocratie informée : Toward Increasing News Consumption Gaps in Europe? (Vers une augmentation des écarts de consommation de nouvelles en Europe ?). *The International Journal of Press/Politics*, 18(3), pp.281-303.
- Arguedas, A. R., Robertson, C. T., Fletcher, R. and Nielsen, R. K. (2022). Chambres d'écho, bulles de filtre et polarisation : revue de la littérature. Institut Reuters pour l'étude du journalisme. Disponible à l'adresse suivante : <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/echo-chambers-filter-bubbles-and-polarisation-literature-review>. (Consulté le 6 novembre 2022.)
- Association pour le progrès des communications (2012). La responsabilité des intermédiaires de l'Internet au Nigeria, au Kenya, en Afrique du Sud et en Ouganda : Un terrain incertain. Disponible à l'adresse suivante : https://www.apc.org/sites/default/files/READY%20-%20Intermediary%20Liability%20in%20Africa_FINAL_0.pdf.
- Commission australienne pour la concurrence et la consommation (2019). Digital Platform Inquiry: (Enquête sur la plateforme numérique : Final Report (Rapport final). Commonwealth d'Australie. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.accc.gov.au/publications/digital-platforms-inquiry-final-report>.
- Commission australienne pour la concurrence et la consommation (2021). Code de négociation des médias d'information. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.accc.gov.au/focus-areas/digital-platforms/news-media-bargaining-code>. (Consulté le 9 octobre 2022.)
- Bakshy, E., Messing, S. et Adamic, L.A. (2015). Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook (Exposition à des nouvelles et opinions idéologiquement diverses sur Facebook.) *Science*, 348(6239), pp. 1130-1132.
- Barocas, S., (2012, novembre). Le prix de la précision : Le micro-ciblage des électeurs et ses inconvénients potentiels pour le processus démocratique. Dans le compte-rendu du *First Edition Workshop on Politics, Elections and Data* (Première édition de l'atelier sur la politique, les élections et les données), pp. 31-36.
- Benson, R. (2009). What Makes News More Multiperspectival? (Qu'est-ce qui rend les nouvelles plus multi-perspectives ?) Une analyse de terrain. *Poetics* (Poétique), 37(5-6), 402-418.
- Beville, H.M. (1988). *Audience Ratings: (Taux d'audience :) Radio, Television, and Cable (Radio, télévision et câble)*. Psychology Press.
- Bobadilla, J. et al. (2013). Enquête sur les systèmes de recommandation. *Knowledge-Based Systems*, 46, 109-132.
- Bossio, D., Flew, T., Meese, J., Leaver, T. et Barnet, B. (2022). "Australia's News Media Bargaining Code and the Global Turn towards Platform Regulation." («Le code de négociation des médias d'information en Australie et le tournant mondial vers la réglementation des plateformes») *Policy and Internet* 14 (1), pp. 136-50. Disponible à l'adresse suivante : <https://doi.org/10.1002/poi3.284>.
- Bradshaw, S. and Howard, P. (2018). Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation (Défier la vérité et la confiance : Un inventaire mondial de la manipulation organisée des médias sociaux). Oxford Internet Institute.
- Brenan, M. (2021). Americans' Trust in Media Dips to Second Lowest on Record. (La confiance des Américains dans les médias atteint son deuxième niveau le plus bas.) Gallup. Disponible à l'adresse suivante : <https://news.gallup.com/poll/355526/americans-trust-media-dips-second-lowest-record.aspx>. (Consulté le 9 novembre 2022.)
- Broersma, M. et Swart, J. (2022). Do Novel Routines Stick After the Pandemic? (Les routines romantiques tiennent-elles après la pandémie ?) The Formation of News Habits During COVID-19 (La formation de nouvelles habitudes pendant), *Journalism Studies*, 23:5-6, pp. 551-568.
- Burgess, M. (2022). How GDPR is Failing (Comment le RGPD échoue). *Wired*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.wired.co.uk/article/gdpr-2022>. (Consulté le 18 novembre 2022.)
- Cadwalladr, C., 2017. The Great British Brexit Robbery: (Le grand vol du Brexit britannique :) How Our Democracy was Hijacked. (Comment notre démocratie a été détournée.) *The Guardian*. Disponible à l'adresse : <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/07/the-great-british-brexit-robbery-hijacked-democracy> (consulté le : 17 novembre 2022).
- Campos Mello, P. (2022). YouTube Favors Pro-Bolsonaro Videos in Recommendations to Users, Says Study. (Selon une étude, YouTube favorise les vidéos pro-Bolsonaro dans ses recommandations aux utilisateurs). *Folha de S.Paulo*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/youtube-privilegia-ideos-pro-bolsonaro-em-recomendacoes-a-usuarios-diz-estudo.shtml>. (Consulté le 9 novembre 2022.)
- Content Authenticity Initiative (2022). Disponible à l'adresse suivante : <https://contentauthenticity.org>.
- Cook, J., Lewandowsky, S. et Ecker, U.K. (2017). Neutralizing Misinformation through Inoculation: (Neutraliser la désinformation par l'inoculation :) Exposing Misleading Argumentation Techniques Reduces their Influence (Exposer les techniques d'argumentation trompeuses réduit leur influence.) *PLOS one*, 12(5), p.e0175799.
- Conseil de l'Europe (2007). Recommandation CM/Rec(2007)15 du Comité des ministres aux États membres sur les mesures concernant la couverture médiatique des campagnes électorales. Préambule. Disponible à l'adresse suivante : https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805d4a3d.
- Conseil de l'Europe (2012). Recommandation CM/Rec(2012)1 du Comité des ministres aux États membres sur la gouvernance des médias de service public. Strasbourg. Disponible à l'adresse suivante : https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805cb4b4.
- Cowls, J., King, T., Taddeo, M. et Floridi, L. (2019). Designing AI for Social Good: Seven Essential Factors (Concevoir l'IA pour le bien social : Sept facteurs essentiels). Disponible à l'adresse suivante : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3388669. (Consulté le 20 novembre 2022.)
- Del Campo, A. (2021). Disinformation is not Simply a Content Moderation Issue (La désinformation n'est pas simplement un problème de modération du contenu). Issues on the Frontlines of Technology and Politics (Questions sur les lignes de front de la technologie et de la politique). Carnegie Endowment for International Peace, pp. 23-24. Disponible à l'adresse suivante : <https://carnegieendowment.org/2021/10/19/disinformation-is-not-simply-content-moderation-issue-pub-85514>. (Consulté le 17 octobre 2022.)
- DeVito, M. A. (2017). From Editors to Algorithms: A Values-Based Approach to Understanding Story Selection in the Facebook news feed (Des rédacteurs aux algorithmes : Une approche basée sur les valeurs pour comprendre la sélection des articles dans le fil d'actualité de Facebook.) *Digital Journalism*, 5(6), pp. 753-773.
- Diakopoulos, N. (2019). Towards a Design Orientation on Algorithms and Automation in News Production. (Vers une orientation de conception sur les algorithmes et l'automatisation dans la production de nouvelles). *Digital Journalism*, 7(8), pp. 1180-1184.
- Digital Industry Group (2021). Code de pratique australien sur la désinformation et la mésinformation. Disponible à l'adresse suivante : <https://digi.org.au/wp-content/uploads/2021/10/Australian-Code-of-Practice-on-Disinformation-and-Misinformation-FINAL-WORD-UPDATED-OCTOBER-11-2021.pdf>. (Consulté le : 9 octobre 2022)
- Dijk, J. et al. (2018). The Platform Society: Public Values in a Connective World (La société plateforme : les valeurs publiques dans un monde connecté.) New York, Oxford University Press.

Dolata, U. (2017). Apple, Amazon, Google, Facebook, Microsoft: Market Concentration, Competition Innovation strategies (Concentration du marché, concurrence Stratégies d'innovation.) Disponible à l'adresse suivante : <https://ideas.repec.org/p/zbw/stusoi/201701.html> (consulté le : 7 novembre 2022).

Donovan, J., et Boyd, D. (2021). Stop the Presses? (Arrêter les presses ?) Moving from Strategic Silence to Strategic Amplification in a Networked Media Ecosystem (Passer du silence stratégique à l'amplification stratégique dans un écosystème médiatique en réseau.) *American Behavioral Scientist*, 65(2), pp. 333-350.

The Economist (auteur non crédité). *Why is FLOC, Google's New Ad Technology, Taking Flak? (Pourquoi FLOC, la nouvelle technologie publicitaire de Google, est-elle critiquée ?)* (2021). The Economist. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.economist.com/the-economist-explains/2021/05/17/why-is-floc-googles-new-ad-technology-taking-flak> (consulté le : 1er novembre 2022).

Elliott, V. et al. (2020). The Despair and Darkness of People Will Get to You, (Le désespoir et la noirceur des gens vous atteindront, *Reste du monde.*) *Rest of World*. Disponible à l'adresse suivante : <https://restofworld.org/2020/facebook-international-content-moderators/> (consulté le : 7 novembre 2022).

Groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA) (2020). Assurer la prééminence et l'accès des contenus de médias audiovisuels à toutes les plateformes (Findability). Disponible à l'adresse suivante : https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/01/ERGA_SG3_2020_Report_Art.7a_final.pdf.

Commission européenne (2021). Directive sur le commerce électronique. Disponible à l'adresse suivante : <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/e-commerce-directive>.

Commission européenne (2022a). 2022 Code de bonnes pratiques renforcé sur la désinformation. p. 18. Disponible à l'adresse suivante : <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>.

Commission européenne (2022b). Législation européenne sur la liberté des médias - Proposition de règlement et recommandation. Disponible à l'adresse : <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/european-media-freedom-act-proposal-regulation-and-recommendation>

Commission européenne, Direction générale des réseaux de communication, du contenu et de la technologie (2022). Parcu, P., Brogi, E., Verza, S., et al. *Study on Media Plurality and Diversity Online (Étude sur la pluralité et la diversité des médias en ligne : Final Report (Rapport final)*. Office des publications de l'Union européenne. Disponible à l'adresse : <https://data.europa.eu/doi/10.2759/529019>

Observatoire européen des médias numériques (2021). Mise en œuvre du code de pratique sur la désinformation : Leçons des évaluations et propositions pour l'avenir. Disponible à l'adresse suivante : https://edmo.eu/wp-content/uploads/2021/02/EDMO_CoP_workshop281020_report-003.pdf. (Consulté le : 9 octobre 2022)

Union européenne (2016). Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données). Disponible à l'adresse suivante : <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>. (Consulté le 18 novembre 2022.)

Union européenne (2020). Règlement du Parlement européen et du Conseil relatif à un marché unique des services numériques (Législation sur les services numériques) et modifiant la directive 2000/31/CE. Disponible à l'adresse suivante : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=COM:2020:825:FIN>.

Union européenne (2022). Règlement (UE) 2022/1925 du Parlement européen et du Conseil du 14 septembre 2022 concernant des marchés concurrentiels et équitables dans le secteur numérique et modifiant les directives (UE) 2019/1937 et (UE) 2020/1828 (loi sur les marchés numériques). Disponible à l'adresse suivante : https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2022.265.01.0001.01.ENG. (Consulté le 18 novembre 2022.)

Union européenne DisinfoLab (2019). Ressources - France. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.disinfo.eu/resources/france-2/>.

Facebook Ireland Limited et NOYB/Maximilian Schrems, (2021). Référence de l'affaire IN-18-5-5 suite à une enquête fondée sur une plainte entamée en vertu de la section 110 de la loi sur la protection des données de 2018. Commission irlandaise de protection des données. Disponible à l'adresse suivante : <https://noyb.eu/sites/default/files/2021-10/IN%2018-5-5%20Draft%20Decision%20of%20the%20IE%20SA.pdf>. (consulté le 19 novembre 2022).

Facebook Newsroom (2022). *Présentation de l'accueil et des fils sur Facebook*. Meta. Disponible à l'adresse : <https://about.fb.com/news/2022/07/home-and-feeds-on-facebook/> (consulté le : 4 novembre 2022)

Fletcher, R., et Nielsen, R. K. (2018). Automated Serendipity: The Effect of Using Search Engines on News Repertoire Balance and Diversity (Sérendipité automatisée : L'effet de l'utilisation des moteurs de recherche sur l'équilibre et la diversité du répertoire de nouvelles). *Digital Journalism*, 6(8), 976-989. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2018.1502045>. (Consulté le 21 novembre 2022.)

Forum sur l'information et la démocratie (2020). *Final Report of the Working Group on Infodemics* (Rapport final du groupe de travail sur l'infodémie). Disponible à l'adresse suivante : https://informationdemocracy.org/wp-content/uploads/2020/11/ForumID_Report-on-infodemics_101120.pdf.

Forum sur l'information et la démocratie (2021). *Final Report of the Working Group on the Sustainability of Journalism* (Rapport final du groupe de travail sur la durabilité du journalisme.) Disponible à l'adresse suivante : https://informationdemocracy.org/wp-content/uploads/2021/06/ForumID_New-Deal-for-Journalism_16Jun21.pdf.

Forum sur l'information et la démocratie (2022). *Rapport final du groupe de travail sur les régimes de responsabilité des réseaux sociaux et de leurs utilisateurs*. Disponible à l'adresse suivante : https://informationdemocracy.org/wp-content/uploads/2022/09/ID_Report-on-Accountability-regime_Sept22.pdf.

Foster, J.B. et McChesney, R.W., 2014. Surveillance Capitalism: Monopoly-Finance Capital, the Military-Industrial Complex, and the Digital Age (Capitalisme de surveillance : Le capital monopolistique et financier, le complexe militaro-industriel et l'ère numérique.) *Monthly Review*, 66(3), p.1.

Franceschi-Bicchierai, L. (2022). Facebook Doesn't Know What It Does With Your Data, Or Where It Goes: (Facebook ne sait pas ce qu'il fait avec vos données, ni où elles vont :) Document divulgué. *VICE*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.vice.com/en/article/akvmke/facebook-doesnt-know-what-it-does-with-your-data-or-where-it-goes>. (Consulté le 9 novembre 2022.)

Assemblée nationale française (2018). Loi contre la manipulation de l'information. Disponible à l'adresse suivante : https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/textes/l15b0799_proposition-loi.

Friedman, B., Kahn, P.H., Borning, A. et Huldgtren, A. (2013). Value Sensitive Design and Information Systems (Conception et systèmes d'information sensibles à la valeur.) Dans *Early Engagement and New Technologies: Opening up the Laboratory*. (Engagement anticipé et nouvelles technologies : ouverture du laboratoire). Springer, Dordrecht, pp. 55-95.

Gasser, U. (2015). L'interopérabilité dans l'écosystème numérique. Disponible à l'adresse suivante : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2639210. (Consulté le : 8 novembre 2022)

Gelbspan, R. (1998). *The Heat is On: (La chaleur est en marche) The Climate Crisis, the Cover-Up, the Prescription (La crise climatique, la dissimulation, la prescription)*. Basic Books.

- Gerber, N., Gerber, P., and Volkamer, M. (2018). Explaining the Privacy Paradox: (Explication du paradoxe de la vie privée) A Systematic Review of Literature Investigating Privacy Attitude and Behavior. (Une revue systématique de la littérature sur l'attitude et le comportement en matière de protection de la vie privée.) *Computers & Security*, 77, pp. 226-261. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167404818303031>.
- Gillespie, T. (2010). « The Politics of 'Platforms. » *New Media & Society*, 12, 3, pp. 347-64. Disponible à l'adresse suivante : <https://doi.org/10.1177/1461444809342738> (consulté le : 27 octobre 2022).
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media* (Les gardiens de l'Internet : plateformes, modération de contenu et les décisions cachées qui forment les réseaux sociaux). Yale University Press.
- Google (sans date) *Résultats du classement - Comment fonctionne la recherche Google ?* Disponible à l'adresse suivante : <https://www.google.com/search/howsearchworks/how-search-works/ranking-results/> (consulté : 1er novembre 2022).
- Gouvernement du Canada (2021). Principes directeurs sur la diversité des contenus en ligne. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/diversity-content-digital-age/guiding-principles.html>. (consulté le 7 novembre 2022).
- Gouvernement du Canada (2021). La diversité des contenus en ligne. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/diversity-content-digital-age.html>. (consulté le 7 novembre 2022).
- Gouvernement du Canada (2022). Loi sur l'information en ligne. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/online-news.html>. (Consulté le 9 octobre 2022.)
- Greenleaf, G. (2021). Global Data Privacy Laws 2021: (Lois mondiales sur la confidentialité des données 2021 :) Despite COVID Delays, 145 Laws Show GDPR Dominance. (Malgré les retards de COVID, 145 lois montrent la domination du RGPD). UNSW Law Research Paper No. 21-60. Disponible à l'adresse suivante : <https://ssrn.com/abstract=3836348>. (Consulté le 10 novembre 2022.)
- Hao, K. (2021). How Facebook and Google Fund Global Misinformation (Comment Facebook et Google financent la désinformation mondiale). *MIT Technology Review*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.technologyreview.com/2021/11/20/1039076/facebook-google-disinformation-clickbait>.
- Harkin, J., Anderson, K., Morgan, L. et Smith, B. (2012). Une étude de cas d'Al Jazeera Arabic et BBC Arabic. Dans : *Deciphering User-Generated Content in Transitional Societies* (Décryptage du contenu généré par les utilisateurs dans les sociétés en transition.) University of Pennsylvania. Disponible à l'adresse suivante : https://monoskop.org/images/a/a4/Deciphering_User-Generated_Content_in_Transitional_Societies_A_Syria_Coverage_Case_Study_2012.pdf. (Consulté le 20 novembre 2022.)
- Heine, I. (2021). 3 Years Later : (3 ans plus tard :) An Analysis of GDPR Enforcement. (Une analyse de l'application du RGPD). Centre d'études stratégiques et internationales. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.csis.org/blogs/strategic-technologies-blog/3-years-later-analysis-gdpr-enforcement>. (Consulté le 18 novembre 2022.)
- Heip, C. H., Herman, P. M., et Soetaert, K. (1998). Indices of Diversity and Evenness (Indices de diversité et d'uniformité.) *Oceanis*, 24(4), pp. 61-88.
- Helberger, N. (2019). On the Democratic Role of News Recommenders. (Sur le rôle démocratique des systèmes de recommandation des nouvelles) *Digital Journalism* 7 (8): 993-1012.
- Herlocker, J.L., Konstan, J.A., Terveen, L.G. et Riedl, J.T. (2004). Évaluation des systèmes de recommandation à filtrage collaboratif. *ACM Transactions on Information Systems*, (Transactions ACM sur les systèmes d'information)22(1), pp. 5-53.
- Hindman, M. (2008). *The Myth of Digital Democracy* (Le mythe de la démocratie numérique). Princeton University Press.
- Horwitz, J. et Seetharaman, S. (2020). Facebook Executives Shut Down Efforts to Make the Site Less Divisive (Les dirigeants de Facebook ont mis fin aux efforts visant à rendre le site moins clivant.) *The Wall Street Journal*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.wsj.com/articles/facebook-knows-it-encourages-division-top-executives-nixed-solutions-11590507499>.
- Ingram, M. (2016). Google Says It Wants to Help Publishers Fight Facebook. (Google dit vouloir aider les éditeurs à lutter contre Facebook). Disponible à l'adresse suivante : <http://fortune.com/2016/08/16/google-publishers-amp/>.
- Ingram, M. (2022). Journalists Want to Re-Create Twitter on Mastodon (Les journalistes veulent recréer Twitter sur Mastodon). Mastodon is Not Into it (Mastodon n'apprécie pas vraiment l'idée). *Columbia Journalism Review*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.cjr.org/analysis/journalists-want-to-recreate-twitter-on-mastodon-mastodon-is-not-into-it.php>.
- Conseil irlandais pour les libertés civiles (2022). Meta's Internal Use of Data and the DMA (L'utilisation interne des données par Meta et la législation sur les marchés numériques). Disponible à l'adresse suivante : <https://www.iccl.ie/wp-content/uploads/2022/11/ICCL-to-Commission-17-November-2022.pdf>. (Consulté le 18 novembre 2022.)
- Jamieson, K.H. et Cappella, J.N. (2008). *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment* (Chambre d'écho : Rush Limbaugh et l'establishment des médias conservateur). Oxford University Press.
- Jiang, R., Chiappa, S., Lattimore, T., György, A. et Kohli, P. (2019). Boucles de rétroaction perverses dans les systèmes de recommandation. Dans le compte-rendu de la conférence 2019 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society, pp. 383-390.
- Kalogeropoulos, A. et al. (2019). News Media Trust and News Consumption: (Confiance dans les médias d'information et consommation de l'information :) Factors Related to Trust in News in 35 Countries. (Facteurs liés à la confiance dans les informations dans 35 pays.) *Journal international de la communication*. 13. Disponible à l'adresse suivante : <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10141>
- Kastrenakes, J. (2020). Twitter Says AI Tweet Recommendations Helped it Add Millions of Users (-Twitter affirme que les recommandations de Tweet par l'IA l'ont aidé à ajouter des millions d'utilisateurs.) The Verge. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.theverge.com/2020/2/6/21125431/twitter-q4-2019-earnings-daily-user-growth-machine-learning> (consulté le : 2 novembre 2022).
- Keegan, J. et al. (2021). *Facebook Got Rid of Racial Ad Categories. Or Did It? (Facebook a enlevé les catégories d'annonces raciales. Est-ce bien la vérité ?)* The Markup. Disponible à l'adresse suivante : <https://themarkup.org/citizen-browser/2021/07/09/facebook-got-rid-of-racial-ad-categories-or-did-it> (consulté le : 1er novembre 2022).
- Knight Foundation (2020). American Views 2020 : Trust, media and Democracy (Confiance, médias et démocratie). Disponible à l'adresse suivante : <https://knightfoundation.org/reports/american-views-2020-trust-media-and-democracy/>. (Consulté le 9 novembre 2022.)
- Kohno, T. et al. (2005). Empreinte digitale d'un dispositif physique à distance. *IEEE Transactions on Dependable and Secure Computing* (Transactions IEEE sur l'informatique fiable et sécurisée , 2(2), pp. 93-108.
- Kovacic, W.E. et Shapiro, C. (2000). Antitrust Policy: (Politique antitrust :) A Century of Economic and Legal Thinking (Un siècle de réflexion économique et juridique.) *Journal of Economic Perspectives*, 14(1), pp.43-60.
- Kunaver, M. et Požrl, T. (2017). La diversité dans les systèmes de recommandation - Une enquête. *Knowledge-Based Systems*, (Systèmes basés sur les connaissances) 123, pp. 154-162.
- Kurpius, D. D., Metzgar, E. T. et Rowley, K. M. (2010). Soutenir les médias hyperlocaux : à la recherche de modèles de financement. *Journalism Studies*, 11(3), pp. 359-376.

- Lodge, Martin, et Kai Wegrich. (2012). *Managing Regulation: (Gestion de la réglementation :) Regulatory Analysis, Politics and Policy (Analyse réglementaire, politique et politique.)* Palgrave Macmillan.
- Lomas, N. (2020). Data from Dutch Public Broadcaster Shows the Value of Ditching Creepy Ads (Des données provenant d'un radiodiffuseur public néerlandais montrent l'intérêt d'abandonner les publicités effrayantes). TechCrunch. Disponible à l'adresse suivante : <https://techcrunch.com/2020/07/24/data-from-dutch-public-broadcaster-shows-the-value-of-ditching-creepy-ads/>. (Consulté le 19 novembre 2022.)
- Lorenz, M.O. (1905). Méthodes de mesure de la concentration de la richesse. *Publications of the American Statistical Association* (Publications de l'association des statistiques américaine), 9(70), pp. 209-219.
- Luria, M. (2022). "This is Transparency to Me" User Insights into Recommendation Algorithm Reporting. (« C'est ça la transparence pour moi » Points de vue des utilisateurs dans les rapports sur les algorithmes de recommandation). Centre pour la démocratie et la technologie. Disponible à l'adresse suivante : <https://cdt.org/wp-content/uploads/2022/10/algorithmic-transparency-ux-final-100322.pdf>
- Lynskey, O. (2017). Réglementer le pouvoir des plateformes. LSE Law, Society and Economy Working Papers. London School of Economics and Political Science. Disponible à l'adresse suivante : <https://eprints.lse.ac.uk/73404/>.
- Malinowski, T. et Eshoo, A. G. (2021). Reps. Malinowski and Eshoo Reintroduce Bill to Hold Tech Platforms Accountable for Algorithmic Promotion of Extremism (Malinowski et Eshoo réintroduisent un projet de loi visant à tenir les plateformes technologiques responsables de la promotion algorithmique de l'extrémisme.). Disponible à l'adresse suivante : <https://malinowski.house.gov/media/press-releases/reps-malinowski-and-eshoo-reintroduce-bill-hold-tech-platforms-accountable>.
- Centre Markkula pour l'éthique appliquée (2022). *News Distribution Ethics Roundtable* (Table ronde sur l'éthique dans la diffusion des nouvelles). Disponible à l'adresse suivante : https://www.scu.edu/media/ethics-center/journalism-ethics/MCAE-Publication_-News-Distribution-Ethics-Roundtable-Key-Principles-and-Recommendations-2022.pdf (consulté le : 10 octobre 2022).
- Mazzoli, E. et Tambini, D. (2020). Prioritization Uncovered. (La hiérarchisation des priorités dévoilée) The Discoverability of Public Interest Content Online. (La découvrabilité du contenu d'intérêt public en ligne). Conseil de l'Europe. Disponible à l'adresse suivante : <https://rm.coe.int/publication-content-prioritisation-report/1680a07a57>.
- Mellado, C. (Ed.). (2020). *Beyond Journalistic Norms: (Au-delà des normes journalistiques :) Role Performance and News in Comparative Perspective* (Performance des rôles et actualités dans une perspective comparative) Routledge.
- Messing, S., DeGregorio, C., Hillenbrand, B., et al. (2020). Ensemble de données complet sur les URL protégées Facebook [Ensemble de données]. Harvard Dataverse. Disponible à l'adresse suivante : <https://doi.org/10.7910/DVN/TDOAPG>.
- Meta (2022). Partage de nos inquiétudes concernant la loi canadienne sur l'information en ligne. Disponible à l'adresse suivante : <https://about.fb.com/news/2022/10/metad-concerns-with-canadas-online-news-act/>.
- Michelle, S. L. et al. (2022). End-User Audits: (Audits des utilisateurs finaux :) A System Empowering Communities to Lead Large-Scale Investigations of Harmful Algorithmic Behavior. (Un système permettant aux communautés de mener des enquêtes à grande échelle sur les comportements algorithmiques nuisibles). *Compte-rendu de l'ACM sur l'interaction homme-machine*, 6, Article 512, p. 1. Disponible à l'adresse suivante : https://hci.stanford.edu/publications/2022/Lam_EndUserAudits_CSCW22.pdf.
- Miller, E.L. (2021). Amplified Speech (Parole amplifiée). *Cardozo Law Review*, 43, p. 1.
- Mudigere, D., Hao, Y., Huang, J. et al (2022). Software-Hardware Co-Design for Fast and Scalable Training of Deep Learning Recommendation Models (Conception conjointe de logiciels et de matériel pour la formation rapide et évolutive de modèles de recommandation par apprentissage profond.) Dans *Proceedings of the 49th Annual International Symposium on Computer Architecture* (ISCA '22) (Le compte-rendu du 49e symposium international annuel sur l'architecture des ordinateurs.) Association for Computing Machinery. Disponible à l'adresse suivante : <https://doi.org/10.1145/3470496.3533727>. (Consulté le 20 novembre 2022.)
- Napoli, P. (2011). *Audience Evolution: (Évolution de l'audience :) New Technologies and the Transformation of Media Audiences. (Les nouvelles technologies et la transformation de l'audience des médias)*. Columbia University Press.
- Napoli, P., (2019). *Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age* (Décryptage du contenu généré par les utilisateurs dans les sociétés en transition.) Columbia University Press
- Newman, N. (2018). Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2018. (Tendances et prédictions 2018 en matière de journalisme, de médias et de technologie). Institut Reuters pour l'étude du journalisme.
- Newman, N. et al. (2022). «Digital News Report 2022» Institut Reuters pour l'étude du journalisme, pp. 10-11.
- Nielsen (2022). Nielsen's Industry-Leading US National TV Panel Reaches Over 42,000 Households, Comprised of 101,000 Directly Measured Viewers (Le panel TV national américain de Nielsen, leader du secteur, touche plus de 42 000 foyers, dont 101 000 téléspectateurs directement mesurés). Disponible à l'adresse suivante : <https://www.nielsen.com/news-center/2022/niensens-industry-leading-u-s-national-tv-panel-reaches-over-42000-household/>.
- Noyan, O. (2021). Un tribunal autrichien renvoie la plainte de Schrems contre Facebook devant la Cour européenne. Euractiv. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.euractiv.com/section/data-protection/news/austrian-court-refers-schrems-facebook-complaint-to-eu-court/>. (Consulté le 18 novembre 2022.)
- Ofcom (2015). Measurement Framework for Media Plurality: (Cadre de mesure de la pluralité des médias :) Ofcom's Advice to the Secretary of State for Culture, Media and Sport (Avis de l'Ofcom au Secrétaire d'État à la culture, aux médias et aux sports.) Disponible à l'adresse suivante : <https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-1/media-plurality-framework>.
- Ofcom (2022). Media Plurality and Online News. pp. 50-51. Disponible à l'adresse suivante : https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0030/247548/discussion-media-plurality.pdf.
- Oremus, W. (2017) *Inside the Changes that Could Save Twitter's Business - and Reshape Civil Discourse* (Les changements qui pourraient sauver l'activité de Twitter - et remodeler le discours civil - sont à portée de main.) Slate. Disponible à l'adresse suivante : https://www.slate.com/articles/technology/cover_story/2017/03/twitter_s_timeline_algorithm_and_its_effect_on_us_explained.html (consulté le : 1er novembre 2022).
- Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (2021). Spotlight on Artificial Intelligence and Freedom of Expression: (Pleins feux sur l'intelligence artificielle et la liberté d'expression:) A policy Manual (Un manuel de politique). pp. 57-58. Disponible à l'adresse suivante : https://www.osce.org/files/f/documents/8/f/510332_1.pdf.
- Ovadya, A. (2022). Can Algorithmic Recommendation Systems Be Good For Democracy? (Les systèmes de recommandation algorithmique peuvent-ils être bons pour la démocratie ?) Tech Policy Press. Disponible à l'adresse suivante : <https://techpolicy.press/can-algorithmic-recommendation-systems-be-good-for-democracy/>.
- Page, L. et al. (1999). *The PageRank Citation Ranking: Bringing Order to the Web*(Le classement des citations PageRank : Mettre de l'ordre sur le Web) Stanford InfoLab.
- Parcu, P. L. et Rossi, M. A. (2021). Policy Changes to Strengthen the Protection of Media Freedom and Media Pluralism in the EU. (Changements de politique pour renforcer la protection de la liberté des médias et du pluralisme des médias dans l'UE). Dans Parcu, P.L., Brogi, E. (eds).

- Research Handbook on EU Media Law and Policy (Manuel de recherche sur le droit et la politique des médias de l'UE.) Edward Elgar Publishing.
- Park, S. et al. (2020). Global Mistrust in News: (La méfiance mondiale à l'égard des informations :) The Impact of Social Media on Trust. (L'impact des médias sociaux sur la confiance.) *International Journal on Media Management*, 22(2), pp. 83-96.
- Partington, R. et Inman, P. (2022). UK's Top 0.1% Earners Have Annual Income of Over Half a Million, Says IFS (Les 0,1 % de personnes les mieux rémunérées au Royaume-Uni ont un revenu annuel de plus d'un demi-million, selon l'IFS.) *The Guardian*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.theguardian.com/business/2022/apr/07/uks-top-01-earners-have-annual-income-of-over-half-a-million-says-ifs>.
- Paul, K. et Milmo, D. (2022). Elon Musk Completes Twitter Takeover and 'Fires Top Executives'. (Elon Musk finalise le rachat de Twitter et « licencie les cadres supérieurs ».) *The Guardian*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.theguardian.com/technology/2022/oct/27/elon-musk-completes-twitter-takeover>.
- Perez, S. (2022). Mastodon's Microblogging App Saw a Record Number of Downloads After Musk's Twitter Takeover. (L'application de microblogging de Mastodon a connu un nombre record de téléchargements après le rachat de Twitter par Musk). TechCrunch. Disponible à l'adresse suivante : <https://techcrunch.com/2022/10/31/mastodons-microblogging-app-saw-a-record-number-of-downloads-after-musks-twitter-takeover/>.
- Phillips, A. et Mazzoli, E. (2021). Minimizing Data-Driven Targeting and Providing a Public Search Alternative (Minimiser le ciblage basé sur les données et fournir une alternative de recherche publique.) Dans : Moore M., Tambini D., *Regulating Big Tech: Policy Responses to Digital Dominance* (Réglementation des grandes entreprises technologiques : Réponses politiques à la domination numérique). Oxford University Press. pp. 110-126.
- Picard, R. G. (2008). Changements dans les dépenses publicitaires des journaux et leurs implications pour l'avenir des journaux. *Journalism Studies*, 9(5), pp. 704-716.
- Picard, R.G. et Van Weezel, A. (2008). Capital et contrôle : Conséquences des différentes formes de propriété des journaux. *The International Journal on Media Management*, 10(1), pp. 22-31.
- Picard, R. G. (2014). *Media Firms: Structures, Operations, and Performance*. Routledge.
- Pickard, V. (2008). *Media Democracy Deferred: (La démocratie médiatique différée :) The Postwar Settlement for U.S. Communications, 1945-1949. (Le règlement d'après-guerre pour les communications américaines, 1945-1949)*. University of Illinois, Urbana. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.ideals.illinois.edu/handle/2142/86600>. (Consulté le 9 novembre 2022.)
- Poláček, L. (2014). How to Shuffle Songs? (Comment mélanger les chansons ?) Spotify. Disponible à l'adresse suivante : <https://engineering.atspotify.com/2014/02/how-to-shuffle-songs/>.
- Prior, M. (2007). *Post-Broadcast Democracy (Démocratie post-diffusion :) How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections (Comment le choix des médias accroît l'inégalité de la participation politique et polarise les élections)*. Cambridge University Press.
- Reporters sans frontières (2018). *Global Communication and Information Space* (L'espace global de l'information et de la communication.). Disponible à l'adresse suivante : <https://rsf.org/en/global-communication-and-information-space-common-good-humankind> (consulté le : 30 octobre 2022).
- Reviglio, U. (2019). La sérendipité comme principe de conception émergent de l'infosphère : défis et opportunités. *Ethics and Information Technology, (Éthique et technologie de l'information)* 21(2), pp. 151-166.
- Roth, E. (2022) *Google Abandons FLOC, Introduces Topics API to Replace Tracking Cookies* (Google abandonne FLOC, introduit les sujets des API pour remplacer les cookies de suivi). The Verge. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.theverge.com/2022/1/25/22900567/google-floc-abandon-topics-api-cookies-tracking> (consulté le : 1er novembre 2022).
- Sandvine (2022). *Global Internet Phenomena Report* (Rapport mondial sur les phénomènes de l'Internet.) Disponible à l'adresse suivante : <https://www.sandvine.com/global-internet-phenomena-report-2022>.
- Schäfer, Mirko Tobias et al. (2018). *The Datafied Society: Studying Culture through Data. (La société de donnification : étude de la culture à travers les données)* Amsterdam University Press.
- Shrivastava, R. (2022). Mastodon Isn't A Replacement For Twitter — But It Has Rewards Of Its Own. (Mastodon n'est pas un substitut de Twitter, mais il a ses propres avantages). *Forbes*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.forbes.com/sites/rashishrivastava/2022/11/04/mastodon-isnt-a-replacement-for-twitter-but-it-has-rewards-of-its-own>.
- Shu, C. (2018). YouTube is Fighting Fake News with \$25M to Promote Journalism. (YouTube combat les fake news avec 25 millions de dollars pour promouvoir le journalisme). Disponible à l'adresse suivante : <https://techcrunch.com/2018/07/09/youtube-is-fighting-fighting-fake-news-with-25m-to-promote-journalism-and-more-context-in-search-results/>. (Consulté le 9 novembre 2022.)
- Smith, A. (2018). Many Facebook Users Don't Understand How the Site's News Feed Works (De nombreux utilisateurs de Facebook ne comprennent pas le fonctionnement du fil d'actualité du site). Pew Research Center. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/09/05/many-facebook-users-dont-understand-how-the-sites-news-feed-works/> (consulté le : 29 octobre 2022).
- Solsman, J. (2018). Ever Get Caught in an Unexpected Hour-Long YouTube Binge? (« Vous avez déjà été pris dans une frénésie inattendue d'une heure à regarder des vidéos sur Youtube ?) Thank YouTube AI For That (Remerciez l'IA de YouTube pour ça.). CNET. Disponible à l'adresse : <https://www.cnet.com/tech/services-and-software/youtube-ces-2018-neal-mohan/> (consulté le : 25 octobre 2022).
- Sørensen, J.K. et Schmidt, J.H. (2016). An Algorithmic Diversity Diet? (Un régime de diversité algorithmique ?) Questioning Assumptions behind a Diversity Recommendation System for PSM. (Remise en question des hypothèses derrière un système de recommandation de la diversité pour le GSP). Dans : *Conférence RIPE@2016 : Public Service Media In A Networked Society* (Les médias de service public dans une société en réseau). Disponible à l'adresse suivante : <https://vbn.aau.dk/en/publications/an-algorithmic-diversity-diet-questioning-assumptions-behind-a-di>.
- Stasi, M. L. (2021). Loi sur les services numériques : Proposition d'amendement à l'article 29. Article 19. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.article19.org/wp-content/uploads/2021/05/Amendment-recommender-systems.pdf>.
- Stasi, M. L. (2021). Apprivoiser la Big Tech. Article 19. p. 12. Disponible à l'adresse suivante : https://www.article19.org/wp-content/uploads/2021/12/Taming-big-tech_FINAL_8-Dec-1.pdf.
- Stearns, G. (2020). The Social Dilemma: Review. (Revue du dilemme social) *Carlow Chronicle*. Disponible à l'adresse suivante : <https://carlowchronicle.com/2020/11/08/the-social-dilemma-review/>. (Consulté le : 9 novembre 2022)
- Stray, J. (2020). Aligning AI Optimization to Community Well-Being. (Aligner l'optimisation de l'IA sur le bien-être de la communauté). *International Journal of Community Well-Being*, 3(4), pp. 443-463.
- Sunstein, C. R. (2015). *Why Nudges? The Politics of Libertarian Paternalism (Pourquoi les incitations ? La politique du paternalisme libertaire.)* Yale University Press ;

- Swart, J., Peters, C., et Broersma, M. (2017). New Rituals for Public Connection: (Nouveaux rituels pour la connexion publique :) Audiences' Everyday Experiences of Digital Journalism, Civic Engagement and Social Life. (Les expériences quotidiennes des publics en matière de journalisme numérique, d'engagement civique et de vie sociale.) Dans : Schwanholz J., Graham T. et Stoll P., eds. (2017) *Managing Democracy in the Digital Age: Internet Regulation, Social Media Use, and Online Civic Engagement*. Springer, pp. 181-200.
- Taneja, H. et al. (2012). Media Consumption Across Platforms: (La consommation des médias sur toutes les plateformes :) Identifying User-Defined Repertoires. (Identification des répertoires définis par l'utilisateur.) *New Media & Society*, 14(6), pp. 951-968.
- Thaler R. et al. (2013). Choice Architecture, dans : Shafir E (ed.) *The Behavioral Foundations of Public Policy*. (Les fondements comportementaux de la politique publique.) Princeton University Press.
- TikTok (2020). *How Tiktok Recommends Videos #ForYou* (Comment TikTok recommande des vidéos #ForYou). Disponible à l'adresse suivante : <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you> (consulté le : 9 novembre 2022)
- Toma, R., Popescu, M. et Bodea, R. (2022). Monitoring Media Pluralism in the Digital Era: (Suivi du pluralisme des médias à l'ère numérique :) Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, the Republic of North Macedonia, Serbia and Turkey in the Year 2021 (Application du Media Pluralism Monitor dans l'Union européenne, en Albanie, au Monténégro, en République de Macédoine du Nord, en Serbie et en Turquie pour l'année 2021.) Institut universitaire européen. Disponible à l'adresse suivante : <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/74702>.
- Tufekci, Z. (2015). Algorithmic Harms Beyond Facebook and Google: (Les méfaits des algorithmes au-delà de Facebook et Google :) Emergent Challenges of Computational Agency. (Défis émergents de l'agence computationnelle). *Colorado Technology Law Journal*, 13, pp. 207-208. Disponible à l'adresse suivante : <https://ctlj.colorado.edu/wp-content/uploads/2015/08/Tufekci-final.pdf>.
- Turrow, J. (2005). Audience Construction and Culture Production: (Construction de l'audience et production de la culture:) Marketing Surveillance in the Digital Age (La surveillance du marketing à l'ère numérique). *Annals of the American Academy of Political and Social Science (Annales de l'Académie américaine des sciences politiques et sociales)*. 597 (1), 103-121. <https://doi.org/10.1177/0002716204270469>
- Centre pour la transparence (sans date). TikTok. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.tiktok.com/transparency/>. (Consulté le : 8 novembre 2022).
- Twitter (sans date). À propos de votre fil d'actualités sur Twitter. Disponible à l'adresse : <https://help.twitter.com/en/using-twitter/twitter-timeline> (consulté le : 4 novembre 2022).
- Nations Unies (1948). Déclaration universelle des Droits de l'Homme. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>.
- Bureau du Haut-Commissariat des Nations unies aux droits de l'homme (2017). Déclaration commune sur la liberté d'expression et les « fausses nouvelles », la désinformation et la propagande. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.ohchr.org/en/press-releases/2017/03/freedom-expression-monitors-issue-joint-declaration-fake-news-disinformation>. (Consulté le 18 novembre 2022.)
- Vinocur, N. (2019). How One Country Blocks the World on Data Privacy. (Comment un pays bloque le monde sur la confidentialité des données). Politico. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.politico.com/story/2019/04/24/ireland-data-privacy-1270123>. (Consulté le 18 novembre 2022.)
- Vosoughi, S., Roy, D. et Aral, S. (2018). The Spread of True and False News Online (La diffusion de vraies et fausses nouvelles en ligne). *Science*, 359(6380), pp. 1146-1151.
- Webster, J. et Ksiazek, T. (2012). The Dynamics of Audience Fragmentation: (La dynamique de la fragmentation de l'audience :) Public Attention in an Age of Digital Media. (L'attention du public à l'ère des médias numériques). *Journal of Communication*, 62(1), pp. 39-56.
- Whitt, R. (2021). Pirater les SEAM : Améliorer l'autonomie et la capacité d'action numériques pour les humains. *Colorado Technology Law Journal*. Disponible à l'adresse suivante : <https://ctlj.colorado.edu/?p=720>. (Consulté le : 1er septembre 2022)
- Whittlestone, J., Nyrup, R., Alexandrova, A. et Cave, S. (2019). The Role and Limits of Principles in AI Ethics: Towards a Focus on Tensions. (Le rôle et les limites des principes dans l'éthique de l'IA : se concentrer sur les tensions). Dans le compte-rendu de la conférence 2019 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society, pp. 195-200.
- Wilhelm, M., Ramanathan, A., Bonomo, A., Jain, S., Chi, E. H., and Gillenwater, J. (2018). Practical Diversified Recommendations on YouTube with Determinantal Point Processes. (Recommandations pratiques diversifiées sur YouTube avec des processus ponctuels déterminants). Dans : *Proceedings of the 27th ACM International Conference on Information and Knowledge Management*. pp. 2165-2173.
- Winseck, D. (2022). The Broken Internet and Platform Regulation: Promises and Perils (L'Internet brisé et la réglementation des plateformes : Promesses et périls.) Dans : Flew, T., Martin, F.R. (eds) *Digital Platform Regulation (Réglementation des plateformes numériques)* Palgrave Global Media Policy and Business. Palgrave Macmillan. Disponible à l'adresse suivante : https://doi.org/10.1007/978-3-030-95220-4_12
- Organisation mondiale de la santé (2022). Selon une nouvelle étude de l'OMS, l'infodémie et la désinformation ont un effet négatif sur les comportements en matière de santé des gens. Disponible sur : <https://www.who.int/europe/news/item/01-09-2022-infodemics-and-misinformation-negatively-affect-people-s-health-behaviours--new-who-review-finds>. (Consulté le : 15 octobre 2022.)
- Yeung, K. (2016). « Hypernudge » : Big Data as a Mode of Regulation by Design (Le Big Data comme mode de régulation par la conception.) *Information, Communication & Society* 20(1), pp. 118-136.
- Zhu, H., Yu, B., Halfaker, A. et Terveen, L. (2018). Value-Sensitive Algorithm Design: (Conception d'algorithmes sensibles à la valeur :) Method, Case Study, and Lessons. (Méthode, étude de cas et leçons). *Compte-rendu de l'ACM sur l'interaction homme-machine*, 2(CSCW), pp. 1-23.
- Zuboff, S. (2015). Big Other : Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization. *Journal of Information Technology*, 30(1), pp. 75-89.
- Zuboff, S. (2021). Vous êtes l'objet d'une opération secrète d'extraction. *The New York Times*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.nytimes.com/2021/11/12/opinion/facebook-privacy.html>.

Contact : contact@informationdemocracy.org

La rédaction de ce rapport a été réalisée grâce au soutien de :



**Forum
Information
& Démocratie**

RÉGIMES DE RESPONSABILITÉ POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ET LEURS UTILISATEURS

CADRE DE RÉGULATION

SEPTEMBRE 2022



Forum
Information
& Démocratie

SOMMAIRE

A propos du Forum sur l'information et la démocratie	3
A propos du groupe de travail	4
Avant-propos de Kjersti Løken Stavrum et Damian Tambini	5
Résumé exécutif	7
Définitions	10
Introduction : D'un régime d'immunité à un régime de responsabilité	12
1/ Les différentes formes de régulation	12
2/ Les décisions des plateformes concernant les comptes	13
3/ Des lacunes à combler	14
CHAPITRE 1 : La responsabilité des réseaux sociaux	16
1.1 Les droits des réseaux sociaux	17
1.2 Les obligations des réseaux sociaux	17
1.3 Les sanctions	24
CHAPITRE 2 : Un régime général de responsabilité	25
2.1 Les droits des détenteurs de compte	26
2.2 Les obligations des détenteurs de compte	28
2.3 Les sanctions	29
CHAPITRE 3 : Des régimes spéciaux	32
3.1 Les médias d'information et les journalistes	33
3.2 Les mineurs	34
3.3 Les influenceurs	34
3.4 Les comptes très influents	36
3.5 Les administrateurs de groupe	37
CHAPITRE 4 : Gouvernance	38
4.1 Niveau national	39
4.2 Niveau international	44
Remerciements	49
Bibliographie	52

À PROPOS DU FORUM SUR L'INFORMATION ET LA DÉMOCRATIE

Pour des garanties démocratiques dans l'espace global de la communication et de l'information



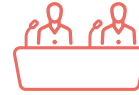
Commission sur l'information et la démocratie

Composition :

Lauréats du Nobel (paix, économie, littérature), spécialistes des nouvelles technologies, journalistes.

Mission :

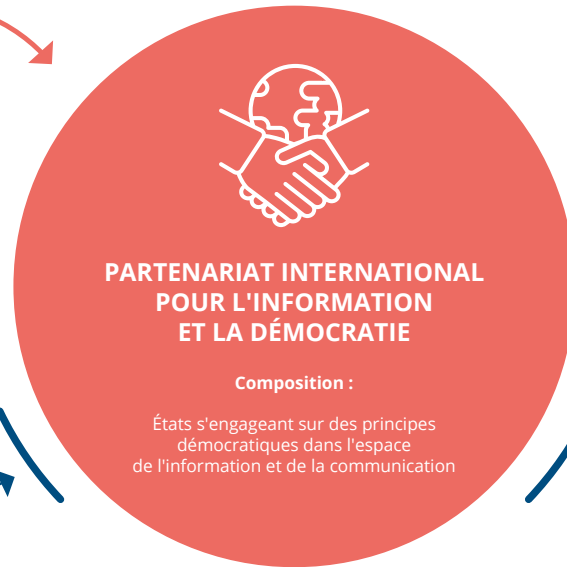
- A publié la Déclaration internationale qui fixe les principes universels pour l'information et la démocratie et inspire le Partenariat



Sommets annuels pour l'information et la démocratie

Objectifs :

- Renforcer la coopération internationale
- Travailler à la mise en œuvre des recommandations du Forum
- Favoriser la discussion entre société civile et gouvernements



ÉVALUATIONS



PUBLIE un rapport d'évaluation en amont des sommets du Partenariat

ÉVALUE les normes, structures et architectures de choix de l'espace de l'information et de la communication



Observatoire international sur l'information et la démocratie

Missions :

- Fournit aux États et à la société dans son ensemble des évaluations périodiques sur l'espace de l'information et de la communication

UN MÉCANISME DE MISE EN ŒUVRE



RECOMMANDATIONS

DÉVELOPPE des cadres pour la régulation à destination des États

RASSEMBLE l'état de l'art de la recherche et des recommandations



Groupes de travail internationaux

Missions :

- Rassemble des contributions internationales
- Propose des recommandations aux États

HÉBERGE

ORGANISE

MOBILISE



Organisations de la société civile et monde de la recherche

Missions :

- Contribuent au développement des recommandations et à l'évaluation de l'espace informationnel
- Promeuvent la mise en œuvre de garanties démocratiques dans cet espace

À PROPOS DU GROUPE DE TRAVAIL

Le groupe de travail sur les régimes de responsabilité des réseaux sociaux et de leurs utilisateurs a été annoncé lors du Sommet pour l'information et la démocratie qui s'est tenu en marge de l'Assemblée générale des Nations unies le 21 septembre 2021.

Il est composé d'un comité de pilotage et d'une équipe de rapporteurs. Le comité de pilotage a donné des orientations de travail aux rapporteurs et au Forum.

Un appel mondial à contributions a permis au groupe de travail de recueillir des contributions venant de différentes régions du monde et de différentes disciplines scientifiques.

MEMBRES DU COMITÉ DE PILOTAGE :

- **Kjersti Løken Stavrum**, co-présidente, PDG de Tinius Trust et présidente de PEN Norvège
- **Damian Tambini**, co-président, chercheur émérite au département des médias et des communications de la *London School of Economics*
- **Damian Collins**, député à la Chambre des Communes, Royaume-Uni
- **Timothy Garton Ash**, professeur d'études européennes, Université d'Oxford
- **Bernd Holznagel**, directeur de l'Institut du droit de l'information, des télécommunications et des médias, Université de Münster
- **Anette Novak**, directrice de l'Institut suédois du Film, ancienne directrice du Conseil des médias suédois
- **Jacob Mchangama**, directeur du think tank Justitia
- **Olivier de Frouville**, professeur de droit international, Université Paris-Panthéon-Assas
- **Richard Malka**, avocat spécialisé dans la liberté d'expression
- **Karuna Nundy**, avocate, Cour suprême de l'Inde

RAPPORTEURES :

- **Sarah Jamal**, maître de conférences en droit public, Université Paris Panthéon Assas
- **Anuchika Stanislaus**, analyste des politiques technologiques

AVANT-PROPOS

LA DÉMOCRATIE EST EN CRISE ET LA LIBERTÉ D'EXPRESSION EST MISE À MAL DANS LE MONDE ENTIER.

Par Kjersti Løken Stavrum et Damian Tambini

Co-présidents du groupe de travail

L'idée démocratique - selon laquelle la légitimité de l'autorité doit être fondée sur la libre délibération entre des citoyens égaux - est confrontée aux défis existentiels de la guerre, de la crise climatique et de la pandémie, dans un contexte d'inégalités et d'injustices croissantes. Une simple révision de la réglementation des médias ne peut pas réparer la démocratie ou garantir la liberté d'expression face à ces défis et aux régimes autoritaires qui cherchent à les exploiter. Une réforme profonde des réseaux sociaux est nécessaire - et de plus en plus urgente - pour un renouveau démocratique.

La transformation radicale des systèmes d'information promise par Internet était censée promouvoir la liberté d'expression et une société transparente, permettant une organisation sociale ascendante et un nouveau débat public pluraliste et décentralisé. Cette promesse peut encore devenir réalité. Mais ces dernières années ont montré qu'elle ne se réalisera pas sans un changement politique ni une nouvelle réflexion sur la liberté d'expression. Sans règles et institutions nouvelles, le modèle économique actuel des réseaux sociaux et leur gouvernance - ou leur absence de gouvernance - continueront à favoriser l'autoritarisme et la démagogie. Fondé non pas sur la qualité de l'information et la vérification des faits mais sur le simple engagement des utilisateurs, le fonctionnement de ces médias sociaux, qui est orienté, personnalisé et adapté en fonction des données individuelles, doit être réformé. Mais notre volonté de réformes ne saurait servir de prétexte pour restreindre la liberté d'expression.

Cette volonté politique de changement vient des citoyens. Nous avons été témoins de la menace que représentent ces nouveaux « contrôleurs d'accès »¹ à Internet - portant atteinte aux médias libres dignes de confiance ; fragmentant et dégradant le débat public ; sapant le socle commun factuel indispensable à la confiance sociale et à une société civile forte. Dans la courte histoire d'Internet, des tentatives successives ont été entreprises pour qu'il contribue davantage à l'amélioration de la société : en développant des codes « volontaires » d'éthique, en encourageant la responsabilité sociale plutôt que le profit, et en imposant un ensemble de nouvelles règles sur la modération des contenus. Ces tentatives ont toutefois été largement inefficaces. Lorsqu'elles ont mené à des changements, ces remèdes étaient parfois pires que la maladie, car ces nouvelles formes de gouvernance ont servi à étouffer la liberté de parole et à s'emparer des médias libres.

Le premier paradigme en matière de responsabilité des plateformes est né de la concurrence entre les États, qui cherchent à maximiser les avantages économiques d'Internet. La prochaine génération sera fondée sur la nécessité de protéger la démocratie et les droits de l'homme tels que la liberté d'expression. Au cours de la dernière décennie, des géants du numérique immensément puissants sont apparus sur Internet et les sociétés civiles doivent convenir de nouvelles approches pour s'assurer que le pouvoir de

¹ Ce concept anglais de *gatekeeper* désigne la capacité pour certaines plateformes numériques d'imposer leurs règles et leurs normes dans l'espace numérique.

contrôle de ces nouvelles entités soit utilisé dans l'intérêt public, et non pour servir des intérêts privés ou opaques. Ces géants occupent une position critique dans la démocratie : leur modération fonctionne de plus en plus comme des adjudications, c'est-à-dire des arbitrages privés, sur les droits fondamentaux tels que la liberté d'expression, alors qu'ils sont de plus en plus sollicités par l'État pour modérer et réguler le débat démocratique. C'est pourquoi ces géants du numérique concluent des accords réglementaires avec les gouvernements du monde entier, ce qui constitue à la fois une opportunité et un danger pour la liberté d'expression et la démocratie.

Une véritable réforme prendra du temps. Le développement d'une nouvelle culture pour la responsabilité en ligne et d'une régulation équilibrée ne sera ni rapide, ni facile. Il s'agit d'un processus mondial, sur plusieurs niveaux, qui nécessite une coordination complexe entre de multiples parties prenantes. Et surtout : les réformes bénéfiques pour les démocraties pourraient avoir l'effet inverse dans les régimes totalitaires.

Ce dur travail de réforme des médias et des systèmes d'information a commencé. De nombreux pays ont présenté, et même adopté, de nouvelles lois, codes et réglementations visant à réformer radicalement les dispositions avantageuses des réseaux sociaux et autres intermédiaires numériques. Mais étant donné les menaces qui pèsent sur la liberté d'expression, ce processus d'expérimentation et de création d'institutions ne peut pas se faire uniquement dans un ou quelques pays. Il doit se faire au travers d'un véritable partenariat multilatéral et l'établissement de normes et d'institutions mondiales.

Avant tout, une réforme de gouvernance réussie exige un accord international clair sur des principes. Les recommandations de ce rapport constituent une avancée claire et décisive pour la révision des systèmes médiatiques libres et pour les réconcilier avec un nouvel écosystème de réseaux sociaux qui favorise la démocratie. Tous les États souhaitant garantir la liberté d'expression devraient de toute urgence leur apporter leur soutien.

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

D'UN RÉGIME D'IMMUNITÉ À DES RÉGIMES DE RESPONSABILITÉ

- > Ces dernières années, l'espace de l'information et de la communication a été radicalement restructuré par les plateformes numériques et les comptes utilisés sur les réseaux sociaux.
- > Aucune disposition légale ne prévoit comment les plateformes doivent gérer les comptes d'utilisateur, ce qui donne aux entreprises une totale liberté pour établir les droits, les devoirs et les sanctions applicables à ces comptes.
- > Parce qu'elles définissent et appliquent leurs propres règles et décident unilatéralement comment sanctionner les comptes d'utilisateurs, les plateformes détiennent le pouvoir de décider qui peut ou ne peut pas participer au débat public qui prend place sur leurs services.
- > Compte tenu de l'importance que les plateformes ont prise dans la structuration du débat public, ce type de décisions devrait être encadré par des institutions démocratiques et suivre des principes démocratiques. En bref, il est nécessaire d'établir des régimes de responsabilité.
- > Cette responsabilité envers les autorités démocratiques doit s'inscrire dans un nouveau cadre de gouvernance national et international.

Ce rapport développe des régimes de responsabilité pour les plateformes numériques et leurs utilisateurs. Les recommandations présentées ci-dessous sont le résultat d'un appel à contributions international, d'une série d'entretiens et de recherches menés par le groupe de rapporteuses travaillant sous la direction d'un comité de pilotage. Ces recommandations s'adressent aux États, aux plateformes de réseaux sociaux, aux organisations de la société civile et aux utilisateurs des réseaux sociaux.

Les régimes de responsabilité recommandés dans ce rapport doivent être envisagés dans le cadre du droit international encadrant les droits de l'homme, en particulier les articles 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme et du Pacte international relatif aux droits civils et politiques. Aucune recommandation de ce rapport ne saurait être interprétée ou utilisée comme prétexte par un État, un groupe ou une personne pour saper ou miner l'exercice des libertés et des droits de l'homme.

Un régime général de responsabilité

Les plateformes devraient :

- > Créer et appliquer un régime général de responsabilité pour les utilisateurs de réseaux sociaux qui définirait les droits, devoirs et sanctions applicables aux détenteurs de comptes ;
- > Détailler, dans le cadre du régime général de responsabilité, quels types de contenu (par exemple, la désinformation, la mésinformation, les discours de haine) et pratiques (comme le signalement massif, l'astroturfing, les comportements coordonnés inauthentiques) devraient engager la responsabilité des détenteurs de compte.

Les États devraient :

- > S'assurer que les sanctions appliquées sur les réseaux sociaux (limitation de la visibilité, suspension ou fermeture d'un compte, par exemple) soient prises dans le respect des droits de l'homme, c'est-à-dire que la sanction doit avoir une base légale, poursuivre un objectif légitime et être proportionnée ;
- > Mettre en place un mécanisme d'appel permettant aux détenteurs de comptes de contester les décisions des plateformes, en faisant appel à une autorité judiciaire.

Des régimes spéciaux

Les plateformes devraient :

- > Créer des régimes spéciaux pour les médias d'information et les journalistes, les influenceurs, les comptes très influents et les administrateurs de groupes, étant donné leur importance dans la formation du débat public et leur capacité à l'influencer ;
- > Créer un régime spécial pour les mineurs ;
- > Créer un code de conduite pour les influenceurs, les comptes très influents et les administrateurs de groupes afin d'encadrer leur activité ;
- > Imposer des sanctions qui reflètent le niveau d'influence de l'utilisateur et sa capacité à nuire.

La responsabilité des réseaux sociaux

Les plateformes devraient :

- > Créer des procédures internes d'appel permettant aux utilisateurs de contester un processus de modération ou n'importe quelle sanction prise par la plateforme ;
- > Avoir le droit de soumettre des cas spécifiques à des instances de régulation nationales ou transnationales pour demander des recommandations et fournir des rapports de transparence sur le fonctionnement de ces mécanismes.

Les États devraient :

- > Tenir les plateformes responsables en fonction de leur influence et de l'impact de leur action ;
- > Tenir les plateformes responsables quant au respect du droit national et international. Le droit international devrait être privilégié quand il est le plus favorable aux utilisateurs de compte ;
- > Imposer aux plateformes un devoir de transparence et une obligation d'information des détenteurs de compte lors de la mise en oeuvre de sanctions ;
- > Tenir les plateformes responsables quant à l'application des décisions des autorités et à l'application de sanctions ou de rétablissement de comptes conformément à leurs demandes.

La Gouvernance

Les États devraient :

Au niveau national, établir une nouvelle autorité administrative indépendante ou renforcer une autorité compétente déjà existante.

- > Cette autorité devrait avoir pour mandat de fournir de l'aide aux utilisateurs de services en ligne, de superviser les plateformes, de servir de pôle de recherche et d'émettre des conseils au niveau national en matière de politiques publiques et de réglementations.
- > Cette autorité devrait disposer des moyens et des ressources nécessaires pour atteindre ses objectifs. Une taxe spécifique sur les grandes plateformes numériques devrait être utilisée pour financer cette autorité.
- > Les décisions prises par l'autorité devraient être contraignantes pour les réseaux sociaux et entièrement indépendantes du pouvoir exécutif des États et des intérêts privés.

Créer une entité transnationale. Cette entité devrait :

- > Avoir le mandat de vérifier l'application des régimes de responsabilité par les États et les plateformes ;
- > Inclure un organe de règlement des différends fonctionnant sur les principes de l'arbitrage ;
- > Inclure un organe d'aide à la recherche chargé de collecter, consolider et conserver les informations et les preuves de violations du droit international humanitaire et de violations et d'abus des droits de l'homme.

DÉFINITIONS

1/ LES ENTITÉS

Les **réseaux sociaux** sont une catégorie de sites web avec des profils à URL unique, où chaque compte de profil peut écrire un commentaire public sur un autre profil (il peut disparaître au bout d'un certain temps ou lors de sa suppression), et où chaque détenteur de profil peut naviguer¹ sur le réseau par une série de connexions.

Les **fournisseurs de services en ligne**, comme l'énonce la Déclaration internationale sur l'information et la démocratie, sont des entités qui contribuent à structurer l'espace de l'information et de la communication en créant les moyens techniques, les architectures de choix et les normes de l'information et de la communication. Cela inclut les plateformes numériques (« plateformes »), qui sont définies comme : « *les sites et services en ligne qui (a) hébergent, organisent et font circuler les contenus partagés ou les interactions sociales des utilisateurs, (b) sans avoir produit ou commandé (la majeure partie) de ces contenus, et (c) s'appuient sur une infrastructure, sur laquelle circulent ces informations, pour traiter les données à des fins de service à la clientèle, de publicité et de profit.* »²

Dans ce rapport, les termes « plateformes » et « fournisseurs de services en ligne » sont utilisés indifféremment.

Ce rapport ne concerne pas toutes les plateformes, mais uniquement celles qui fournissent des services de réseaux sociaux dont l'activité contribue au débat public dans nos sociétés démocratiques.

Il convient de distinguer les fournisseurs de services/plateformes en ligne des :

- > **Services d'hébergement** : des services qui consistent à stocker à la demande du bénéficiaire du service des informations qu'il fournit (tels que l'hébergement web ou les services *cloud*) ;
- > **Services intermédiaires** : des services de « simple transport » qui consistent à transmettre dans un réseau de communication des informations fournies par un bénéficiaire, ou à fournir un accès à un réseau de communication (par exemple, les fournisseurs de services Internet).

Très grandes plateformes en ligne (TGPEL) : désignent les plateformes qui atteignent un seuil d'au moins 10% des consommateurs du marché régional.

2/ TYPES DE CONTENUS

Désinformation : Information fautive et délibérément créée pour nuire à une personne, un groupe social, une organisation ou un pays.³

Mésinformation : Information fautive mais qui n'a pas été créée dans l'intention de nuire.⁴

Légal mais néfaste : Contenu légal mais jugé néfaste par la plateforme.

Les **rumeurs** : Les affirmations qui ne reposent pas sur leur valeur de vérité intrinsèque mais dont l'influence découle de leur transmission sociale elle-même.⁵

Théories du complot : La croyance qu'un groupe caché d'individus puissants exerce un contrôle sur certains aspects de la société.⁶

1 Boyd, Danah M. & Nicole B. Ellison (2007).

2 Gillespie, Tarleton (2018).

3 UNESCO (2018).

4 Ibid.

5 Berinsky, A.J. (2015)

6 Vermeule, Adrian & Cass Sunstein (2009)

3/ LA MODÉRATION ET LA CURATION DE CONTENU

Modération de contenu : Lorsque les plateformes numériques analysent et filtrent le contenu généré par les utilisateurs sur la base de leurs propres règles et directives afin d'apprécier s'il faut héberger ou continuer à héberger certains éléments de contenu en vertu de leurs conditions de service. Ces décisions incluent le retrait de contenus, de manière permanente, temporaire ou par zone géographique.⁷

Curation de contenu : Décisions concernant la portée, la visibilité ou l'amplification de certains contenus. Il peut s'agir de booster, d'invisibiliser ou de rétrograder les contenus.⁸

4/ LA RÉGULATION

Régulation : Tout instrument juridique ou réglementaire contraignant que les institutions publiques locales, nationales ou régionales adoptent par le biais de leurs processus législatifs.⁹

Autorégulation : Les plateformes en ligne définissent le type de contenu acceptable dans le cadre de l'utilisation de leurs services, souvent par l'élaboration de leurs propres conditions d'utilisation. Les plateformes effectuent cette régulation principalement de deux manières : par la modération ou la curation du contenu.¹⁰

Co-régulation : Un système dans lequel les orientations générales et les résultats attendus des politiques des plateformes sont définis, avec la contribution de multiples secteurs, dans un instrument juridique qui doit être appliqué directement par les plateformes en prenant en compte les contextes locaux et régionaux, et conformément aux principes des droits de l'homme. Un organisme approprié, présentant des garanties d'indépendance et d'autonomie, doit superviser l'application de ces normes par les entreprises. La co-régulation devrait inclure la société civile et pourrait éventuellement exclure les gouvernements.

7 Access Now (2020).

8 Ibid.

9 Ibid.

10 Ibid.

INTRODUCTION

D'UN RÉGIME D'IMMUNITÉ À UN RÉGIME DE RESPONSABILITÉ

Comme l'énonce la Déclaration internationale sur l'information et la démocratie, l'espace mondial de l'information et de la communication est un bien commun de l'humanité qui revêt une grande valeur pour la démocratie. À ce titre, sa gestion devrait être fondée sur des institutions et des principes démocratiques.

Les plateformes numériques structurant cet espace détiennent un pouvoir considérable sur la capacité des citoyens à participer au processus démocratique, étant donné que les utilisateurs se servent de ces interfaces pour exercer leur droit à l'information et leur liberté d'expression et d'opinion. Ce pouvoir de façonner le débat public et la vie démocratique doit s'accompagner de garanties indissociables en matière de responsabilité.

Pourtant, la situation et la réglementation actuelles de l'espace numérique démontrent le contraire, particulièrement en ce qui concerne la gestion des comptes par les réseaux sociaux. Il y a trop peu de supervision et de transparence. Nous devons passer de l'immunité à la responsabilité.

1/ LES DIFFÉRENTES FORMES DE RÉGULATION

Le droit international traditionnel en matière de liberté d'expression a été élaboré pour garantir la liberté d'expression tout en déterminant des restrictions raisonnables à ce que les citoyens peuvent ou ne peuvent pas dire. Des normes internationales ont été formulées, notamment dans l'article 19 du Pacte international relatif aux droits civils et politiques (PIDCP), qui dispose que ces restrictions « *doivent toutefois être expressément fixées par la loi et qui sont nécessaires : a) au respect des droits ou de la réputation d'autrui ; b) à la sauvegarde de la sécurité nationale, de l'ordre public, de la santé ou de la moralité publiques* ». ¹¹ Les standards internationaux des droits de l'homme, et en particulier l'article 19 du PIDCP, devraient servir de premier cadre de référence concernant les décisions et les pratiques systémiques et individuelles de modération de contenu. En tant que tel, le Pacte international relatif aux droits civils et politiques doit primer en cas de contradiction avec des instruments internationaux ou régionaux relatifs aux droits de l'homme.

Cela implique que les pratiques de modération de contenu doivent être légitimes, nécessaires et proportionnelles dans le cadre de l'article 19(3) du PIDCP (restrictions à la liberté d'expression) qui définit les motifs de limitation de la liberté d'expression. Pour les discours de haine, les critères applicables devraient se baser sur l'article 20(2) du PIDCP (interdiction de l'appel à la haine) et prendre en considération la grille d'évaluation du seuil en six points du Plan d'action de Rabat concernant le contexte, le locuteur, l'intention, le contenu et la forme, l'ampleur de la diffusion et la probabilité d'un préjudice imminent avant d'appliquer des mesures. En ce qui concerne la désinformation, il convient de se conformer aux dispositions des articles 19(3) et 25 (droit de participer aux votes et aux élections) du PIDCP. En outre, les politiques de suppression vagues et générales sont incompatibles avec l'article 19 et seule la désinformation entraînant un préjudice réel et immédiat devrait faire l'objet des mesures restrictives les plus intrusives, comme la suppression du contenu. Pour déterminer les limites de la désinformation,

¹¹ Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights (1966).

le contenu du message, son contexte, son impact, sa probabilité de causer un préjudice imminent et l'intention de l'auteur doivent être des paramètres décisifs.

Toutes les démocraties considèrent la liberté d'expression comme le fondement de leur régime politique, même s'il peut y avoir des interprétations culturelles différentes sur le caractère raisonnable de certaines restrictions à la liberté d'expression. Les lois et réglementations nationales peuvent prendre différentes formes dans le cadre d'une conception démocratique commune : celles-ci peuvent aller d'une absence d'intervention de l'État, la liberté d'expression est alors considérée comme la valeur la plus forte et la plus nécessaire, au détriment des autres, à un modèle plus interventionniste dans lequel l'intervention de l'État apparaît comme une garantie supplémentaire d'effectivité de cette liberté. L'effectivité de la liberté d'expression dans les pays démocratiques repose sur le caractère raisonnable des restrictions d'expression et sur l'encadrement de son application par l'État de droit.

Les lois actuelles sur la liberté d'expression permettent de statuer sur la légalité ou l'illégalité du contenu et, dans les cas pertinents, de définir le dédommagement que le contrevenant doit verser à la victime pour le préjudice subi. Ces lois s'appliquent à tous les participants au débat public en ligne et hors ligne.

De longue date, les médias ont joué un rôle central dans la formation du débat public et, à ce titre, ils ont été soumis à une réglementation spécifique (le droit des médias), tant pour garantir la liberté de la presse que pour fixer des exigences de base en matière de fiabilité et de pluralité de l'information.

Le droit des médias définit les droits et, plus souvent, les obligations des médias d'information et du public. Les médias d'information et leurs directeurs éditoriaux sont responsables de leurs publications et peuvent être poursuivis pour des délits de presse tels que la diffamation ou la violation de la vie privée. Traditionnellement, ils suivent des normes éthiques et professionnelles auto-réglementées¹² pour respecter la vérité et accorder des droits au public, tels que le droit de réponse ou de correction. Des obligations de fournir à leur public des informations pluralistes leur sont souvent imposées, notamment dans le domaine audiovisuel. Parallèlement à ces devoirs, les médias d'information ont reçu des droits spécifiques pour servir l'intérêt public et les droits fondamentaux du public, sans aucune interférence des autorités publiques ou des intérêts privés.

Ces dernières années, l'espace de l'information et de la communication a été radicalement restructuré par les plateformes numériques, qui ne sont pas tenues responsables du contenu qu'elles hébergent sur leurs services. Elles ont donné naissance à un nouvel acteur de l'espace de l'information et de la communication : les comptes des réseaux sociaux. Aucune disposition légale ne précise comment les plateformes doivent gérer les comptes, ce qui laisse aux entreprises technologiques une complète latitude pour définir les droits, les devoirs et les sanctions applicables à ces comptes.

2/ LES DÉCISIONS DES PLATEFORMES SUR LES COMPTES

Les droits, devoirs et sanctions relatifs aux comptes ne sont pas encadrés par la loi, mais uniquement par les conditions générales d'utilisation établies par les plateformes, le plus souvent à des fins commerciales et sans diligence raisonnable quant à leur impact sur les droits de l'homme et la démocratie. En raison de leur application internationale, indépendamment des frontières et des cultures, ces conditions générales ne sont pas toujours conformes au droit international ou national.

En cas de violation de leurs conditions d'utilisation, les plateformes ont pris des sanctions à l'encontre des comptes, allant de la réduction de la portée d'un compte spécifique au bannissement définitif de l'utilisateur. Ces décisions ont un impact majeur sur le débat public, en particulier lorsqu'il s'agit de personnalités publiques, de responsables politiques ou de leaders d'opinion, et sont prises sans qu'il soit nécessaire de rendre des comptes au public ou à une autorité indépendante.

¹² Par exemple, la Déclaration des devoirs et des droits des journalistes, également connue sous le nom de Charte de Munich, définit dix devoirs et cinq droits pour la profession de journaliste. Pour plus d'information, voir : European Federation of Journalists (1971).

Les plateformes ont également pris des mesures supplémentaires pour fournir des informations ou du contexte sur les comptes, en vérifiant ou catégorisant certains d'entre eux. La politique de Twitter concernant la certification des comptes de médias gouvernementaux et affiliés à l'État ou encore la politique de vérification des profils de Facebook, illustrent ces efforts d'autorégulation visant à protéger l'intégrité du débat public, en accordant parfois aux comptes de personnalités publiques des exemptions de modération spécifiques.¹³

Mais cette autorégulation des comptes reste préoccupante du fait de son opacité et son caractère arbitraire et unilatéral. D'une part, les plateformes numériques ne sont pas tenues responsables de l'application de leurs propres conditions générales et accordent parfois des privilèges à certains détenteurs de comptes, ce qui leur permet d'enfreindre les politiques de la plateforme.¹⁴ D'autre part, d'autres détenteurs de compte sont confrontés à des décisions de modération inexplicables et discrétionnaires, alors même qu'ils sont publiquement reconnus comme des sources d'information fiables et professionnelles.¹⁵ En l'absence de diligence raisonnable en matière d'impact de leurs règles et politiques internes, les plateformes ont adopté des pratiques préjudiciables aux droits de leurs utilisateurs.

L'impossibilité pour les détenteurs de comptes de contester convenablement les sanctions appliquées par les plateformes est également problématique. Premièrement, le *shadow banning* ou d'autres sanctions non signalées empêchent les détenteurs de comptes d'exercer leur droit de recours, par manque de connaissance de la sanction. Deuxièmement, la procédure d'appel est souvent effectuée dans le cadre de mécanismes internes obscurs. Chaque entreprise a développé ses propres modalités et mécanismes d'appel, consistant en général à un nouveau passage en revue du contenu par l'équipe d'assistance.¹⁶ L'exception la plus célèbre est le Conseil de surveillance de Meta, qui est composé d'experts indépendants. Depuis 2020, le Conseil a sélectionné les cas de suppression ou de suspension les plus complexes et a décidé, en seconde instance, si la modération était appropriée ou devait être annulée. Meta peut également demander au Conseil de surveillance des recommandations sur des questions de modération délicates, mais celles-ci ne sont pas contraignantes.

Avec leurs propres normes et leurs décisions unilatérales de sanctionner des comptes, les plateformes détiennent le pouvoir de décider qui peut ou ne peut pas participer au débat public ayant lieu sur leurs services. Compte tenu du rôle que ces plateformes ont pris dans la structuration du débat public, ces types de décisions devraient être encadrés et contrôlés par des institutions démocratiques, et selon des principes démocratiques.

3/ DES LACUNES À COMBLER

Des droits et obligations spécifiques doivent être définis pour les détenteurs de comptes et les plateformes numériques afin d'établir un cadre clair respectant les droits de l'homme et les principes de l'État de droit. Ce cadre démocratique doit établir des sanctions nécessaires, proportionnées et équitables en cas de violation de ces droits et obligations, y compris en cas de violation des conditions générales d'utilisation par les détenteurs de comptes.

Une procédure de sanction équitable et transparente doit être mise en place pour empêcher les plateformes de modérer de manière opaque et arbitraire. Elle doit offrir aux détenteurs de compte un droit de recours auprès d'un mécanisme interne de règlement des différends établi par la plateforme, et

13 Twitter (2019).

14 Plusieurs exemples pourraient être mentionnés, tels que le programme interne XCheck de Facebook, révélé par le Wall Street Journal en septembre 2021, et la modification par Meta de sa politique de glorification de la violence dans certains pays d'Europe et d'Asie centrale. Pour plus d'informations, voir respectivement : Horwitz, Jeff (2021) et Vengattil, Munsif & Elizabeth Culliford (2022).

15 Pour ne citer que quelques cas : le cas du journaliste français David Thomson, le récit du magazine The Kashmir Walla en Inde, ou encore le récit de l'organe d'information d'investigation équatorien Periodismo de Investigación. Pour plus d'informations, voir respectivement : Reporters sans frontières (2016), Reporters sans frontières (2021) et Observacom (2022).

16 Pour plus d'informations sur les politiques de chaque plateforme, voir l'analyse comparative "Comment faire appel" de Electronic Frontier Foundation (EFF), consulté le 18 août 2022 via : <https://www.onlinecensorship.org/en/pages/1214ccb8-e1d5-472a-91e8-745d895b4dff>.

les informer sur les moyens de saisine d'une autorité nationale ou d'un tribunal au cas où ils souhaiteraient faire appel de la décision interne.

Ce passage d'un régime d'immunité à des régimes de responsabilité pour les plateformes et les détenteurs de compte est essentiel pour garantir le légitime contrôle des institutions démocratiques sur le débat public. Cette redevabilité envers les autorités démocratiques doit s'inscrire dans un nouveau cadre de gouvernance. Une autorité administrative nationale devrait être mandatée pour s'assurer que les plateformes numériques respectent toutes leurs obligations et les droits de leurs détenteurs de compte. Les utilisateurs devraient avoir facilement accès à des institutions judiciaires indépendantes dédiées aux litiges impliquant les plateformes.

Le pouvoir que les plateformes numériques détiennent sur le débat public dépasse largement l'échelle nationale. Pour contrebalancer leur influence considérable sur l'espace mondial de l'information et de la communication, les institutions nationales ne suffiront pas : des organismes internationaux doivent être créés ou mandatés pour garantir le respect des droits humains universels par les plateformes et les tenir responsables en vertu du droit international.

Alors que les dernières législations sur les plateformes numériques étaient principalement axées sur la réduction des risques systémiques qu'elles représentent pour la société,¹⁷ aucune initiative législative ne vise à combler les vides problématiques qui entourent la responsabilité des plateformes et des utilisateurs concernant les comptes et leur contenu.

Ce rapport développe des régimes de responsabilité pour les plateformes numériques et leurs utilisateurs. Conformément aux principes de la Déclaration internationale et du Partenariat pour l'information et la démocratie, il entend créer des garanties démocratiques protégeant l'exercice de la liberté d'opinion et d'expression et le droit à l'information dans l'espace numérique de l'information et de la communication.

17 Nous pouvons voir cette approche dans la législation sur les services numériques (DSA sous son acronyme en anglais) adoptée dans l'UE (voir annexe 1) ou dans le projet de loi sur la sécurité en ligne (Online Safety Bill) au Royaume-Uni.

Chapitre 1 :

La responsabilité des réseaux sociaux

Il est essentiel que les réseaux sociaux respectent les principes et les garanties qui protègent la nature démocratique de l'espace de l'information et de la communication. Conformément à la Déclaration internationale sur l'information et la démocratie, les réseaux sociaux doivent être responsables en proportion de leur influence et de l'impact de leur contribution.

1.1 LES DROITS DES RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux devraient avoir le droit de :

Demander conseil à un organisme de régulation transnational

Les plateformes peuvent faire appel à l'expertise de l'organisme de réglementation transnational lorsqu'elles sont confrontées à une situation difficile.

Établir une définition du contenu jugé légal mais néfaste

Les réseaux sociaux ont le droit d'inclure dans leurs conditions générales une définition des contenus considérés comme légaux mais néfastes, et de prendre des décisions de modération appropriées¹⁸ pour atténuer leur diffusion, si les conditions suivantes sont remplies :

- leur définition devrait être élaborée dans le cadre d'un processus de délibération inclusif, avec la participation des personnes, des communautés et des organisations de la société civile concernées;
- tant la définition que les décisions prises sur sa base doivent être conformes aux standards internationaux des droits de l'homme, notamment à l'article 19 du PIDCP.

1.2 LES OBLIGATIONS DES RÉSEAUX SOCIAUX

Nous recommandons aux réseaux sociaux de s'engager à respecter les obligations suivantes en ce qui concerne leur relation avec les utilisateurs, leur conformité avec les demandes des autorités et leurs prises de décisions.

Droit national et international

Les réseaux sociaux devraient respecter les obligations qui leur incombent en vertu du droit international¹⁹ et du droit national conforme aux obligations internationales des États dans le domaine des droits de l'homme et des libertés fondamentales. Dans l'esprit de l'alinéa 2 de l'article 5 du PIDCP, les réseaux sociaux devraient appliquer la loi la plus favorable aux droits de l'homme et spécifiquement à la liberté d'expression de l'utilisateur qui a posté le contenu.

Processus de décision équitable et transparent

Les réseaux sociaux devraient respecter cinq principes dans leurs solutions de modération : les principes de personnalisation, de compatibilité, de communauté, de précaution et de décentralisation.²⁰ De plus, la procédure de modération doit être nécessaire, proportionnée et conforme aux principes de leurs conditions de service.

Les plateformes devraient analyser une série de paramètres avant de prendre toute décision de blocage, de démonétisation ou de promotion de contenus ou de comptes, que cette décision soit prise par des pratiques de modération automatisées ou par des modérateurs humains, en prenant en compte :

- la qualité de l'expéditeur (il convient d'être plus prudent pour les journalistes ou les personnes ayant un haut niveau d'influence) ;
- l'intention de l'auteur de la publication (l'image est-elle postée dans un but militant/informationnel, etc.) ;

18 Sander, Barrie (2020).

19 United Nations (2011).

20 Ermoshina, Ksenia (2022).

- le format du message et le contexte entourant son contenu ;
- la probabilité d'un préjudice imminent pour les utilisateurs et le public ;
- l'étendue de la diffusion du contenu ;
- la participation (ou non) de l'information à un débat d'intérêt général dans la société.

Modération automatisée du contenu

Les réseaux sociaux devraient expliquer la logique de l'algorithme et les critères auxquels il répond. Les algorithmes devraient suivre un **principe d'explicabilité** envers les utilisateurs et expliquer²¹ :

- le nombre de fois où le contenu a été sélectionné, modéré et ordonné ;
- les chiffres détaillés pour chaque action de modération effectuée ;
- les critères et les données utilisés pour entraîner les algorithmes à identifier, modérer, hiérarchiser et personnaliser le contenu ;
- la collecte de données, y compris des données personnelles ;
- les biais des données et les biais reproduits par les algorithmes ;
- les mauvais usages et abus potentiels des algorithmes, les taux de faux positifs / faux négatifs ;
- les procédures utilisées pour corriger les erreurs.

Les plateformes devraient mettre en place des équipes dédiées à la qualité du dialogue avec les utilisateurs à travers un service de médiation pour s'assurer que les utilisateurs comprennent correctement les informations. Les explications de l'algorithme devraient être fournies dans toutes les langues dans lesquelles le réseau social opère.

Les plateformes doivent organiser une forme de « joignabilité » des systèmes algorithmiques, notamment en identifiant systématiquement au sein de chaque entreprise ou administration une équipe responsable du fonctionnement d'un algorithme dès lors qu'il traite des données personnelles. Cette équipe doit être facilement joignable et avoir les moyens de répondre rapidement aux demandes reçues. Cela pourrait se faire grâce à :

- la mise en place d'équipes dédiées à la qualité du dialogue avec les utilisateurs ;
- mettre en place un service de médiation pour s'assurer que les utilisateurs comprennent les informations dont ils ont besoin.

Efficacité des procédures de signalement

Les réseaux sociaux devraient mettre en œuvre pour chaque détenteur de compte une procédure de signalement efficace²² qui réponde aux principes d'accessibilité, de clarté et de lisibilité. Les utilisateurs doivent être informés immédiatement si un contenu est retiré, bloqué, rétrogradé ou démonétisé, ou si un avertissement est associé au contenu.

Les réseaux sociaux devraient mettre en place une procédure de signalement encadrée pour signaler les contenus répréhensibles sur les plateformes, comme ceux qui constituent un appel au terrorisme. De plus, l'utilisateur qui a signalé le contenu devrait être informé de l'évolution de sa demande. La **procédure de signalement devrait être simplifiée** : il devrait être possible de faire le signalement en trois clics maximum et elle devrait être standardisée sur toutes les plateformes.

Procédure d'appel

Afin de garantir un procès équitable aux utilisateurs, les réseaux sociaux devraient s'engager à mettre en place des processus d'appel.²³ Cela inclut une instance d'appel où contester des décisions de *shadow-banning*, et l'établissement d'un dialogue entre les utilisateurs et les équipes responsables du fonctionnement des algorithmes utilisant les données personnelles. Ces équipes devraient être représentatives et formées sur l'impact de leur activité.

21 Ermoshina, Ksenia (2022).

22 Council of Europe (2021).

23 Common, MacKenzie, (2019).

Régimes spéciaux

Les réseaux sociaux devraient reconnaître, au minimum, les régimes spéciaux identifiés au chapitre 3 de ce rapport et établir des procédures pour s'adapter en conséquence à ces droits et devoirs supplémentaires.

Coopération avec d'autres entités

Les réseaux sociaux devraient soumettre à un tribunal arbitral les litiges concernant la modération du contenu quand la situation présente un certain niveau de complexité (un cas qui concernerait une personne publique internationale devrait être considéré comme une affaire complexe).

Ils devraient, de leur propre initiative, transmettre à un mécanisme d'enquête international toute information contribuant à démontrer la violation des droits de l'homme, ou tout acte illégal qualifié de crime grave (génocide, crime contre l'humanité, crime de guerre), ainsi que toute information pertinente demandée par ce mécanisme d'enquête.

La plateforme devrait transmettre l'élément identifiant l'utilisateur à une autorité judiciaire indépendante en cas de procédure judiciaire sous certaines conditions :

- l'acte doit être considéré comme illégal en vertu d'une loi nationale conforme au droit international des droits de l'homme.
- l'État doit avoir un rang élevé au regard des principes de justice et de liberté d'opinion et d'expression fixés par l'organisme de régulation transnational. Si l'organisme de régulation transnational est persuadé que les droits de l'homme des utilisateurs seront respectés, l'identité des utilisateurs peut être révélée à l'autorité.
- l'identification de l'utilisateur doit être demandée par une autorité judiciaire indépendante et impartiale dans le cadre d'une procédure respectant les principes d'un procès équitable.

Les **autorités compétentes** devraient²⁴ :

- avoir accès aux données permettant d'identifier les personnes qui ont posté le contenu problématique ;
- avoir accès au contenu concerné ;
- mettre en place une transmission automatique d'alerte vers une plateforme publique dédiée, voire une plateforme accessible par les enquêteurs internationaux.

Respect des décisions des autorités

Les réseaux sociaux devraient s'engager à respecter les décisions des autorités nationales qui sont conformes aux standards internationaux des droits de l'homme.

Lorsqu'une autorité judiciaire indépendante prive le détenteur du compte de l'accès au réseau social, **la plateforme a l'obligation d'appliquer la sanction.**

Coopération avec l'organisme de réglementation transnational

Les réseaux sociaux devraient s'engager à collaborer et coopérer avec l'organisme de régulation transnational (voir chapitre 4).

Nomination d'un directeur juridique

Il est essentiel que les réseaux sociaux s'engagent à nommer un directeur légal pour assurer leur représentation dans les États dans lesquels ils opèrent. Le directeur juridique sera le principal interlocuteur des autorités nationales compétentes et représentera les plateformes dans les procédures judiciaires.

Responsabilité algorithmique

Les réseaux sociaux devraient s'engager à être responsables des dommages causés par leurs algorithmes. Tout réseau social utilisant des algorithmes qui créent une expérience utilisateur toxique, par exemple en

24 Heldt, Amélie & Stephan Dreyer (2021).

amplifiant les contenus haineux, devrait être désigné comme producteur de contenu et tenu responsable du préjudice causé.

Indemnisation des victimes

Les réseaux sociaux devraient s'engager à mettre en place une procédure respectant les principes du procès équitable afin de déterminer l'existence d'un préjudice, ainsi que la forme et le montant de l'indemnisation requise pour la victime.

Ils devraient avoir la capacité de **procéder à une indemnisation** si et quand une erreur de modération a imposé une perte financière à l'utilisateur.

Conditions générales d'utilisation

Les réseaux sociaux devraient rendre publiques leurs politiques concernant les contenus et les comportements générés par les utilisateurs qui sont autorisés ou non : pour les règles relatives aux contenus et au ciblage publicitaire ; pour la modération, le classement et le ciblage des contenus ainsi que pour les recommandations de socialisation (suggestions de nouveaux "amis", pages et comptes à suivre, etc.) ; et pour le traitement et la divulgation des données des utilisateurs. Les conditions générales d'utilisation doivent être claires pour que les utilisateurs puissent y accéder et les comprendre, et doivent préciser les sanctions applicables aux détenteurs de comptes en cas de non-respect.

Les conditions générales devraient aligner leurs définitions des contenus problématiques, tels que le « discours de haine » et l'« apologie du terrorisme », sur celles élaborées par les institutions internationales publiques, telles que les organes des traités des Nations unies concernés, les entités mandatées dans le cadre de procédures spéciales et d'autres experts, comme l'OMS, et les tribunaux internationaux.²⁵

Modification des conditions générales d'utilisation

Les réseaux sociaux devraient mettre en place **une procédure publique et transparente de modification** de leurs conditions générales d'utilisation et prévoir des mesures transitoires appropriées.

- En cas de mise à jour, les utilisateurs devraient être informés et avoir accès aux versions précédentes de la charte d'utilisation, ainsi qu'aux raisons pour lesquelles elle a évolué.
- Les conditions générales doivent être faciles à trouver sur le site lors de l'inscription et lors de l'utilisation générale des plateformes, et être disponibles dans différentes langues en fonction de leur diffusion à l'international.

Les conditions générales doivent inclure une politique relative à la collecte, à la conservation et au partage de contenus susceptibles d'être utilisés comme preuves en cas de violation du droit international, et une procédure permettant aux utilisateurs de signaler des violations des droits de l'homme lors de troubles sociaux, et en cas de restriction de l'accès à l'internet dans un pays.

Participation des utilisateurs

Les réseaux sociaux devraient mettre en place un mécanisme permettant aux utilisateurs de modifier les conditions générales d'utilisation. Ce mécanisme devrait inclure une représentation des utilisateurs dans la gouvernance de la modération, les organes de décision, les conseils consultatifs de la plateforme (conseils consultatifs du contenu, conseil confiance et de sécurité, etc.), comme c'est déjà le cas dans certaines entreprises pour les salariés.

Inclusion de la société civile

Les réseaux sociaux devraient inclure la société civile dans leur autorégulation²⁶ à travers une plateforme numérique qui pourrait agréger les retours des utilisateurs et les cas litigieux en construisant des outils

25 Kaye, David, (2019).

26 Isaac, Henri & Louis-Victor de Franssu (2022).

de régulation appropriés (indicateurs, algorithmes, systèmes de signalement, etc.). La société civile devrait être impliquée lorsque la plateforme réalise ses évaluations de risques, conçoit ses mesures d'atténuation des risques et élabore des codes de bonne conduite.

Les modalités de participation de la société civile doivent respecter une procédure transparente, assurer la représentation de différentes catégories (journalistes, ONG, etc.), et avoir une représentation égale au niveau des zones géographiques et des genres.

Curation et modération de contenu

Les réseaux sociaux devraient rendre publiques leurs politiques concernant la modération, le classement et le ciblage du contenu ainsi que les recommandations de socialisation (suggestions de nouveaux "amis", pages et comptes à suivre, etc.). Ils devraient maintenir à jour les documents de référence sur chaque fonction essentielle des algorithmes, notamment le classement, le ciblage, la modération et les recommandations sociales, ainsi que la détection de contenu.²⁷

Détection de nouvelles formes de discours illégaux ou néfastes

Les réseaux sociaux devraient investir dans l'identification des communications néfastes complexes en ligne, en particulier lorsque les utilisateurs extrémistes emploient des euphémismes génériques pour échapper à une détection facile.

Modérateurs humains et automatisés

Les réseaux sociaux devraient mettre en place de manière transparente un ratio entre modérateurs humains et modérateurs automatisés. La suppression de contenu devrait être effectuée par des modérateurs humains et non par des algorithmes, à partir d'un certain seuil de complexité du contenu. Ce seuil devrait être déterminé par une coalition d'experts en droit international relatif aux droits de l'homme et d'experts issus de la société civile. Ils devraient être impliqués dans la conception et l'évaluation du degré de complexité du contenu à modérer.

Modération humaine

Les réseaux sociaux devraient être obligés d'**assurer un certain niveau de modération humaine pour chaque pays, qui devrait être représentatif de la population**, afin que les plateformes puissent prendre des décisions en fonction du contexte.

- Les modérateurs doivent représenter les minorités.
- Les modérateurs doivent être régulièrement formés au contexte géopolitique local, au droit local applicable et au droit international.
- Les modérateurs humains doivent maîtriser la langue vernaculaire utilisée dans les messages qu'ils traitent.

Les modérateurs doivent être soutenus psychologiquement et bénéficier de conditions de travail convenables.

Accès des chercheurs et des organisations de la société civile aux informations

Les réseaux sociaux devraient permettre aux chercheurs et aux organisations de la société civile d'accéder aux **informations contextualisées** qui entourent les données agrégées actuellement fournies pour tous les contenus modérés.

Cette obligation de transparence permettra de mettre en lumière tout type de partialité ou de schéma de discrimination, et contribuera à protéger les minorités ou les régions du monde où la sur-modération serait disproportionnée.²⁸ Les chercheurs et les organisations de la société civile peuvent aider les

27 Forum on Information & Democracy (2020).

28 Pen America (2021).

plateformes à déterminer si un contenu est illégal ou doit être supprimé. Ils peuvent également soutenir les utilisateurs victimes au cours de la procédure. Cela permettrait aux législateurs d'adopter des lois et des réglementations adaptées aux besoins grâce à des données exhaustives issues du terrain.

Ces fiches de données doivent être anonymisées.

Les réseaux sociaux devraient ouvrir les **systèmes algorithmiques (codes sources)** et les rendre accessibles aux chercheurs indépendants.

Les réseaux sociaux devraient également mettre en place des **procédures de test en mettant à disposition les données d'activité des utilisateurs** via une interface de programmation d'application (*application programming interface*, API sous son acronyme anglais), ce qui pourrait être la base d'actions collectives s'appuyant sur leurs données (*unionization* des données).

Obligations de divulgation

Compte tenu du fait que les plateformes de données partagent déjà les informations²⁹ concernant les contenus terroristes et extrémistes violents, elles devraient élargir leurs rapports de transparence à toutes les autres catégories de contenus. Toutes les obligations de rendre publiques des informations supplémentaires devraient être faites sous le contrôle d'un audit indépendant, comme c'est le cas pour les rapports financiers des entreprises.

La publication de ces informations devraient s'inspirer des principes de Santa Clara sur la transparence et la responsabilité dans la modération des contenus,³⁰ établis par des organisations de la société civile, qui définissent le niveau minimum de détails que les plateformes devraient divulguer.

Évaluation d'impact et audits

Les réseaux sociaux devraient s'engager à publier des évaluations d'impact annuelles sur leurs algorithmes, conformément aux responsabilités qui leur incombent en la matière, telles que définies par différents États.

Les plateformes devraient mettre en œuvre une évaluation régulière et publique des risques systémiques afin de s'assurer de la conformité des algorithmes avec leurs objectifs initiaux, et d'identifier les potentiels biais dommageables qu'ils présentent. Les algorithmes devraient être testés régulièrement, en faisant appel à des modérateurs humains.

Recrutement inclusif

Les réseaux sociaux devraient promouvoir un recrutement favorisant la diversité culturelle, sociale et de genre pour chaque profession impliquée dans la conception d'algorithmes, et être transparents quant à la diversité sociale parmi les concepteurs d'algorithmes.

Formation

Les réseaux sociaux devraient fournir une formation continue aux concepteurs d'algorithmes (développeurs, programmeurs, codeurs, scientifiques des données, ingénieurs) pour encourager la prise de conscience des implications de leur activité et de leur devoir de vigilance.

Paramètres de priorisation des contenus

Les réseaux sociaux devraient laisser les paramètres de hiérarchisation des contenus accessibles et modifiables par les utilisateurs. Cela devrait inclure :

- de la transparence sur la politique de *shadow-banning* – les raisons, la quantité de contenu qui a fait l'objet de cette mesure, etc. – ainsi que de la transparence en ce qui concerne des biais de « bulle de filtres » (*filter bubble*) et l'accessibilité des données utilisées par l'algorithme pour sélectionner le

29 OCDE (2021).

30 The Santa Clara Principles (2018).

prochain contenu que l'utilisateur verra ;

- des informations à l'utilisateur quand son contenu est en train d'être dépriorisé.

Signalement de masse

Les réseaux sociaux doivent s'engager à interdire les signalements massifs dans leurs règles de modération et à limiter le nombre de signalements qu'un même compte peut effectuer en une journée.

Contenu ou comportement illégal

Les réseaux sociaux devraient créer un portail accessible à tous les utilisateurs afin de signaler les contenus ou comportements illicites. Ce portail aiderait les utilisateurs à identifier les responsables de ces contenus et pourrait aboutir à la saisine des autorités judiciaires.

Comptes automatisés

Les réseaux sociaux devraient obliger les utilisateurs à se soumettre régulièrement à un test Captcha (par exemple une fois par mois), et pas seulement lors de la première connexion, afin de limiter l'action des comptes automatisés. Les comptes exploités par des *bots*, ou robots, seront facilement repérables et pourront faire l'objet d'une déconnexion ou d'autres sanctions.

Détection de la viralité artificielle

Les réseaux sociaux devraient mettre en œuvre les moyens nécessaires pour mieux détecter la viralité artificielle de contenus. Les plateformes devraient utiliser leur capacité pour développer un mécanisme de friction limitant la viralité des contenus.

Réapparition de contenu illégal signalé

Les réseaux sociaux devraient s'assurer techniquement que les contenus qui ont été signalés et supprimés ne puissent pas réapparaître.

Des informations fiables et complètes

Les réseaux sociaux devraient promouvoir, à travers leurs algorithmes, la diffusion d'informations conformes à une méthodologie garantissant leur fiabilité et leur indépendance, telle qu'une norme ISO (par exemple, la *Journalism Trust Initiative* [JTI]). Les grandes plateformes qui participent à la structuration de l'espace de l'information et de la communication doivent respecter le principe de neutralité politique, idéologique et religieuse. Les algorithmes qui diffusent et traitent les informations et les idées doivent être neutres par rapport aux intérêts de ceux qui les contrôlent, à l'exception de la publicité politique et sociale qui devrait être explicitement identifiée. En effet, la publicité politique et sociale doit être présentée aux utilisateurs dans un contexte présentant différents points de vue.

Information des utilisateurs sur les modifications apportées à l'algorithme

Les réseaux sociaux devraient informer les utilisateurs des changements apportés à leurs algorithmes, en particulier lorsque ces changements ont un impact sur la viabilité financière des détenteurs de comptes (comme pour les médias d'information et les influenceurs).

1.3 LES SANCTIONS

Il est nécessaire que les sanctions adoptées à l'encontre des réseaux sociaux soient adaptées à la gravité de l'infraction commise et à la capacité financière du réseau. La sanction doit être prononcée soit par l'autorité nationale indépendante compétente, soit par une autorité judiciaire indépendante.

Les sanctions doivent être à la mesure du niveau d'influence et des ressources de la plateforme.

Le choix de la sanction doit tenir compte de la gravité du non-respect de l'obligation, ainsi que des capacités financières de la plateforme.

L'échelle des sanctions

Les sanctions pourraient aller **d'une alerte publique à une amende civile pouvant s'élever jusqu'à 6 % du chiffre d'affaires annuel mondial de la plateforme.**



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > Garantir que les réseaux sociaux respectent leurs obligations.
- > Imposer des sanctions en cas de non-respect.

Chapitre 2 :

Un régime général de responsabilité

Il est important de reconnaître que les détenteurs de compte, étant de nouveaux participants à l'espace mondial de l'information et de la communication, ont des droits à faire valoir et des devoirs à respecter. Les détenteurs de compte agissent trop souvent en toute impunité, cachés derrière des pseudonymes. Il est indispensable de reconnaître qu'ils sont responsables des contenus qu'ils diffusent ou contribuent à diffuser, et qu'ils peuvent être tenus pour responsables des dommages occasionnés. Les sections suivantes présentent les droits et obligations attribués aux détenteurs de comptes en général, ainsi que les sanctions applicables et voies de recours disponibles.

2.1 LES DROITS DES DÉTENTEURS DE COMPTE

Les paragraphes suivants décrivent les droits qui devraient être reconnus aux détenteurs de comptes quand ils utilisent les réseaux sociaux.

Règles régissant la liberté d'expression

Les utilisateurs ont le droit d'être informés des règles régissant la prise de parole qu'ils sont censés respecter en ligne. Les détenteurs de compte ont le droit de disposer d'informations claires et exhaustives sur la politique de modération de la plateforme.

- Les informations doivent inclure une liste de contenus clairement répréhensibles qui feront l'objet de sanctions. Cette liste devrait inclure tous les modèles actuels, mais aussi ceux qui passent à travers les mailles du filet, comme les images d'abus d'enfants et le programme « XCheck » de Meta, entre autres.
- Tous les utilisateurs devraient connaître les critères sur lesquels se fondent les décisions de modération d'une plateforme, savoir à qui la politique s'applique, quels critères seront utilisés pour définir la notion d'intérêt public, quelle décision est prise et dans quelles circonstances, et quelles sont les sanctions possibles.

Rétrogradation et suppression de contenu

Les utilisateurs ont le droit d'être informés si et quand leur contenu fait l'objet d'une modération ou d'une suppression (« invisibilisation »)³¹. Les raisons de la décision ainsi que les voies de recours disponibles pour la contester doivent être précisées.

Les notifications devraient être suffisamment détaillées pour permettre à l'utilisateur d'identifier spécifiquement le contenu soumis à une restriction, et devraient inclure des informations sur la manière dont le contenu ou le compte a été détecté, comment il a été évalué, et pourquoi il a été supprimé ou rétrogradé. Néanmoins, dans certains cas, un juge indépendant et impartial peut ordonner qu'un utilisateur qui, par exemple, a fait preuve à plusieurs reprises d'activités de harcèlement à l'égard d'un autre utilisateur ne soit pas informé de l'invisibilisation du contenu qu'il a publié, afin de préserver la sécurité de la ou des victimes pendant la procédure contre l'auteur.

Appel

Les détenteurs de compte ont le droit de contester des décisions de modération d'un réseau social, telles que la suppression d'un message ou la fermeture d'un compte. Si le mécanisme d'appel du réseau social n'est pas satisfaisant, les utilisateurs ont le droit de faire appel à une autorité administrative indépendante ou aux autorités judiciaires.

Procédure équitable

Les détenteurs de compte ont le droit de bénéficier d'une procédure de procès équitable et le droit de saisir une autorité administrative indépendante ou des autorités judiciaires pour contester les décisions de modération et les sanctions qui leur sont imposées par les réseaux sociaux.

31 Nicholas, Gabriel, (2022).

Accès aux réparations

Les victimes ont droit à la réparation d'un préjudice subi en ligne et doivent pouvoir participer au processus de réparation. Les réparations doivent compenser toutes les formes de dommages, matériels ou moraux. Le préjudice doit être réparé dans son intégralité, sans que le montant de la réparation ne dépasse le montant du dommage subi.

La réparation doit privilégier la compensation financière, sauf lorsqu'une mesure symbolique peut contribuer à la réparation du préjudice subi. De la sorte, la réparation peut également prendre la forme d'excuses publiques publiées sur le réseau social.

Accès aux données générales pertinentes

Les utilisateurs devraient avoir le droit d'accéder aux données générales pertinentes concernant la modération du contenu sur les réseaux sociaux, telles que :

- le contenu qui a échappé à l'IA et aux modérateurs humains, qui n'a pas été signalé ou qui n'a pas été supprimé mais qui aurait dû être modéré ;
- les procédures mises en place pour minimiser les erreurs de modération ;
- le nombre de contenus restaurés pendant la période donnée ;
- les procédures automatisées de modération du contenu, les informations sur leurs objectifs, les indicateurs d'exactitude et les mesures de protection appliquées ;
- le nombre total de décisions de modération appliquées par les réseaux sociaux.

Autonomie et proactivité

Les utilisateurs devraient avoir le droit d'être autonomes et de participer de manière proactive aux processus de modération.

- Les utilisateurs devraient disposer d'outils adéquats pour modérer le contenu publié sur leur propre compte, page ou groupe.
- Les utilisateurs devraient être actifs dans la désactivation, la suppression ou le filtrage des commentaires sous leurs publications, et être alertés lorsque des contenus malveillants sont signalés sur leur espace, afin qu'ils puissent les modérer eux-mêmes en appliquant leurs propres règles spécifiques et des *plugins* de blocage automatique.

Les utilisateurs devraient avoir la possibilité d'intervenir par l'intermédiaire de leurs représentants dans le processus de modération.

- Avant que les modérateurs des réseaux sociaux ne soient informés du contenu, celui-ci devrait être envoyé à un groupe d'utilisateurs représentatifs qui pourraient prendre des décisions de manière collaborative, ou individuellement par l'auto-modération de leurs propres pages.

Participation à la modification des conditions générales

Les utilisateurs devraient pouvoir participer et intervenir par l'intermédiaire de leurs représentants dans la procédure de modification des conditions générales d'utilisation d'un réseau social, ainsi que dans les chartes applicables aux régimes spéciaux.

Sélection d'un représentant des utilisateurs

Les détenteurs de compte ont le droit de choisir régulièrement des représentants des utilisateurs par le biais d'une procédure publique et transparente. Il pourrait s'agir d'une élection régionale par les utilisateurs, ou d'un tirage au sort tenant compte des différentes catégories d'utilisateurs.

Interopérabilité des données

Les utilisateurs devraient avoir la possibilité de choisir le degré d'interopérabilité (la capacité des systèmes

informatiques ou des logiciels à échanger et à utiliser des informations) relatif à leurs données, sur la base de normes ouvertes.

Droits sur les données

Les données des utilisateurs sont la matière première du modèle économique des réseaux sociaux.

« Les données détenues par les utilisateurs répondent à toutes les caractéristiques d'un « actif » dans les lois sur la propriété, indépendamment du fait que les données pourraient être considérées comme intangibles. »³²

Ainsi, les utilisateurs devraient avoir le contrôle de leurs données. Cela signifie qu'ils soient en mesure de³³ :

- accéder aux données pour examiner les informations qui ont été collectées ou en ont été déduites ;
- effacer les données d'un appareil et d'un serveur ;
- transférer des données personnelles vers une autre plateforme ;
- corriger des données pour s'assurer que leur identité est correctement représentée dans un système ;
- être protégés en cas de délit lié à leur identité (vol d'identité et fraude à l'identité) ;
- être libres de toute prise de décision automatisée, afin de s'exclure des profils automatisés ;
- s'opposer, retirer leur consentement et restreindre leur utilisation au cas où l'utilisateur reviendrait sur sa décision.

2.2 LES OBLIGATIONS DES DÉTENTEURS DE COMPTE

Les utilisateurs devraient également s'engager à respecter les obligations ci-dessous lorsqu'ils interagissent sur les réseaux sociaux.

Personnes responsables du contenu

Les participants au débat public sont responsables du contenu qu'ils diffusent ou contribuent à diffuser. En outre, compte tenu de l'effet de viralité sur les médias sociaux, nous recommandons de tenir les détenteurs de compte responsables de l'amplification d'un contenu néfaste, même s'ils n'en sont pas les auteurs, sauf si le contenu expose des informations d'intérêt public. Le caractère d'intérêt public du contenu devrait être déterminé par une autorité judiciaire indépendante.

Identification des détenteurs de comptes

Comme l'énonce la Déclaration internationale sur l'information et la démocratie, la responsabilité de tous les participants au débat public est un principe essentiel qui implique la transparence sur leur identité. En vertu du principe de responsabilité individuelle, chaque participant est responsable du contenu qu'il publie sur les plateformes. Il est donc fondamental de pouvoir identifier la personne qui se cache derrière la publication.

Néanmoins, les exceptions au principe de transparence peuvent être légitimes si elles facilitent l'obtention d'informations critiques relevant de l'intérêt public ou si elles contribuent à la sécurité des participants. En effet, l'anonymat peut représenter une garantie permettant aux participants de s'exprimer.

³² Jurcys, Paulius, et al. (2020).

³³ The World Wide Web Consortium (2022).

Nous recommandons de tempérer le principe de garantie de l'anonymat en cas de nécessité en permettant la levée de l'anonymat dans des conditions spécifiques et strictes.

Les utilisateurs ont le droit d'être informés si un réseau social a engagé une procédure visant à révéler leur identité, et peuvent demander une évaluation par des organismes internationaux indépendants tels que le Comité des droits de l'homme.

Signalement de masse

Les utilisateurs ne doivent pas effectuer de signalements de masse. Ils doivent respecter les limites du nombre de signalements pouvant être faits au cours d'une période donnée.

Usurpation d'identité de personnes, de groupes ou d'organisations

Les détenteurs de compte ne peuvent pas se faire passer pour d'autres personnes, groupes ou organisations dans le but de tromper les autres. Toutefois, les parodies ou les pages de fans peuvent bénéficier d'exemptions. Dans ce cas, ces types de comptes doivent être explicitement présentés comme tels.

Manipulation de la plateforme

Les utilisateurs ne peuvent pas manipuler la plateforme pour modifier l'accès aux informations ou amplifier artificiellement des contenus. Cela inclut le *spam* ou d'autres activités qui manipulent l'expérience des utilisateurs.³⁴

Intégrité électorale et civique

Les utilisateurs ne doivent pas utiliser les réseaux sociaux dans l'intention de manipuler les processus électoraux ou démocratiques.

Mésinformation

Les utilisateurs ne doivent pas partager de fausses informations pouvant entraîner un préjudice physique imminent, ni partager des informations fausses et trompeuses en temps de crise, comme les conflits sociaux armés, les urgences de santé publique et les catastrophes naturelles.

2.3 LES SANCTIONS

Les détenteurs de compte doivent s'assurer qu'ils respectent les conditions d'utilisation d'un réseau social. En cas de non-respect, les utilisateurs doivent être tenus pour responsables. Les sanctions imposées par les réseaux sociaux doivent être prises dans le respect des droits de l'homme, c'est-à-dire que la sanction doit avoir une base juridique, poursuivre un objectif légitime et être proportionnée.

Le critère de proportionnalité - également appelé test nécessaire et proportionné - exige que le choix de la sanction soit fondé en particulier sur les critères suivants : nature et gravité de l'acte, préjudice subi par la victime, intention de l'auteur de l'acte, risque de récurrence et excuses à la victime, entre autres.

De nombreuses dispositions légales couvrent déjà certaines sanctions liées à la violation des conditions

³⁴ Tony Blair Institute (2021).

générales d'utilisation, mais ne portent pas sur les moyens qui ont été utilisés pour perpétrer l'acte lui-même sur le réseau social. Le détenteur du compte qui a commis un acte illégal ou enfreint les conditions générales d'utilisation, quel qu'en soit le degré de gravité, conserve les moyens de commettre un acte illégal sur le réseau social après avoir été reconnu responsable. Afin de tenir responsables les détenteurs de compte et de prévenir la répétition des infractions, nous recommandons l'adoption d'un cadre de sanctions plus large visant à empêcher les détenteurs de compte à continuer à commettre des activités illégales en leur enlevant la possibilité d'utiliser leur compte.

Les détenteurs de compte ont le droit de faire appel des sanctions devant un régulateur indépendant ou devant l'autorité judiciaire nationale.

ÉCHELLE DES SANCTIONS POUR LES UTILISATEURS

Échelle de sanctions en fonction des comportements spécifiques (cumulatif et complémentaire aux sanctions pénales)

Une alerte et un avertissement	Réduction de la visibilité du contenu	Retrait du contenu	Limitation des fonctionnalités du réseau social	Suspension temporaire du compte				Suspension de l'accès à la plateforme pour plus de 10 ans
				< 1 an	> 1 an	> 5 ans	> 10 ans	
Une violation isolée des conditions d'utilisation		Violations répétées des conditions d'utilisation						Haute fréquence de violations des conditions d'utilisation
								Menace de mort, discours de haine, incitation à la violence, cyberharcèlement
Violation des conditions d'utilisation de la part de comptes à forte audience			Violation des obligations en matière d'identification et de transparence des sponsors					Violations répétées des obligations en matière d'identification et de transparence des sponsors
Non-respect des obligations en matière de publicité			Non-respect répété des obligations en matière de publicité					



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

S'assurer que les réseaux sociaux reconnaissent et protègent les droits des détenteurs de comptes.

- > **En cas de non-conformité, les États peuvent imposer des sanctions, comme indiqué au chapitre 1, section 1.3.**
- > **Fournir un mécanisme permettant aux détenteurs de compte de contester les pratiques de modération et les sanctions des réseaux sociaux.**
- > **Tenir les détenteurs de compte responsables des délits commis en ligne.**
- > **Prévoir une procédure judiciaire pour déterminer les réparations à accorder aux victimes. En outre, les États devraient mettre en place un fonds de solidarité nationale alimenté par les réseaux sociaux pour indemniser les victimes au cas où l'auteur de l'acte ne pourrait pas le faire pour des raisons financières.**

Chapitre 3 :

Des régimes spéciaux

Profondément convaincus de l'égalité de tous devant la loi, nous réaffirmons reconnaître le principe d'égalité devant la loi garanti par l'article 26 du Pacte international relatif aux droits civils et politiques (PIDCP).

Toutefois, une différence de traitement n'est pas discriminatoire si la mesure en question est fondée sur un objectif légitime. Non seulement la différence de traitement est permise, mais elle est moralement nécessaire. En effet, certaines catégories de détenteurs de compte se trouvent dans des situations qui exigent qu'ils reçoivent un traitement différencié. L'importance du rôle de certaines catégories de détenteurs de compte (par exemple, ceux qui œuvrent en faveur de la protection des droits de l'homme ou du droit à l'information) nécessite qu'ils bénéficient de garanties procédurales supplémentaires. Certains détenteurs de compte doivent se soumettre à des obligations plus importantes, en raison de leur influence dans le débat démocratique et donc de leur capacité de nuisance.

Par conséquent, **nous recommandons l'élaboration de régimes de responsabilité spéciaux pour certaines catégories d'utilisateurs** en raison de l'importance de leur rôle dans le débat public, des différentes obligations qui leur incombent ou de leur forte capacité d'influence et de nuisance.

3.1 LES MÉDIAS D'INFORMATION ET LES JOURNALISTES

Le journalisme est confronté à une menace existentielle. La publication des médias d'information et des personnes exerçant la fonction de journaliste sur les plateformes peut être modérée ou invisibilisée, ce qui mène à la censure. Ces décisions de modération se font sans consultation et donc sans débat contradictoire.

Il est nécessaire de prévoir un régime de responsabilité avec des garanties supplémentaires pour permettre aux médias d'information et aux journalistes de remplir leur rôle dans nos démocraties.

DROITS SUPPLÉMENTAIRES

Statut spécifique

Les médias d'information devraient bénéficier d'un statut spécifique. Les plateformes des réseaux sociaux devraient reconnaître que les médias d'information journalistique ont une fonction sociale spécifique, et que leurs comptes devraient bénéficier de certaines garanties et protections, à condition que les médias appliquent les principes du journalisme. Les médias d'information devraient être identifiés en tant que tels par des entités indépendantes des gouvernements, selon des processus non discrétionnaires, sans aucune interférence politique, en utilisant autant que possible des normes d'autorégulation et des mécanismes de conformité transparents.

Préserver la visibilité

Compte tenu de la responsabilité éditoriale des médias d'information, le contenu journalistique ne doit pas être déclassé, rétrogradé ou supprimé. Les décisions de modération prises à l'encontre des médias d'information et des contenus journalistiques ne doivent pas avoir d'incidence négative sur la visibilité de leurs publications ou leur monétisation.

Examen par un tiers

La modération des contenus journalistiques ne devrait se faire que dans le cadre d'une procédure menée par une autorité indépendante, à l'initiative du média ou à la demande de toute personne intéressée, y compris par le biais de la plateforme. La procédure devrait prendre la forme d'un appel accéléré.³⁵

Informations sur les changements d'algorithmes affectant la stabilité financière

Les médias et les journalistes ont le droit d'être informés des modifications apportées aux algorithmes qui mettraient en péril leur stabilité financière.

Rémunération équitable

Étant donné que les algorithmes d'une plateforme peuvent avoir un impact sur la stabilité financière des médias en réduisant la visibilité de leur contenu, les médias d'information ont le droit de demander une compensation pour les dommages subis par les modifications de l'algorithme, afin d'assurer leur viabilité financière.

³⁵ Aspen Institute (2021).

3.2 LES MINEURS

Les plateformes prennent une place de plus en plus importante dans la plupart des aspects de la vie des enfants. Il est donc nécessaire d'établir un régime de responsabilité spécifique qui tienne compte de l'âge et des capacités des utilisateurs.

Nous devons également reconnaître le droit des mineurs à la liberté d'expression sur les médias sociaux, conformément à l'article 13³⁶ de la Convention internationale des droits de l'enfant (1989). Ce droit comprend la liberté de rechercher, de recevoir et de répandre des informations et des idées de toute espèce, sans considération de frontières, sous une forme orale, écrite, imprimée ou artistique, ou par tout autre moyen du choix de l'enfant.

DROITS SUPPLÉMENTAIRES

Accès à un régime juridique

Les mineurs ont le droit d'accéder à un régime juridique fondé sur l'intérêt supérieur de l'enfant.

Accès à des contenus adaptés aux enfants

Les mineurs ont le droit d'accéder à des chaînes et à des contenus sûrs et adaptés aux enfants. Ils ont également le droit de demander en toute sécurité des conseils et de l'aide concernant les contenus sexuellement explicites qu'ils ont eux-mêmes générés ou qu'ils ont reçus.

Accès à des procédures adaptées selon l'âge

Les mineurs ont le droit d'accéder à des procédures adaptées à leur âge en fonction de leur intérêt supérieur : par exemple, les plateformes peuvent avoir recours à des tiers de confiance à l'inscription³⁷ d'un mineur afin qu'ils puissent confirmer l'identité ou l'âge de l'utilisateur sans révéler d'information permettant son identification. De plus, les plateformes peuvent être encouragées à étudier la faisabilité d'un système de vérification de l'âge³⁸ basé sur le système d'exploitation d'un smartphone, d'une tablette ou d'un ordinateur, qui ne peut être modifié que par l'opérateur ou par le parent sur présentation d'une preuve de filiation.

3.3 LES INFLUENCEURS

Les plateformes ont permis l'émergence d'un nouveau métier : les influenceurs. Il s'agit d'un individu qui, grâce à sa visibilité sur Internet, a une influence sur les utilisateurs qui le suivent et sur leurs décisions d'achat. Les influenceurs se distinguent des simples détenteurs de compte par leur grande visibilité et

36 "L'enfant a droit à la liberté d'expression ; ce droit comprend la liberté de rechercher, de recevoir et de répandre des informations et des idées de toute espèce, sans considération de frontières, sous une forme orale, écrite, imprimée ou artistique, ou par tout autre moyen du choix de l'enfant."

37 CNIL (2022).

38 Institut Montaigne (2021).

le fait qu'ils exercent une activité rémunérée. Les avantages économiques qu'ils tirent de leur visibilité ainsi que leur forte capacité à influencer les choix des utilisateurs justifient l'établissement d'un régime de responsabilité spécifique.

Nous recommandons aux réseaux sociaux de reconnaître les influenceurs comme des utilisateurs qui reçoivent de l'argent ou toute autre forme de récompense en échange de la promotion d'un produit ou d'un service via leur influence sur une plateforme.

DROITS SUPPLÉMENTAIRES

Rétrogradation et suppression de contenu

Étant donné que la décision de modération d'une plateforme peut avoir un impact sur la situation financière des influenceurs en réduisant la visibilité de leur contenu, les influenceurs ont le droit d'être informés lorsqu'une décision de modération ou une modification des algorithmes peut avoir un impact financier sur eux.

OBLIGATIONS SUPPLÉMENTAIRES

Code de conduite

Les influenceurs doivent adhérer à un code de conduite imposé par la plateforme, encadrant leur activité selon des principes clairs.

Contenu sponsorisé

Tous les contenus qui ont été sponsorisés et postés par un compte d'influenceur doivent être présentés en tant que tel à tous les utilisateurs du réseau social.

Informations sur les contrats de publicité

Les influenceurs doivent rendre publics tous les accords publicitaires, ainsi que le montant des sommes perçues et la stratégie de ciblage de la publicité politique. Ces informations publiques devraient inclure :

- le lieu et la source des paiements ;
- la taille du public cible, ainsi que le nombre de vues de la publicité concernée et le taux d'engagement des utilisateurs après la visualisation de la publicité ;
- les critères de sélection pour le ciblage des destinataires (tout en protégeant la vie privée) tels qu'ils sont communiqués aux annonceurs, y compris la source des données, le profil inféré, les audiences similaires, les audiences personnalisées et le recours au test A/B ;
- les revenus issus de la publicité ciblée.

SANCTIONS

Echelle des sanctions

Les sanctions doivent être à la mesure du niveau d'influence de l'influenceur. La détermination de la sanction applicable doit tenir compte du fait que ces détenteurs de compte agissent en tant que professionnels et doivent donc se soumettre à des obligations renforcées par leur influence.

3.4 LES COMPTES TRÈS INFLUENTS

Les comptes à forte visibilité, même s'ils n'opèrent pas nécessairement sur les plateformes pour faire du profit, ont une forte influence sur les utilisateurs en raison de la taille de leur communauté, ce qui entraîne une forte visibilité de leur contenu. Cette visibilité augmente nécessairement le risque de causer un préjudice plus important, ce qui nécessite une surveillance plus stricte pour prévenir ou arrêter les abus plus rapidement.

Un compte est considéré comme très influent lorsqu'il remplit une ou plusieurs des conditions suivantes : il compte **50 000 followers ou plus** ; **il s'agit d'un compte appartenant à une personne exerçant une fonction représentative (responsables politiques, représentants de l'autorité publique)** ; ou à d'autres personnalités publiques certifiées par les plateformes.

DROITS SUPPLÉMENTAIRES

Procédure d'appel accélérée

Les comptes très influents devraient avoir le droit d'accéder à une procédure d'appel accélérée pour décider des décisions de modération et des sanctions.

OBLIGATIONS SUPPLÉMENTAIRES

Code de conduite

Les personnalités publiques et les hommes politiques devraient adhérer à un code de conduite imposé par la plateforme, encadrant leur activité selon des principes clairs, tels que l'identification et la transparence de leur affiliation politique ou d'entreprise.

Atteinte aux droits d'autrui

Il faut reconnaître que les personnalités publiques ont une obligation renforcée de ne pas porter atteinte aux droits d'autrui, y compris le droit à l'information.³⁹

Informations sur les contrats de publicité

Les comptes très influents doivent rendre publics tous leurs accords publicitaires, ainsi que le montant des sommes perçues et la stratégie de ciblage de la publicité politique.⁴⁰ Ces informations publiques devraient inclure :

- le lieu et la source des paiements ;
- la taille du public cible, ainsi que le nombre de vues de la publicité concernée et le taux d'engagement et le taux d'engagement des utilisateurs après la visualisation de la publicité ;
- les critères de sélection pour le ciblage des destinataires (tout en protégeant la vie privée) tels qu'ils sont communiqués aux annonceurs, y compris la source des données, le profil inféré, les audiences similaires, les audiences personnalisées et le recours au test A/B ;
- les revenus issus de la publicité ciblée.

39 Brennan Center for Justice (2021).

40 Reisach, Ulrike (2021).

SANCTIONS

Échelle des sanctions

Les sanctions doivent être à la mesure du niveau d'influence et de la capacité de nuisance du compte très influent. La détermination de la sanction applicable doit tenir compte de leur forte capacité d'influence et donc de nuisance. Elle doit tenir compte du contexte et de la visibilité du contenu.

3.5 LES ADMINISTRATEURS DE GROUPE

La gestion de certains contenus sur les plateformes est assurée par un administrateur de groupe. Son rôle est de superviser, gérer et administrer un groupe ou un compte sur un réseau social, ce qui lui confère un pouvoir de modération important. Ainsi, les administrateurs de groupe peuvent avoir la capacité d'agir pour faire cesser la diffusion de contenus illégaux ou néfastes dans leur groupe. C'est pourquoi les administrateurs de groupe devraient se soumettre à des obligations spécifiques et bénéficier de droits supplémentaires.

DROITS SUPPLÉMENTAIRES

Une charte pour les membres du groupe

Les administrateurs de groupe ont le droit d'adopter et d'imposer à leurs membres une charte qui, sous réserve qu'elle soit conforme aux droits de l'homme et à la politique de la plateforme, devrait pouvoir inclure des spécificités justifiées par l'objet du groupe.

Modération active du contenu

Les administrateurs de groupe ont le droit de participer activement à la modération du contenu de leur groupe.

OBLIGATIONS SUPPLÉMENTAIRES

Code de conduite

Les administrateurs de groupe doivent suivre un code de conduite imposé par la plateforme, encadrant leur activité selon des principes clairs.

Coopération avec la plateforme et les autorités

Les administrateurs de groupes devraient être obligés, lorsqu'ils sont informés d'un acte illégal publié sur leur groupe, de coopérer avec la plateforme et les autorités compétentes pour faire en sorte que l'individu mette fin à son activité et soit poursuivi en justice.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > S'assurer que les réseaux sociaux reconnaissent des régimes spéciaux et établissent des procédures en conséquence.
- > En cas de non-respect, les États peuvent imposer des sanctions, comme indiqué au chapitre 3, section 1.3.
- > Adopter une définition commune des influenceurs en tenant compte de leurs activités professionnelles sur les réseaux sociaux.

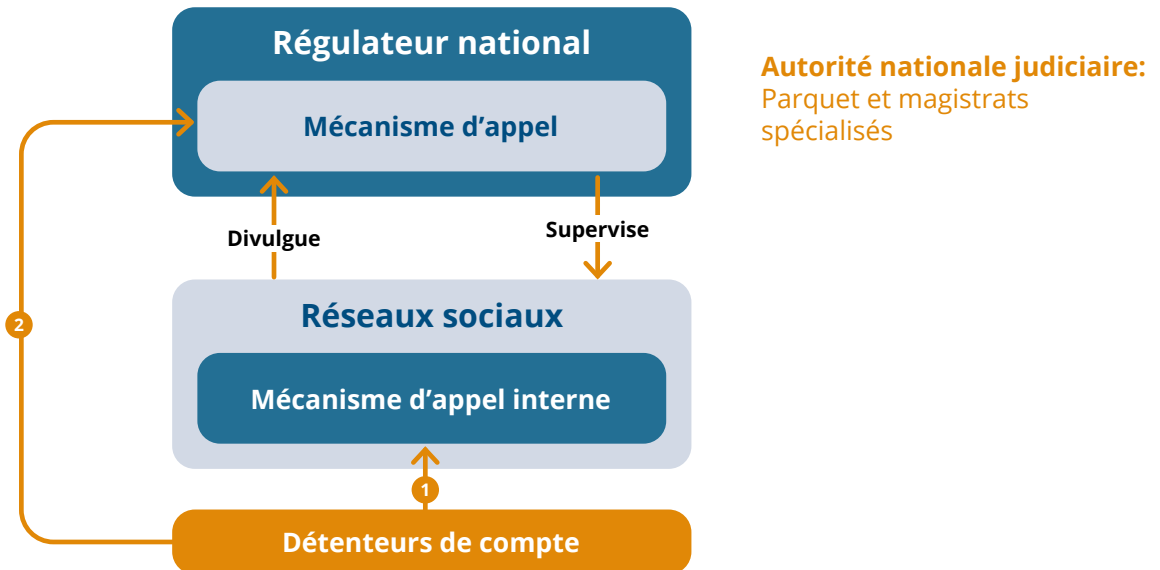
Chapitre 4 :

Gouvernance

La Déclaration internationale sur l'information et la démocratie affirme que la responsabilité de tous les participants au débat public est un principe essentiel. Afin de mettre en œuvre les régimes de responsabilité exposés dans le chapitre précédent, des organes et des procédures de gouvernance doivent être mis en place.

Les réseaux sociaux sont par nature une activité transnationale qui nécessite une coopération entre les différents États et participants pour limiter efficacement les comportements illégaux en ligne et préserver la démocratie. Il est donc essentiel de renforcer la gouvernance nationale par la création d'organismes internationaux.

4. 1 NIVEAU NATIONAL



Le premier niveau d'action pour la mise en œuvre des régimes de responsabilité devrait être le niveau national. Il serait composé d'un régulateur indépendant, d'un mécanisme de signalement des comportements ou des contenus illégaux, de l'accès à un système judiciaire indépendant et à un parquet et des magistrats spécialisés.

4.1.1 UNE AUTORITÉ DE RÉGULATION INDÉPENDANTE

Nous recommandons la mise en place d'un régulateur indépendant, ou le renforcement d'un organe administratif indépendant déjà existant, pour superviser, promouvoir et protéger les droits des utilisateurs sur les plateformes et pour résoudre les différends entre les utilisateurs et la plateforme.

MANDAT :

Nous recommandons que cette autorité ait quatre compétences :

1. Supervision des plateformes

Nous recommandons que cette autorité veille à l'application et au respect des règles par les plateformes, à moins que des missions spécifiques n'aient été confiées à d'autres autorités compétentes.

Nous recommandons que ce contrôle soit exercé par le biais des différentes fonctions suivantes. L'autorité compétente devrait :

- recevoir les rapports d'information des plateformes sur leurs pratiques et les évaluer ;
- disposer de certains pouvoirs d'investigation, tels que le pouvoir d'exiger des informations aux fournisseurs, de procéder à des inspections sur site et de demander aux employés d'expliquer leurs décisions ;
- être compétente pour contrôler les conditions générales d'utilisation (vérification *ex ante*) afin de s'assurer que les plateformes respectent toute la législation applicable ;

- pouvoir imposer des sanctions aux plateformes ;
- être compétente pour clarifier toute question relative à l'identification de comptes spécifiques, y compris les comptes très influents, les personnalités publiques ou les influenceurs (voir chapitre 3) ;
- être en mesure d'émettre des recommandations, afin d'aider les plateformes à adapter leurs pratiques ;
- examiner les évaluations d'impact des algorithmes et superviser la tenue régulière de tests de résistance.

Les décisions de cette autorité devraient être contraignantes pour toutes les questions concernant l'accès à l'information, y compris la résolution des différends liés à ces questions.

Ces pouvoirs sont de nature administrative et ne cherchent pas à remplacer ceux des tribunaux.

L'autorité devrait avoir le pouvoir de sanctionner les plateformes qui ne font pas tout leur possible, conformément aux normes industrielles élevées de diligence professionnelle, pour **éviter la diffusion de contenus illégaux, de désinformation néfaste et d'œuvres non autorisées sur leurs services.**

L'autorité doit tenir les plateformes responsables en cas de :

- absence d'action rapide, dès qu'elles en ont connaissance, pour supprimer ou désactiver l'accès à un contenu en ligne illégal, qu'il s'agisse d'un discours de haine ou d'un produit illégal ;
- non-coopération pas avec l'autorité nationale ;
- suppressions abusives et répétitives de contenus/erreurs multiples de modération s'appuyant sur l'IA ;
- absence de mécanismes d'appel permettant aux utilisateurs de contester une décision ;
- violation des obligations de transparence à l'égard des autorités nationales ou internationales, des utilisateurs et des chercheurs agréés ;
- refus de donner aux utilisateurs le pouvoir de choisir un algorithme qui ne soit pas basé sur un profil comportemental ;
- développement, utilisation et application de l'intelligence artificielle, des algorithmes et d'autres technologies similaires manifestement incompatibles avec le droit et les standards internationaux en matière de droits de l'homme ;
- utilisation de *dark patterns* ou interfaces truquées, qui conçoivent une architecture de choix qui induit en erreur ou oriente les utilisateurs vers des décisions qu'ils n'auraient peut-être pas prises autrement ;
- non-réalisation des audits annuels sur la manière dont leurs algorithmes ont une incidence sur la démocratie, les droits de l'homme et la santé physique et mentale des mineurs et des autres utilisateurs ;
- pratiques commerciales trompeuses si leur communication publique n'est pas conforme à leurs pratiques de modération, y compris en cas de changement de règles sans avertissement ;
- profilage de personnes mineures et utilisation de données sensibles relatives à l'orientation sexuelle, à la religion et à l'origine ethnique à des fins publicitaires.

2. Rôle consultatif

Nous recommandons que cette autorité fasse des recommandations et participe à l'élaboration des politiques publiques et des réglementations au niveau national. Nous encourageons la création d'un organe multipartite au sein de l'autorité administrative visant à élaborer des principes communs, des règles, des procédures basées sur des recommandations et des normes réglementaires internationales, ainsi que des programmes décisionnels pour définir l'utilisation et l'évolution d'Internet.

- Cet organe national devrait avoir une compétence consultative.
- **Il devrait être consulté pour chaque projet législatif ayant un impact sur les plateformes.**
- Il devrait être composé d'experts ayant des compétences reconnues dans le domaine de la modération et des plateformes.

- Ses membres devraient représenter les différentes parties prenantes concernées par ces questions (société civile, médias, ONG, etc.).

3. Soutien aux utilisateurs de services numériques

Nous recommandons que cette autorité assure le rôle d'intermédiaire avec les plateformes en :

- mettant en relation des utilisateurs et des plateformes ;
- aidant et guidant les victimes ;
- traitant les recours des détenteurs de comptes. Nous recommandons que ces décisions soient contraignantes pour la plateforme.

4. Pôle de recherche

Les plateformes détiennent un contrôle monopolistique de l'accès de la recherche à leurs services. À ce titre, **nous recommandons la création d'un pôle de recherche (cluster)** au sein de l'autorité administrative. Il réunirait des chercheurs et des spécialistes du numérique pour faire progresser la connaissance des systèmes de modération algorithmique des contenus, en développer de nouveaux, faire des audits de ceux des principales plateformes, et mettre en relation les plateformes et les chercheurs pour améliorer l'accès aux données des plateformes dans un format anonymisé.



MISE EN ŒUVRE PAR LES ÉTATS

- > **Les membres de cet organisme public de régulation doivent être indépendants.**
- > **Leur processus de nomination doit être ouvert, transparent et associé des parties prenantes pertinentes.**
- > **Les membres sélectionnés doivent être des personnes de haute moralité reconnues pour leur compétence dans les domaines de la technologie, et comprendre des personnes ayant une expérience juridique.**
- > **Toutes les parties prenantes intéressées, y compris la société civile, doivent être représentées équitablement.**
- > **Une taxe spécifique sur les grandes plateformes numériques devrait servir à financer cette autorité.**

4.1.2 MÉCANISME DE SIGNALEMENT DES COMPORTEMENTS OU CONTENUS ILLÉGAUX

Nous recommandons de mettre en place un mécanisme permettant de signaler les comportements ou contenus illégaux en ligne.

Un grand nombre de contenus illégaux publiés sur les plateformes sont modérés sans que les autorités nationales n'en soient informées, ou seulement si une victime engage une procédure. La suppression du contenu ou son invisibilisation peut en effet être nécessaire pour mettre fin au préjudice subi par la victime. Cependant, il peut alors être difficile pour les autorités de lancer une enquête en l'absence de connaissance ou de preuve sur l'objet du litige. De même, les victimes sont confrontées à la difficulté de rapporter le contenu, en particulier s'il a été supprimé.



MISE EN ŒUVRE PAR LES ÉTATS

- > Nous recommandons aux États d'identifier une autorité centralisée compétente pour recevoir et évaluer les contenus jugés illégaux par une plateforme lorsque cela est nécessaire, par exemple en cas de recours par un utilisateur. Cette autorité peut prendre la forme d'une autorité existante telle qu'un parquet spécialisé, d'une agence indépendante ou d'une nouvelle plateforme de signalement des comportements ou contenus illégaux sur Internet.
- > Si une agence indépendante se voit confier ce rôle, nous recommandons qu'une coopération entre cette agence et le procureur de la République soit établie, afin de faciliter les lancements d'enquête.
- > Nous recommandons de simplifier le degré de preuve exigée de la part des victimes qui signalent un contenu illégal qui a déjà été retiré. Cela pourrait être fait par une autorité judiciaire mettant en place une procédure de signalement gratuite.

4.1.3 ACCÈS À UN SYSTÈME JUDICIAIRE INDÉPENDANT

Nous recommandons que l'accès à une juridiction indépendante soit prévu pour les procédures civiles.

La juridiction *ratione loci* (c'est-à-dire dont la compétence est soumise aux limites territoriales) impose que le procès ait lieu là où la plateforme a son siège social, ce qui soulève des difficultés pour déterminer la compétence des tribunaux nationaux. Nous recommandons de ne pas tenir compte de ce critère, qui n'est pas adapté à l'activité internationale des plateformes. Cette approche est conforme à la jurisprudence des juridictions nationales.

En raison de la particularité de ce contentieux, qui nécessite des connaissances spécifiques et des ressources importantes, il est nécessaire que les juges impliqués dans ces contentieux soient spécialisés.

En raison de l'importance des dommages irréparables qui peuvent être causés par la diffusion d'un contenu, il est essentiel de permettre aux juges d'ordonner rapidement aux hébergeurs de retirer des contenus, ou au fournisseur d'accès à Internet (FAI) de bloquer l'accès à des contenus.

Cette procédure accélérée de retrait de contenu pourrait être initiée soit par le procureur, soit plus largement par toute personne y ayant un intérêt.

L'anonymat est un obstacle considérable à la mise en œuvre des procédures. Dans certaines circonstances, des procédures spécifiques doivent permettre d'obtenir l'identité de la personne dans un délai court.



MISE EN ŒUVRE PAR LES ÉTATS

- > Nous recommandons aux États de reconnaître le droit des utilisateurs de faire appel d'une décision prise par une plateforme à leur encontre devant un tribunal civil national.
- > Nous recommandons aux États d'exercer leur autorité sur la base d'un critère de *ratione personae*, en retenant la compétence de la juridiction nationale du lieu de résidence de la victime, ou de l'utilisateur qui a posté le contenu illégal.
- > Nous recommandons que, dans la mesure du possible, les États fassent usage de leur compétence universelle pour participer à la lutte contre l'impunité des crimes les plus graves.
- > Les juges nationaux chargés des litiges impliquant des réseaux sociaux devraient avoir des qualités particulières comme l'impartialité et l'indépendance.
- > Les États doivent accorder des ressources humaines et financières suffisantes aux institutions judiciaires.
- > Nous recommandons la création d'un tribunal civil indépendant spécialisé dans les litiges concernant les plateformes. Sa composition devrait inclure une représentation de la société civile.
- > Nous recommandons l'établissement de procédures sommaires (c'est-à-dire une procédure civile ou pénale menée sans formalités telles que des plaidoiries) pour le règlement rapide d'une affaire.
- > Les États devraient mettre en œuvre une procédure de demande d'identification d'un auteur de contenu litigieux.

4.1.4 PARQUET ET MAGISTRATS SPÉCIALISÉS

Compte tenu de la spécificité des litiges en question, nous recommandons la mise en place de magistrats spécialisés et de procureurs spécialisés.

4.2 NIVEAU INTERNATIONAL

UNE ENTITÉ TRANSNATIONALE

RÉGULATION	MÉCANISME DE RÈGLEMENT DES DIFFÉRENDS	ASSISTANCE AUX ENQUÊTES
<ol style="list-style-type: none">1. Définir des normes pour les plateformes.2. Identifier les circonstances exceptionnelles.3. Analyse systémique des pratiques des plateformes afin de contribuer à l'amélioration de la réglementation.4. Participer à la supervision des plateformes.5. Superviser l'obligation des États à respecter la liberté d'expression.6. Organe d'experts chargé de fournir des conseils à la demande des plateformes.7. Aider à la formation des modérateurs.	<p>Fournir aux plateformes un système de règlement des différends plus souple que les procédures judiciaires nationales pour déterminer l'application de la loi.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Collecter, consolider et préserver les informations et preuves de violations des droits de l'homme et d'abus.2. Analyser les preuves collectées afin de faciliter la tenue de procédures pénales équitables et indépendantes.3. Partager les informations et les éléments de preuve recueillis, ainsi que le travail d'analyse produit avec les organisations nationales, régionales et internationales.

L'espace mondial de l'information et de la communication est un bien commun de l'humanité qui doit être protégé et réglementé au niveau international, en tenant compte de la diversité culturelle mais aussi des principes communs acceptés et reconnus par ses différents participants.

Nous recommandons la création d'une entité transnationale, étant donné que les mécanismes nationaux pourraient ne pas répondre aux exigences imposées par les standards internationaux et qu'ils doivent être contrôlés pour s'assurer du respect des droits des détenteurs de compte. Cette entité transnationale aurait trois mandats distincts : la régulation internationale, un mécanisme de règlement des différends et une assistance en matière d'enquête.

Par ailleurs, le droit applicable aux plateformes, issu des standards internationaux des droits de l'homme, n'est pas suffisamment précis en l'état et devrait être précisé. Enfin, les plateformes doivent connaître clairement le droit applicable afin de procéder à une juste modération des contenus illégaux.

4.2.1 LA RÉGULATION INTERNATIONALE

L'organe transnational devrait être composé de représentants de tous les participants, dont des représentants des plateformes, de la société civile, des États et des organisations internationales intéressées, afin d'encourager la régulation tout en assurant la coordination entre les différentes parties prenantes.

En effet, l'élaboration de régimes de responsabilité nécessite un travail considérable que notre groupe de travail n'a pas les capacités de réaliser. Le présent rapport recommande donc que cette mission soit confiée à un organe permanent. Ce dernier pourra déterminer plus précisément les critères à établir pour appliquer des sanctions selon les circonstances ou lors de cas particuliers, afin de guider les plateformes et les autorités nationales dans la régulation des réseaux sociaux. Son caractère permanent lui permettra d'adapter la réglementation en fonction de l'évolution des situations.

Cette entité transnationale apportera son soutien aux plateformes pour la mise en œuvre des réglementations nationales et internationales.

Cette entité pourrait être créée au sein d'une organisation existante. Le Forum sur l'information et la démocratie dispose déjà de la structure nécessaire pour exercer les compétences requises pour promouvoir et contrôler la réglementation des plateformes conformément aux normes internationales.

Mise en place d'une entité transnationale

MANDAT

1. Conseiller et guider les plateformes

- Préciser les grands principes que les plateformes doivent respecter.
- Établir les moyens de mise en œuvre de ces principes par l'élaboration de normes et de lignes directrices.
- Guider les plateformes dans leur réponse à des situations exceptionnelles telles que la guerre.
- Fournir des conseils à la demande des plateformes.

2. Supervision des pratiques des plateformes

- Évaluer les décisions prises par les plateformes par le biais d'un examen par les pairs et/ou mener une enquête spécifique sur la base d'une plainte.
- Publier les résultats de ces évaluations dans un effort de transparence permettant, d'une part, aux plateformes d'accroître leur légitimité et, d'autre part, aux utilisateurs de prendre une décision éclairée sur le réseau social qu'ils souhaitent utiliser.

3. Contrôle de l'obligation des États à respecter la liberté d'expression

- Publier, de manière régulière, un classement des États en fonction de leur respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales propres aux journalistes et aux défenseurs des droits de l'homme. Ce classement aiderait les plateformes à déterminer si elles peuvent révéler l'identité d'un détenteur de compte.
- Étudier l'activité des autorités de régulation nationales, afin de vérifier qu'elles bénéficient des garanties indispensables pour exercer leurs fonctions de manière indépendante, impartiale et transparente.

GOUVERNANCE

L'entité transnationale devrait comprendre des représentants de toutes les parties prenantes de l'espace de l'information et de la communication.

Il doit être composé des organes suivants :

- Un **organe plénier** réunissant des représentants de toutes les parties concernées.

- Un **organe administratif** composé de personnes ayant une expertise dans le domaine, respectant une représentation géographique et de genre équitable.
- Un **organe d'experts** qui devrait être mobilisé pour superviser les plateformes et être consulté lors des procédures de conception de normes et de lignes directrices.
 - > Les membres de l'organe d'experts doivent être élus par l'organe plénier pour leurs compétences spécialisées et respecter un principe d'indépendance.

4.2.2 RÈGLEMENT DES DIFFÉRENDS INTERNATIONAUX

Des affaires célèbres ont souligné l'importance de fournir aux plateformes un mécanisme de règlement des différends plus souple que les procédures judiciaires nationales pour déterminer l'application de la loi. Nous recommandons la création d'un mécanisme international de règlement des différends fondé sur les principes de l'arbitrage.



MISE EN ŒUVRE PAR LES ÉTATS

- > **Nous recommandons la création d'un système d'arbitrage international⁴¹** au sein de l'entité de régulation transnationale.
- > **Il devrait fournir :**
 - une liste d'**arbitres** : **cette liste devrait être établie en tenant compte de leurs compétences, et pourrait être approuvée annuellement par l'organe plénier.**
 - **un guide de procédure** : l'organisation doit proposer un guide de procédure que les parties pourraient ensuite adapter.
- > Les parties devraient s'engager à ce que la décision soit contraignante.

Assistance aux enquêtes

Les informations publiées sur les plateformes peuvent être utilisées comme preuves de violations des droits de l'homme ou de crimes. Cependant, l'obligation de modération incombant aux plateformes peut conduire à la perte de ces preuves.

Même si les plateformes acceptent de conclure des accords avec les mécanismes d'enquête internationaux et de transmettre les informations postées sur leurs services, ces accords sont ponctuels et limités dans le temps. Ils n'empêchent pas la perte de preuves en l'absence de mécanismes internationaux.

La capacité d'assistance en matière d'enquête de l'organisme international devrait servir d'organe chargé d'établir les faits et d'aider à trancher les affaires, ou encore d'aider d'autres organismes, nationaux ou internationaux. Cela devrait se faire en lien avec le processus d'arbitrage et d'autres organismes déjà existants, ou à créer, chargés de rassembler des preuves sur les crimes.

⁴¹ Strowel, Alain & Laura Somaini (2021).



MISE EN ŒUVRE PAR LES ÉTATS

- > **Nous recommandons la création d'un organe d'assistance aux enquêtes** au sein de l'entité transnationale.
- > Cet organe devrait être composé de personnes compétentes : juristes, chercheurs et analystes, entre autres, recommandées par un responsable de l'organe transnational indépendant et élu par l'organe plénier.
- > Cet organe devrait se voir confier le mandat suivant :
 - **recueillir, consolider et conserver** les informations et les preuves de violations et d'abus des droits de l'homme ;
 - **analyser** les preuves collectées et préparer les dossiers afin de faciliter et d'accélérer les procédures pénales équitables et indépendantes ;
 - **partager** les informations et les preuves collectées ainsi que le travail analytique produit avec les tribunaux nationaux, régionaux et internationaux.

ANNEXE 1

RÉGIME DE RESPONSABILITÉ EN COURS D'ÉLABORATION EN EUROPE : LE DIGITAL SERVICES ACT (DSA)

Le présent rapport souligne la nécessité de mettre en place des régimes de responsabilité pour les réseaux sociaux et leurs utilisateurs et propose une voie à suivre. L'Union européenne s'est engagée dans cette voie avec la présentation de la législation sur les services numériques (plus connue sous son nom anglais de Digital Services Act, DSA). Le DSA constitue un cadre réglementaire sans précédent qui fixera des normes sur la responsabilité des plateformes numériques concernant les contenus illégaux et néfastes et qui assurera une meilleure protection aux utilisateurs d'Internet et à leurs droits fondamentaux. Le DSA présente une des approches réglementaires possibles dans ce domaine, et pourrait servir de modèle à d'autres juridictions, à mesure que leurs pays progressent dans la mise en œuvre de garanties démocratiques dans l'espace de l'information et de la communication.

Le DSA concernera les sujets suivants, parmi ceux qui sont également traités par le présent rapport :

Pour les utilisateurs :

- La création de procédures claires et faciles pour signaler des contenus illégaux.
- Les utilisateurs auront accès à des mécanismes de règlements des différends dans leur pays.
- De nouvelles protections pour les mineurs.
- L'accès aux données des plateformes pour les chercheurs afin de comprendre les risques pour la société et les droits fondamentaux.
- Le droit des utilisateurs de refuser les recommandations de contenu basées sur le profilage.

Pour les plateformes :

- La transparence des conditions générales d'utilisation pour les plateformes.
- Des mécanismes de réponse rapide aux crises, avec des mesures supplémentaires de gestion des risques pour les crises de santé publique et de sécurité.
- Des audits indépendants sur leur gestion des risques, dont leurs systèmes algorithmiques.
- La transparence des règles de modération des contenus.
- Des informations claires sur les raisons pour lesquelles un contenu est recommandé aux utilisateurs.

REMERCIEMENTS

Le Forum tient à remercier chaleureusement les membres du comité de pilotage de ce groupe de travail, notamment ses co-présidents, ainsi que les plus de 50 experts que nous avons interrogés, pour leur temps, leurs avis éclairants et leur soutien.

- Camille Alloing, professeur de relations publiques, Université du Québec
- Enrique Armijo, professeur de droit à la Elon University School of Law et membre du corps professoral au Yale Law School Society Project.
- Farzaneh Badiei, fondatrice, Digital Medusa
- Romain Badouard, maître de conférences, Paris 1
- Ian Barber, responsable juridique, Global Partners Digital
- Dominique Cardon, directeur, Médialab de Sciences Po
- Anupam Chander, professeur en droit et technologie, Scott K. Ginsburg, Georgetown University Law Center
- Paul Coppin, responsable du service juridique, Reporters sans frontières (RSF)
- Alexandre Coutant, professeur de communication sociale et publique, Université du Québec
- Vera Eidelman, avocate, Speech, Privacy, and Technology Project de l'ACLU
- Olivier de Frouville, directeur du Centre de Recherche sur les Droits de l'Homme et le Droit Humanitaire de Paris (CRDH)
- Anna D. Gibson, doctorante, Département de communication, Université de Stanford
- Eric Goldman, professeur de droit, faculté de droit de l'université de Santa Clara
- Vincent F. Hendricks, professeur et directeur du Center for Information and Bubble studies, Université de Copenhague
- Matias Jackson, chercheur juridique et consultant en droit de la technologie et de l'internet, Université de la République d'Uruguay
- Uruguay
- David Kaye, ancien rapporteur spécial sur la liberté d'expression et d'opinion (2014-2020)
- Julien Kahn, avocat, JK Avocats
- Théophile Lenoir, docteur en droit, Université de Leeds
- Richard Malka, avocat, Malka & Associés
- Barthélémy Michalon, docteur en droit, Sciences Po
- Charles Miraillet, conseiller juridique, Commission nationale consultative des droits de l'homme
- Gabriel Nicholas, chargé de recherche, Center for Democracy & Technology
- Rasmus Nielsen, directeur, Institut Reuters pour l'étude du journalisme
- Javier Pallero, directeur politique, Access Now
- Courtney Radsch, directrice du plaidoyer, Committee to Protect Journalists (CPJ)
- Aurore Raoux, responsable des affaires publiques, News Media Europe
- Emilie Rannou, responsable de la stratégie et de la science des données, Ekimetrics
- Alain Strowel, professeur, Université Saint-Louis et UCLouvain
- Nicolas Suzor, professeur, département de droit de l'Université de technologie du Queensland
- Hélène Tigroudja, professeur de droit international public, Université Aix Marseille
- Erik Tuchtfield, chargé de recherche, Institut Max Planck de droit public comparé et de droit international
- Serena Villata, chercheuse titulaire, Chaire CNRS en intelligence artificielle
- Wout van Wijk, directeur, News Media Europe
- Richard Wingfield, responsable juridique, Global Partners Digital
- Jillian York, directrice pour la liberté d'expression internationale, Electronic Frontier Foundation
- Célia Zolynski, membre, Comité national de pilotage pour l'éthique numérique

Pour renforcer la participation d'experts de différentes régions du monde au groupe de travail, le Forum a conclu un partenariat avec six organisations locales de la région Moyen-Orient-Afrique du Nord et en Afrique de l'Ouest.

- La Fondation Maharat, une organisation non gouvernementale pour la liberté d'expression et le développement des médias, basée au Liban
- Le Groupe de travail pour le journalisme et la démocratie, une organisation qui promeut le journalisme et le développement des médias numériques en Tunisie.
- L'Association de lutte contre le racisme, l'ethnocentrisme et le régionalisme (ALCRER), une organisation non gouvernementale de défense des droits de l'homme, de la démocratie et de la bonne gouvernance au Bénin.
- Le Réseau des professionnels de la presse en ligne de Côte d'Ivoire (REPPRELICI), première organisation professionnelle de la
- la presse numérique en Côte d'Ivoire
- Le Syndicat des professionnels de l'information et de la communication du Sénégal (SYNPICS), une organisation professionnelle en charge du secteur des médias au Sénégal
- Nouveaux Droits de l'Homme (NDH-Burkina), association de défense des droits humains et de la liberté de la presse au Burkina Faso.

Grâce à leur soutien, 53 experts ont été mobilisés et ont participé aux ateliers pour élaborer les recommandations présentées dans ce rapport :

Liban :

- Layal Bahnam, responsable de programme, Fondation Maharat
- Dr Ali Rammal, professeur de médias, Université libanaise
- Dr Georges Sadaka, professeur de médias et ancien doyen de la faculté des médias, Université Libanaise
- Abed Kataya, responsable du contenu numérique, SMEX pour les droits numériques
- Dr Maria Abou Zeid, professeure associée et présidente du département d'études des médias de l'Université Notre-Dame-de-Louaizé
- Zeina Bou Harb, responsable de la coopération internationale, OGERO Telecom, qui dirige actuellement le secrétaire général du Lebanese Internet Governance Forum
- Abir Chebaro, spécialiste des questions de genre et ancien conseiller du Premier ministre pour les affaires relatives aux droits des femmes
- Layal Jebran, expert en technologie et entrepreneur, PDG et cofondateur de Moubarmij, ancien membre du conseil exécutif de l'Internet Society Lebanon
- Charbel Chbeir, avocat, membre du Barreau de Beyrouth et rapporteur du Centre sur l'informatique et la technologie du Barreau de Beyrouth
- Layal Sakr, avocat et fondateur de l'ONG SEEDS for Legal Initiatives
- Tony Mikhael, avocat et expert juridique de l'ONG Fondation Maharat

Tunisie :

- Neji Bghouri, chef du département des projets de l'UNESCO à Tunis et ancien président de l'Union nationale des journalistes tunisiens.
- Dr. Sadok Hammami, professeur à l'Institut de la presse et des sciences de l'information et membre du conseil de la presse
- Dr. Nouha Belaid, docteur en sciences de l'information et de la communication et professeur à l'Université Centrale de Tunis
- Karim Wannes, journaliste à Mosaique FM, responsable de la déontologie au Syndicat national des journalistes tunisiens
- Rabeb Aloui, rédacteur en chef du média électronique spécialisé dans le fact-checking, BN Check

- Lasaad Dahech, expert auprès de l'ASBU (Arab States Broadcasting Union) et ancien PDG de la télévision nationale
- Réal Barnabé, expert en médias pour la Commission européenne, ancien chef de Radio Canada
- Tawfiq Omrane, journaliste et caricaturiste

Bénin :

- Gervais Loko, expert en gouvernance et responsable de programme à ALCRER
- Hugues Tossa, juriste spécialisé sur le numérique et chef de projet pour l'ONG Changement Social Bénin
- Renaud Sédjro Akpahounka, expert en conception pour CivicTech Solutions et responsable TIC à l'ONG Social Watch Bénin
- Maurice Thantan, chef de projet numérique et ancien président de l'Association des blogueurs du Bénin
- Donald Azokli Assogba, expert SEO (Search Engine Optimization)
- Hadjara Idris, expert digital et PDG de Mara Academy
- Constant Langnito, expert consultant Web et Mobile
- Joël Arsène Noumonvi, président de l'Association des blogueurs du Bénin
- Hervé Mekoun, sociologue et professeur d'université

Côte d'Ivoire :

- Lassina Serme, président du Réseau des professionnels de la presse en ligne de Côte d'Ivoire (REPPRELICI)
- Kébé Mamady, rédacteur en chef de la plateforme contre les fake news Ivoirecheck
- Marie Flore Begou, coordinatrice de l'ONG Citoyens engagés pour le leadership et la démocratie en Côte d'Ivoire (CELDCI),
- Marlyse Konan, présidente de l'Association des Femmes Journalistes de Côte d'Ivoire (AFJCI)
- Dr Karim Wally, enseignant-chercheur à l'Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan
- Aboubacar Cidiq Sawadogo, président de l'Initiative citoyenne pour l'éducation aux médias sociaux en Côte d'Ivoire (ICEM-CI).
- Evelyne Déba, journaliste
- Wally Karim, directeur de la rédaction de Nord-Sud Quotidien
- Elisée Bolougbeu, directeur de publication de Destinationci

Sénégal :

- Bamba Kassé, journaliste et président de SYNPICS
- Adama Sow, journaliste à la Commission de protection des données personnelles du Sénégal (CDP)
- Moustapha Fall, avocat spécialisé en droit public, rédacteur du projet de loi sur la régulation des réseaux sociaux
- Mamadou Thior, président du Cored (Conseil de régulation de l'éthique et de la déontologie)
- Ibrahima Lissa Faye, président de l'APPEL (Association pour la promotion de la presse en ligne)
- Emmanuel Maurice Diokh, techno-pédagogue, formateur juridique et président d'Internet Sans Frontières
- Aminatou Diop, journaliste membre du CORED (Conseil pour l'observation des règles d'éthique et de déontologie dans les médias au Sénégal).
- Jean Louis Correa, professeur de droit associé à l'Université virtuelle du Sénégal

Burkina Faso :

- Idrissa Birba, journaliste, rédacteur en chef du journal Le Quotidien et président de NDH-Burkina.
- Boukari Bogré, enseignant et journaliste
- Frédéric Ilboudo, journaliste et chargé de communication à l'ONG Hunger Free World (HFW)
- Daouda Kinda, journaliste, responsable de la presse en ligne, Le Monde Rural
- Madi Bazié, journaliste, responsable de la presse en ligne, Ouest-info
- Élie Kaboré, journaliste au journal L'économiste du Faso
- Philippe Bationo, journaliste, responsable du média en ligne Le Talon
- Zalle Ibrahim, journaliste

BIBLIOGRAPHIE

- Access Now (2020). 26 Recommendations on Content Governance. Consulté à l'adresse : <https://www.accessnow.org/cms/assets/uploads/2020/03/Recommendations-On-Content-Governance-digital.pdf>
- ACLU (2021). The Problem With Censoring Political Speech Online – Including Trump's. Consulté à l'adresse : <https://www.aclu.org/news/freespeech/the-problem-with-censoring-political-speech-online-including-trumps/>
- American bar association (2018). The Ongoing Challenge to Define Free Speech. Consulté à l'adresse : https://www.americanbar.org/groups/crsj/publications/human_rights_magazine_home/the-ongoing-challenge-to-define-free-speech/
- Article 19 (2021). At a glance: Does the EU Digital Services Act protect freedom of expression? Consulté à l'adresse : <https://www.article19.org/resources/does-the-digital-services-act-protect-freedom-of-expression/>
- Aspen Institute (2021). Commission on Information Disorder. Consulté à l'adresse : https://www.aspeninstitute.org/wp-content/uploads/2021/11/Aspen-Institute_Commission-on-Information-Disorder_Final-Report.pdf
- Atlantic Council (2021). Free speech and online content: What can the US learn from Europe? Consulté à l'adresse : <https://www.atlantic-council.org/blogs/new-atlanticist/free-speech-and-online-content-what-can-the-us-learn-from-europe/>
- Badouard, Romain (2021). Les enjeux de la modération des contenus sur le web. Consulté à l'adresse : <https://la-rem.eu/2021/11/les-enjeux-de-lamoderation-des-contenus-sur-le-web/>
- Banko, Michele, Brendon MacKeen & Laurie Ray (2020). A Unified Typology of Harmful Content. Consulté à l'adresse : <https://aclanthology.org/2020.alw-1.16.pdf>
- Bayer, J.A (2019). The recommended responsibilities and duties of social media platform companies. Consulté à l'adresse : https://www.researchgate.net/publication/344785231_The_recommended_responsibilities_and_duties_of_social_media_platform_companies
- Berinsky, A. J (2015). Rumors and Health Care Reform: Experiments in Political Misinformation, Cambridge University Press, Vol. 47, pp.241 - 262. Consulté à l'adresse : <https://www.cambridge.org/core/journals/british-journal-of-political-science/article/rumors-and-health-care-reform-experiments-in-political-misinformation/8B88568CD057242D2D97649300215CF2>
- Boyd, Danah M. & Nicole B. Ellison (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 13, pp. 210–230. Consulté à l'adresse : <https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062>
- Brennan Center for Justice (2021). Double Standards in Social Media Content Moderation. Consulté à l'adresse : https://www.brennancenter.org/sites/default/files/2021-08/Double_Standards_Content_Moderation.pdf
- Buiten, Miriam, (2021). The Digital Services Act: From Intermediary Liability to Platform Regulation, SSRN. Consulté à l'adresse : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3876328
- Burgogue-Larsen, Laurence (2008). Les nouvelles tendances dans la jurisprudence de la Cour interaméricaine des droits de l'homme, Cursos de Derecho Internacional y Relaciones Internacionales de Vitoria Gasteiz, Universidad del País Vasco, pp. 149-180. Consulté à l'adresse : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01744225/document>
- Business for Social Responsibility (2021). A Human Rights-Based Approach to Content Governance. Consulté à l'adresse : https://www.bsr.org/reports/A_Human_Rights-Based_Approach_to_Content_Governance.pdf
- Cassella, Sarah, (2018). Rapport introductif, Le standard de due diligence et la responsabilité internationale. Consulté à l'adresse : <https://www.sfdi.org/publications/le-standard-de-due-diligence-et-la-responsabilite-internationale-journee-detude-franco-italienne-du-mans/>
- CIGI (2021). How “Free Speech” Kills Internet Regulation Debates: Part Two. Consulté à l'adresse : <https://www.cigionline.org/articles/how-free-speech-kills-internet-regulation-debates/>
- CNIL (2019). La forme des choix, Cahier IP innovation & Prospective, Num.06. Consulté à l'adresse : https://www.cnil.fr/sites/default/files/atoms/files/cnil_cahiers_ip6.pdf
- CNIL (2022). Contrôle de l'âge sur les sites web: la CNIL invite à développer des solutions plus efficaces et respectueuses de la vie privée. Consulté à l'adresse : <https://www.cnil.fr/fr/controle-de-lage-sur-les-sites-web-la-cnil-invite-developper-des-solutions-plus-efficaces-et>
- Common, MacKenzie, (2019). The Importance of Appeals Systems on Social Media Platforms, LSE Law - Policy Briefing Paper, Vol. 40, pp. 1-5. Consulté à l'adresse : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3462770
- Congressional Research Service (2019). Free Speech and the Regulation of Social Media Content. Consulté à l'adresse : <https://sgp.fas.org/crs/misc/R45650.pdf>
- Congressional Research Service (2021). Social Media: Misinformation and Content Moderation Issues for Congress. Consulté à l'adresse : <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R46662>
- Conseil de l'Europe (2014). La prééminence du droit sur l'internet et dans le monde numérique en général. Consulté à l'adresse : <https://rm.coe.int/la-preeminence-du-droit-sur-l-internet-et-dans-le-monde-numerique-en-g/16808b3e6f juin 2021>
- Council of Europe (2020). Prioritization uncovered: the Discoverability of Public Interest Content Online <https://rm.coe.int/publication-content-prioritisation-report/1680a07a57>
- Council of Europe (2021). Content Moderation: Best Practices towards Effective Legal and Procedural Frameworks for Self-regulatory and Co-regulatory Mechanisms of Content Moderation. Consulté à l'adresse : <https://edoc.coe.int/fr/internet/10198-content-moderation-guidance-note.html>
- D'Ambrosio, Luca (2020). Le devoir de vigilance: une innovation juridique entre continuité et ruptures, Droit et Société, Vol. 106, pp. 633-647. Consulté à l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-droit-et-societe-2020-3-page-633.htm>
- Data & Society (2018). Content or context moderation: Artisanal, Community-Reliant, and Industrial Approaches. Consulté à l'adresse : https://datasociety.net/wp-content/uploads/2018/11/DS_Content_or_Context_Moderation.pdf

Desmaris, Sacha, Pierre Dubreuil & Benoît Loutrel (2019), Créer un cadre français de responsabilisation des réseaux sociaux: agir en France avec une ambition européenne. Consulté à l'adresse : <https://la-rem.eu/2021/11/les-enjeux-de-la-moderation-des-contenus-sur-le-web/>

Douek, Evelyn (2020). The Rise of Content Cartels. Consulté à l'adresse : <https://knightcolumbia.org/content/the-rise-of-content-cartels>

Douek, Evelyn (2021). Governing online speech: from "post-as-trump" to proportionality and probability, Columbia Law Review, Vol. 121, pp. 759-834. Consulté à l'adresse : <https://columbialawreview.org/content/governing-online-speech-from-posts-as-trumps-to-proportionality-and-probability/>

Dugoin-Clément, Christine, (2021). Donald Trump banni des grands réseaux sociaux: et maintenant ? Consulté à l'adresse : <https://theconversation.com/donald-trump-banni-des-grands-reseaux-sociaux-et-maintenant-152950>

ECFR (2020). Regulation and accountability: How to save the internet. Consulté à l'adresse : https://ecfr.eu/article/commentary_regulation_and_accountability_how_to_save_the_internet/

Electronic Frontier Foundation (2021). Beyond Platforms: Private Censorship, Parler, and the Stack. Consulté à l'adresse : <https://www.eff.org/deeplinks/2021/01/beyond-platforms-private-censorship-parler-and-stack>

Electronic Frontier Foundation (EFF). How To Appeal. Consulté à l'adresse : <https://www.onlinecensorship.org/en/pages/1214ccb8-e1d5-472a-91e8-745d895b4dff>

Electronic Frontier Foundation (2021). UN Human Rights Committee Criticizes Germany's NetzDG for Letting Social Media Platforms Police Online Speech. Consulté à l'adresse : <https://www.eff.org/deeplinks/2021/11/un-human-rights-committee-criticizes-germanys-netzdg-letting-social-media>

Ermoshina, Ksenia (2022). Safe space by design? Federated architectures and alternative socio-technical models for content moderation, Alternative content regulation on social media. Consulté à l'adresse : <https://carism.u-paris2.fr/fr/pre-conference-ica>

Ertzscheid, Olivier, (2017). L'appétit des géants. Pouvoir des algorithmes, ambitions des plateformes, C&F éd.

European Federation of Journalists (1971). Munich Declaration of the Duties and Rights of Journalists. Consulté à l'adresse : <https://training.rsf.org/appendix-iii-declaration-of-rights-and-obligations-of-journalists/>

European Liberal Forum (2022). The new Digital Service Act and the protection of freedom and rights in the digital public square. Consulté à l'adresse : <https://liberalforum.eu/2022/01/digitising-europe-the-new-digital-service-act-and-the-protection-of-freedom-and-rights-in-the-digital-public-square/>

European Parliament (2022). Digital Services Act. Consulté à l'adresse : https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2022-0269_EN.html

European Parliamentary Research Service (2021). Liability of online platforms. Consulté à l'adresse : [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/656318/EPRS_STU\(2021\)656318_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/656318/EPRS_STU(2021)656318_EN.pdf)

European Union (2019), Directive (EU) 2019/790. Consulté à l'adresse : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32019L0790>

European Union (2000), Directive 2000/31/EC. Consulté à l'adresse : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=celex%3A32000L0031>

Fagan, Frank, (2018). Systemic social media regulation? Duke Law & Technology Review, Vol. 16, pp. 393. Consulté à l'adresse : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3160781

Forum on Information & Democracy: Working group on infodemics (2020). How to end infodemics. Consulté à l'adresse : https://informationdemocracy.org/wp-content/uploads/2020/11/ForumID_Report-on-infodemics_101120.pdf

Forum on Information & Democracy: Working group on the sustainability of journalism (2021). A New Deal for journalism. Consulté à l'adresse : https://informationdemocracy.org/wp-content/uploads/2021/06/ForumID_New-Deal-for-journalism_16Jun21.pdf

Fukuyama, Francis, Barak Richman & Ashish Goel (2021). How to Save Democracy From Technology. Consulté à l'adresse : <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2020-11-24/fukuyama-how-save-democracy-technology>

Gillespie, Tarleton, (2018). Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media, Yale University Press. Consulté à l'adresse : <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300173130/custodians-internet>

GPPI (2017). Internet Companies Cannot Be Judges of Free Speech. Consulté à l'adresse : <https://www.gppi.net/2017/04/20/internet-companies-cant-be-judges-of-free-speech>

Grimmelmann, James, (2019). Internet Law: cases & problems, Semaphore Press.

G'sell, Florence, (2021). Le conseil de surveillance de Facebook et l'affaire Trump les limites du concept de 'tribunal d'entreprise'. La semaine du droit, éd. générale. n22°.

Guéniat, Marc, (2020). Les géants du numérique deviennent les arbitres de la liberté d'expression. Consulté à l'adresse : <https://www.heidi.news/innovation-solutions/les-reseaux-sociaux-mettent-les-internautes-dans-des-bulles-d-enfermement-culturelles>

Hale, Thomas, David Held (2011). Handbook of Transnational Governance Institutions & Innovations, Polity Press.

Haupt, Claudia E, (2021). Regulating Speech Online: Free Speech Values in Constitutional Frames, Washington University Law Review. Consulté à l'adresse : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3794884#

Hausalter, Louis, (2021). Liberté d'expression et pluralisme: face à Twitter et Facebook, l'impuissance des politiques. Consulté à l'adresse <https://www.marianne.net/politique/liberte-d-expression-et-pluralisme-face-a-twitter-et-facebook-l-impuissance-des-politiques>

Heldt, Amélie & Stephan Dreyer (2021). Competent Third Parties and Content Moderation on Platforms: Potentials of Independent Decision-Making Bodies From A Governance Structure Perspective, Journal of Information Policy, Vol. 11, pp. 266-300. Consulté à l'adresse : https://leibniz-hbi.de/uploads/media/default/cms/media/6134zt1_Heldt-Amelie_jinfopoli.11.2021.0266.pdf

Heinrich-Böll-Stiftung (2019). Tackling hate speech requires the protection of freedom of expression. Consulté à l'adresse : <https://ng.boell.org/en/2019/12/17/tackling-hate-speech-requires-protection-freedom-expression>

Hennebel, Ludovic, H el ene Tigroudja (2018). Traitée de droit international des droits de l'homme, Pedone.

Hirgen, Bezhani, (2021). Online Platforms and Freedom of Expression: The EU's Digital Services Act. Consultée   l'adresse : <https://www.duo.uio.no/handle/10852/89284>

Hoog, Emmanuel, (2019). Confiance et liberté - Vers la création d'une instance d'autorégulation et de médiation de l'information. Consultée   l'adresse : <https://www.culture.gouv.fr/Espace-documentation/Rapports/Confiance-et-liberte-Vers-la-creation-d-une-instance-d-autoregulation-et-de-mediation-de-l-information>

Horwitz, Jeff (2021). Facebook Says Its Rules Apply to All. Company Documents Reveal a Secret Elite That's Exempt, The Wall Street Journal. Consult e   l'adresse : <https://www.wsj.com/articles/facebook-files-xcheck-zuckerberg-elite-rules-11631541353>

Indian government (2020). Central government Act, Section 79 in the Information Technology Act.

Institut Montaigne (2020). Disinformation: The German Approach and What to Learn From It. Consult e   l'adresse : <https://www.institut-montaigne.org/en/blog/disinformation-german-approach-and-what-learn-it>

Institut Montaigne (2021). Internet: le p ril jeune ? Consult e   l'adresse : https://www.institutmontaigne.org/ressources/pdfs/publications/rapport-internet-le-peril-jeune_0.pdf

Institute for Governance and Policy Studies (2021). Regulating Harmful Communication: Current legal frameworks. After Christchurch: Hate, harm and the limits of censorship working paper series. Consult e   l'adresse : https://www.wgtn.ac.nz/_data/assets/pdf_file/0008/1926593/WP-21-05-regulating-harmful-communication-legal-frameworks.pdf

Inter-American Dialogue (2021). Content Moderation and Self-Regulation Mechanisms: The Facebook Oversight Board and Its Implications for Latin America. Consult e   l'adresse : <https://www.foreignaffairs.com/reviews/capsule-review/2021-12-14/content-moderation-and-self-regulation-mechanisms-facebook>

Isaac, Henri & Louis-Victor de Franssu (2022). Les utilisateurs doivent être intégrés   la régulation numérique, Acteurs publics. Consult e   l'adresse : <https://acteurspublics.fr/articles/les-utilisateurs-doivent-etre-integres-a-la-regulation-numerique>

Isaac, Stanley-Becker, Elizabeth Dvoskin (2020). Trump allies, largely unconstrained by Facebook's rules against repeated falsehoods, cement pre-election dominance. Consultée   l'adresse : <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/11/01/facebook-election-misinformation/>

Jourov , Véra (2021). Après Trump, il est urgent d'encadrer les géants du numérique, Libération. Consultée   l'adresse : https://www.liberation.fr/debats/2021/01/22/apres-trump-il-est-urgent-d-encadrer-les-geants-du-numerique_1818153

Jurcys, Paulius, Christopher Donewald, Mark Fenwick, Markus Lampinen, Vytautas Nekro ius, & Andrius Smaliukas (2020). Ownership of User-Held Data: Why Property Law is the Right Approach, SSRN Electronic Journal. Consult e   l'adresse : <https://jolt.law.harvard.edu/assets/digestImages/Paulius-Jurcys-Feb-19-article-PJ.pdf>

Kaspar, Lea, Richard Wingfield (2021). Digital Rights at a Crossroads - recommendations for advancing human rights and social justice in the post-2020 era. Consult e   l'adresse : <https://www.gp-digital.org/wp-content/uploads/2021/03/Digital-Rights-at-a-Crossroads.pdf>

Kaye, David, (2019). Speech Police, Columbia Global Reports.

Khan, Irene, (2021). Disinformation and freedom of opinion and expression Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression. Consult e   l'adresse : https://eos.cartercenter.org/uploads/document_file/path/985/Report_of_the_Special_Rapporteur_on_Disinformation_and_Freedom_of_Opinion_and_Expression_E.pdf

Khana, Tanveer, Antonis Michalassab & Adnan Akhunzadac (2021). Fake news outbreak 2021: Can we stop the viral spread? Consultée   l'adresse : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1084804521001326>

Lefouilli, Yassine & Leonardo Madio (2021). The Economics of Platform Liability. Consultée   l'adresse : https://www.tse-fr.eu/sites/default/files/TSE/documents/sem2021/eco_platforms/madio.pdf

Legros, Claire, (2021). La liberté d'expression   l'heure du numérique ou la difficile quête de l'équilibre sur les réseaux sociaux. Consultée   l'adresse : https://www.lemonde.fr/idees/article/2021/04/02/reseaux-sociaux-et-liberte-d-expression-inventer-des-dispositifs-pour-protoger-nosdemocraties_6075320_3232.html

Lingib , Patrick, (2018). Quelles responsabilités sur les réseaux sociaux ? Consultée   l'adresse : <https://www.village-justice.com/articles/quelles-responsabilites-sur-les-reseaux-sociaux,29033.html>

Loutrel, Benoît , Pierre Dubreuil & Sacha Desmaris (2019). Ce que peut l'Etat face aux plateformes. Consultée   l'adresse : <https://www.numerique.gouv.fr/uploads/rapport-mission-regulation-reseaux-sociaux.pdf>

Mercatus center (2020). Do Our Leaders Believe in Free Speech and Online Freedom Anymore? Consultée   l'adresse : <https://www.mercatus.org/bridge/commentary/do-our-leaders-believe-free-speech-and-online-freedom-anymore>

Musiani, Francesca, (2013). Governance by algorithm, Internet Policy Review, Vol.2. Consult e   l'adresse : <https://doi.org/10.14763/2013.3.188>

Natalegawa, Andreyka & Kyra Jasper (2021). Controlling the Information Space: Big Tech and Free Speech in Southeast Asia, CSIS. Consult e   l'adresse : <https://www.csis.org/blogs/new-perspectives-asia/controlling-information-space-big-tech-and-free-speech-southeast-asia>

Ndior, Val re, (2022). Les réseaux sociaux et l'administration Trump, H rodote, Vol. 184-185, pp. 201   215. Consult e   l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-herodote-2022-1-page-201.htm>

Nicholas, Gabriel, (2022). Shedding Light on Shadowbanning, Center for Democracy & Technology. Consult e   l'adresse : <https://cdt.org/wp-content/uploads/2022/04/remediated-final-shadowbanning-final-050322-upd-ref.pdf>

Observacom (2022). Twitter suspendió la cuenta un portal ecuatoriano de periodismo de investigación, luego de una publicación vinculada al narcotráfico. Consult e   l'adresse : <https://www.observacom.org/twitter-suspendio-la-cuenta-un-portal-ecuatoriano-de-periodismo-de-investigacion-luego-de-una-publicacion-vinculada-al-narcotrafico/irisspecial-2021-01fr-decrypter-la-legislation-sur-les-services-numer/1680a4d2ba>

OCDE (2021). Transparency reporting on terrorist and violent extremist content online: An update on the global top 50 content sharing services.  ditions OCDE. Consultée   l'adresse : <https://doi.org/10.1787/8af4ab29-en>

OFCOM (2021). Intermédiaires et plateformes de communication - Effets sur la communication publique et approches de gouvernance. Consulté à l'adresse : <https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/suisse-numerique-et-internet/communication-numerique/plateformes-de-communication.html>

Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights (1966). International Covenant on Civil and Political Rights. Consulté à l'adresse : <https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/ProfessionalInterest/ccpr.pdf>

Oversight Board (2022). Interview Quasi-Judicial Oversight Mechanisms for Social Platforms. Consulté à l'adresse : <https://www.no-mos-elibrary.de/10.5771/2699-1284-2021-3-254/quasi-judicial-oversight-mechanisms-for-social-platforms-a-conversation-with-catalina-botero-marino-co-chair-of-the-oversight-board-volume-2-2021-issue-3?page=1>

Pew Research Center (2017). The Future of Free Speech, Trolls, Anonymity and Fake News Online . Consulté à l'adresse : <https://www.pewresearch.org/internet/2017/03/29/the-future-of-free-speech-trolls-anonymity-and-fake-news-online/>

Pisillo-Mazzeschi, Riccardo (2008). Responsabilité de l'État pour violation des obligations positives relatives aux droits de l'homme, Collected Courses of the Hague Academy of International Law, Vol. 333. Consulté à l'adresse : http://dx.doi.org/10.1163/1875-8096_pplrdc_A9789004172845_02

Reisach, Ulrike (2021). The responsibility of social media in times of societal and political manipulation. European Journal of Operational Research. Consulté à l'adresse : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0377221720308249>

Reporters sans frontières (2016). RSF deplores suspension of French journalist's Facebook account. Consulté à l'adresse : <https://rsf.org/en/rsf-deplores-suspension-french-journalist-s-facebook-account>

Reporters sans frontières (2021). India: RSF asks Twitter to restore The Kashmir Walla's account. Consulté à l'adresse : <https://rsf.org/en/indiarsf-asks-twitter-restore-kashmir-walla-s-account>

Rest of world NY media (2021). How social media companies help African governments abuse "disinformation laws" to target critics. Consulté à l'adresse : <https://restofworld.org/2021/social-media-africa-democracy/>

Revue internationale de droit économique (2019). Plateformes digitales et États: la corégulation par les données. Le cas des requêtes gouvernementales. Revue internationale de droit économique, Vol.33, pp. 363-381. Consulté à l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-internationale-de-droit-economique-2019-3-page-363.htm>

Rikke, F.J. & Lumi Zuleta (2020). Private Governance of Freedom of Expression on Social Media Platforms: EU content regulation through the lens of human rights standards. Nordicom Review, Vol. 41, pp. 51-67. Consulté à l'adresse : <https://www.proquest.com/open-view/a07f-1352f6804ab21b66ee2bd5cd2e9e/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2040374>

Pen America (2021). No Excuse No Abuse: What Social Media Companies Can Do Now to Combat Online Harassment and Empower Users. Consulté à l'adresse : <https://pen.org/report/no-excuse-for-abuse/>

Sander, Barrie (2020). Freedom of Expression in the Age of Online Platforms: the Promise and Pitfalls of a Human Rights-Based Approach to Content Moderation. Fordham International Law Journal, Vol. 43, pp. 984-985

Stella, Elie, (2019). L'adaptation du droit pénal aux réseaux sociaux en ligne. Consulté à l'adresse : <https://hal.univ-lorraine.fr/tel-02985468/document>

Strowel, Alain & Laura Somaini (2021). Towards a robust framework for algorithmic transparency to tackle the dissemination of illegal and harmful content on online platforms: Proposals for the Digital Services Act and beyond. Consulté à l'adresse : https://cdn.uclouvain.be/groups/cms-editors-crides/droit-intellectuel/CRIDES_WP_2_2021_Alain%20Strowel%20and%20Laura%20Somaini.pdf

Sudre, Frédéric, Hélène Surrel, Laure Milano & Béatrice Pastre-Belda (2021). Droit européen et international des droits de l'homme, PUF.

Swedish Defence Research Agency (2019). Supervised Classification of Twitter Accounts Based on Textual Content of Tweets. Consulté à l'adresse : https://www.foi.se/download/18.46c3b221170ccb3336f1c6/1585826754727/Supervised-classification-of-twitter_FOI-S--6118--SE.pdf

Moore, Martin, and Tambini, Damian, (eds.) (2021). Regulating Big Tech: Policy Responses to Digital Dominance, Oxford University Press.

Timberg Craig, Elizabeth Dvoskin & Reed Albergotti (2021). Inside Facebook, Jan. 6 violence fueled anger, regret over missed warning signs. Consulté à l'adresse : <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/10/22/jan-6-capitol-riot-facebook/>

The Heartland Institute (2021). Six Principles for State Legislators Seeking to Protect Free Speech on Social Media Platforms. Consulté à l'adresse : <https://www.heartland.org/publications-resources/publications/six-principles-for-state-legislators-seeking-to-protect-free-speech-on-social-media-platforms>

The Future of Free Speech (2021). A framework of first reference: Decoding a human rights approach to content moderation in the era of "platformization". Consulté à l'adresse : https://futurefreespeech.com/wp-content/uploads/2021/11/Report_A-framework-of-first-reference.pdf

The Future of Free Speech (2021). Rushing to Judgment: Are Short Mandatory Takedown Limits for Online Hate Speech Compatible with The Freedom of Expression? Consulté à l'adresse : https://futurefreespeech.com/wp-content/uploads/2021/01/FFS_Rushing-to-Judgment-3.pdf

The Paradigm Initiative (2020). Digital rights and data privacy in Nigeria. Consulté à l'adresse : https://ng.boell.org/sites/default/files/2020-08/Digital%20Rights%20and%20Privacy%20in%20Nigeria_0.pdf

The Santa Clara principles (2018). The Santa Clara Principles: On Transparency and Accountability in Content Moderation. Consulté à l'adresse : <https://santaclaraprinciples.org/>

The World Wide Web Consortium (2022). Privacy Principles. Consulté à l'adresse : <https://www.w3.org/TR/2022/DNOTE-privacy-principles-20220512/>

Tony Blair Institute (2021). Social Media Futures: What Is Brigading? Consulté à l'adresse : <https://institute.global/policy/social-media-futures-what-brigading>

Tsamados, Andreas, Nikita Aggarwal, Josh Cows, Jessica Morley, Huw Roberts, Mariarosaria Taddeo & Luciano Floridi (2022). The ethics of algorithms: key problems and solutions. AI & Soc, Vol. 37, pp. 215-230. Consulté à l'adresse : <https://doi.org/10.1007/s00146-021-01154-8>

Twitter (2019). World Leaders on Twitter: Principles & Approach. Consulté à l'adresse : https://blog.twitter.com/en_us/topics/com-

[pany/2019/worldleaders2019](#)

UN Human Rights Council (2018). Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression. Consulté à l'adresse : <https://digitallibrary.un.org/record/1631686/usage>

UNESCO (2018). Journalism, 'Fake News' and Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training. Consulté à l'adresse : https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552_eng

United Nations (2011). Guiding Principles on Business and Human Rights: Implementing the United Nations "Protect, Respect and Remedy" Framework. Consulté à l'adresse : https://www.ohchr.org/sites/default/files/documents/publications/guidingprinciplesbusinesshr_en.pdf

United Nations (1969). Vienna Convention on the Law of Treaties. Consulté à l'adresse : https://legal.un.org/ilc/texts/instruments/english/conventions/1_1_1969.pdf

United States Congress (2020). Eliminating Abusive and Rampant Neglect of Interactive Technologies Act of 2019, S.3398, 116th. Consulté à l'adresse : <https://www.congress.gov/bill/116th-congress/senate-bill/3398/text>

Vengattil, Munsif & Elizabeth Culliford (2022). Facebook allows war posts urging violence against Russian invaders, Reuters. Consulté à l'adresse : <https://www.reuters.com/world/europe/exclusive-facebook-instagram-temporarily-allow-calls-violence-against-russians-2022-03-10/>

Vermeule, Adrian & Cass Sunstein (2009). Conspiracy Theories: Causes and Cures. The Journal of Political Philosophy, Vol.17, pp. 202-227. Consulté à l'adresse : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-9760.2008.00325.x>

Wong, Cynthia & James X. Dempsey (2011). The media and liability for content on internet. Consulté à l'adresse : <https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/ab948019-f717-436d-bdb8-b45893e7af08/mapping-digital-media-liability-content-internet-20110926.pdf>

Soutenu par :



Forum Information & Démocratie

Contact : contact@informationdemocracy.org

GROUPE DE TRAVAIL SUR LES INFODÉMIES

CADRE DE RÉGULATION

NOVEMBRE 2020



Forum
Information
& Démocratie

SOMMAIRE

Comment lutter contre le chaos informationnel	5
A propos de l'Initiative sur l'information et la démocratie	6
Le Groupe de travail sur les infodémies	9
Le comité de pilotage	10
Avant-propos de Maria Ressa	12
Avant-propos de Marietje Schaake	13
Douze recommandations principales	14
<hr/>	
CHAPITRE 1 : La transparence des plateformes	17
CHAPITRE 2 : La méta-régulation de la modération de contenu	44
CHAPITRE 3 : La conception des plateformes et la fiabilité de l'information	67
CHAPITRE 4 : Les espaces mixtes privés et publics sur les applications de messagerie privées	83
<hr/>	
Prochaines étapes	122
Bibliographie sélective	124
Remerciements	127
Le Partenariat international pour l'information et la démocratie	129
La Déclaration internationale sur l'information et la démocratie	133
La Commission internationale sur l'information et la démocratie	138
Le Conseil d'administration et les membres du Forum sur l'information et la démocratie	139

COMMENT LUTTER CONTRE LE CHAOS INFORMATIONNEL



Par Christophe Deloire, président du Forum sur l'information et la démocratie

Avec la création de la **Commission internationale sur l'information et la démocratie** en septembre 2018, nous nous sommes engagés à définir les principes de l'espace mondial de l'information et de la communication, ce « bien commun de l'humanité », afin d'y mettre en place des garanties démocratiques.

Quelques jours après sa publication, en novembre 2018, **la Déclaration sur l'information et la démocratie a été soutenue par le secrétaire général des Nations Unies, António Guterres, la directrice générale de l'UNESCO, Audrey Azoulay, et douze chefs d'État et de gouvernement.**

Le président français, Emmanuel Macron, a présenté cette initiative lors du sommet du G7 à Biarritz, avant qu'elle ne donne lieu au lancement du Partenariat pour l'information et la démocratie, lors d'une réunion de l'Alliance pour le multilatéralisme en marge de l'Assemblée générale des Nations unies en 2019.

Créé fin 2019 par onze organisations, centres de recherche et think tanks, le Forum vise à mettre en œuvre le Partenariat, désormais signé par 37 pays.¹ Il a lancé son groupe de travail inaugural sur les infodémies en juin 2020.

Lors d'une réunion de l'Alliance pour le multilatéralisme, rassemblant 50 ministres des Affaires étrangères à l'initiative des ministres français et allemand Jean-Yves Le Drian et Heiko Maas, de nombreux représentants ont salué la création de ce groupe de travail et assuré attendre ses recommandations.

Ce rapport est le fruit du travail d'un comité de pilotage co-présidé par Maria Ressa et Marietje Schaake, composé de dizaines de chercheurs et de juristes de toute la planète dont le travail a été synthétisé par une équipe de rapporteurs. Je tiens à rendre un hommage particulier à chacun d'entre eux.

L'Initiative sur l'information et la démocratie démontre qu'**une solution structurelle est possible pour mettre fin au chaos informationnel qui constitue une menace vitale pour les démocraties.** L'exercice des droits humains suppose que les systèmes démocratiques imposent des règles aux entités qui créent les normes et les architectures de choix dans l'espace numérique.

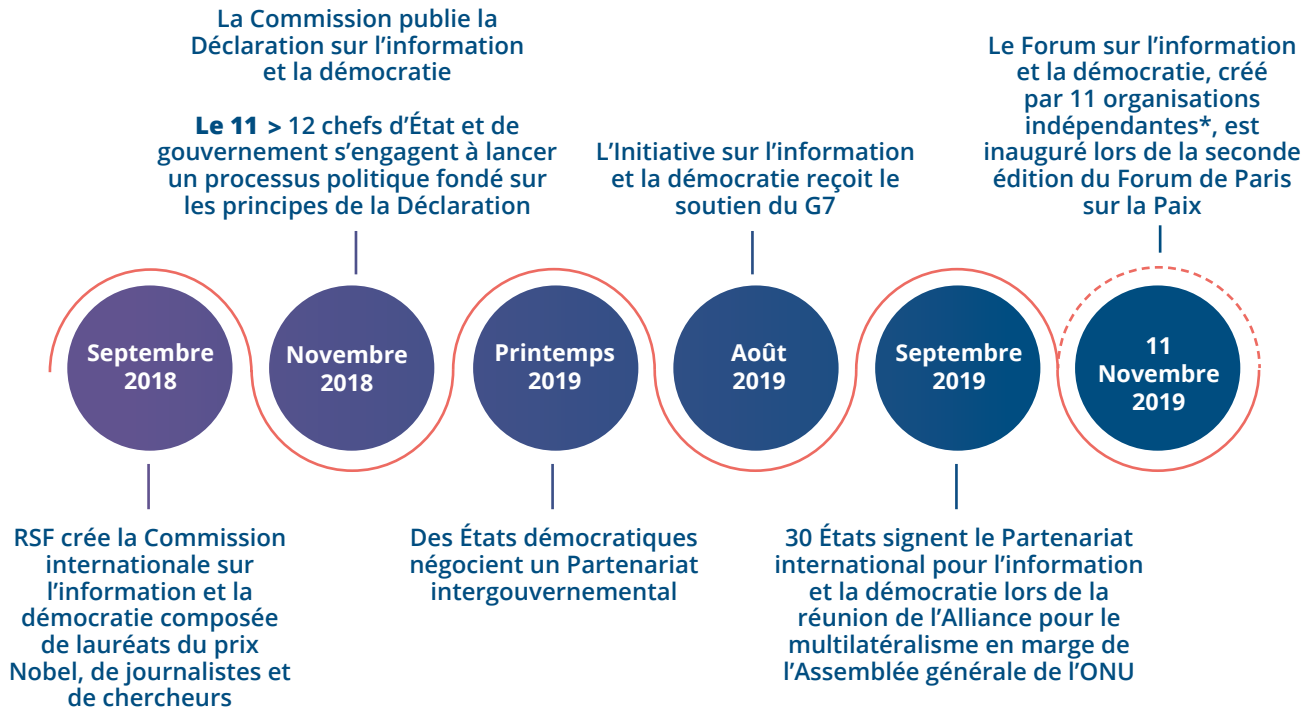
Cette initiative est la preuve qu'**il est possible de réinventer le multilatéralisme, par le biais d'une articulation innovante entre les États et la société civile.** Initié par Reporters sans frontières (RSF), ce processus a débouché sur un texte intergouvernemental.

Les États signataires du Partenariat pour l'information et la démocratie constituent désormais une coalition qui peut exercer son influence pour mettre en œuvre leur vision démocratique dans l'espace numérique.

Le Forum sur l'information et la démocratie est totalement indépendant des États. Cependant, ses travaux ont vocation à servir de matière première pour l'élaboration de régulations. Le Forum a donc un rôle majeur à jouer face à l'urgence démocratique.

¹ A la date de publication du rapport. Au 1^{er} février 2023 le Partenariat compte désormais 50 pays signataires.

A PROPOS DE L'INITIATIVE INTERNATIONALE SUR L'INFORMATION ET LA DÉMOCRATIE



*Le Centre des Droits Humains de l'Université de Berkeley, CIGI, CIVICUS, Digital Rights Foundation, Free Press Unlimited, Institute for Strategic Dialogue, Observacom, Open Government Partnership, Peace Research Institute Oslo, Reporters sans frontières (RSF), Research ICT Africa

LE PARTENARIAT POUR L'INFORMATION ET LA DÉMOCRATIE²

LES ÉTATS SIGNATAIRES DU PARTENARIAT POUR L'INFORMATION ET LA DÉMOCRATIE³ :

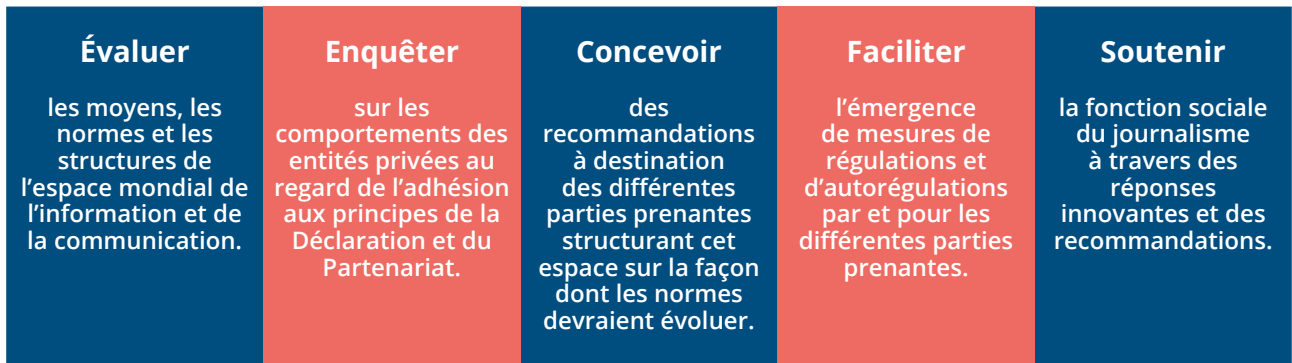


² Lire le texte du Partenariat à la page XX.

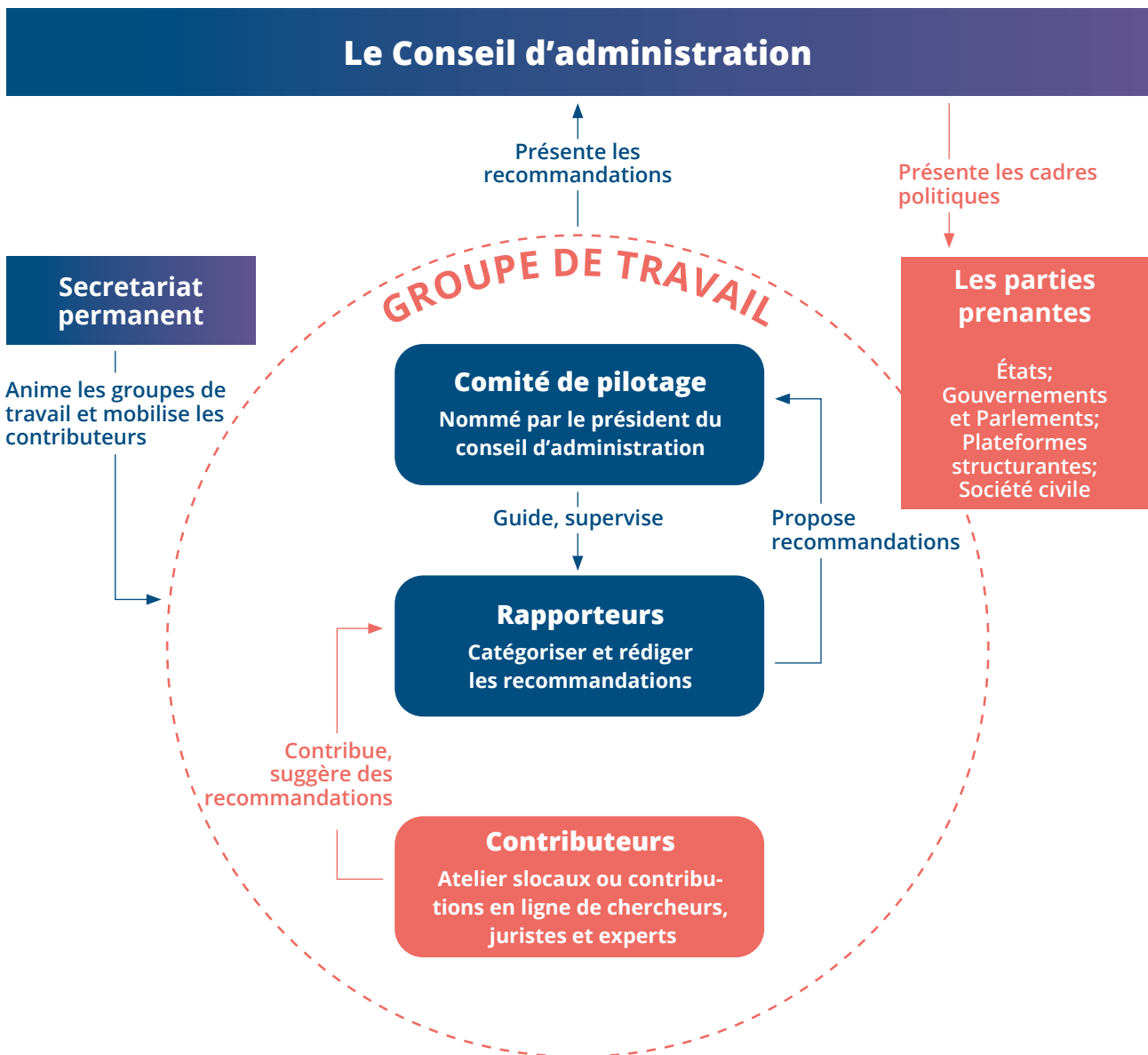
³ Liste des pays qui ont signé le Partenariat international pour l'information et la démocratie au 1^{er} novembre 2020.

LE FORUM SUR L'INFORMATION ET LA DÉMOCRATIE

MANDAT



FONCTIONNEMENT



LE GROUPE DE TRAVAIL SUR LES INFODÉMIES

CADRE DE RÉGULATION

Maria Ressa & Marietje Schaake, *co-présidentes du comité de pilotage*

Delphine Halgand-Mishra, *rapporteuse principale*

Iris de Villars & Jenny Domino, *rapporteurs*

Dan Shefet, *conseiller juridique*

LE COMITÉ DE PILOTAGE



Maria Ressa, co-présidente
Journaliste, directrice du site d'investigation *Rappler* aux Philippines. Personnalité de l'année du *Time magazine* en 2018. Membre de la Commission sur l'information et la démocratie.



Marietje Schaake, co-présidente
Ancienne membre du Parlement européen (2009 – 2019). Directrice des politiques internationales du Cyber Policy Center de l'Université de Stanford et présidente du Cyber Peace Institute.



Sinan Aral
Professeur de gestion, de marketing, d'informatique et de sciences des données au MIT, directeur de l'initiative du MIT sur l'économie numérique (IDE) et partenaire fondateur de Manifest Capital.



Julia Cagé
Auteure de livres sur les médias et la démocratie. Professeure d'économie à Sciences Po et co-directrice du groupe de recherche « Evaluation de la Démocratie » du LIEPP.



Ronald Deibert
Directeur du Citizen Lab à la Munk School of Global Affairs & Public Policy. Co-fondateur et chercheur principal des projets OpenNet Initiative et Information Warfare Monitor.



Camille François
Directrice de l'innovation de Graphika, entreprise spécialisée dans la détection et l'atténuation de la désinformation et de la manipulation des médias. Ancienne chercheuse principale à Jigsaw.



David Kaye
Ancien rapporteur spécial sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'opinion et d'expression de l'ONU. Professeur de droit à l'Université de Californie.



Roukaya Kasenally
Directrice générale de l'African Media Initiative. Professeure en médias et politique associée à l'Université de Maurice. Présidente de l'Electoral Institute for Sustainable Democracy in Africa.



Edison Lanza
Avocat, ancien rapporteur spécial sur la liberté d'expression de la Commission interaméricaine des droits de l'homme. Fondateur de plusieurs ONG qui défendent le droit à la liberté d'expression.



Roger McNamee
Auteur de *Zucked : waking up to the Facebook catastrophe*, investisseur en capital-risque technologique. Responsable du T. Rowe Price Science and Technology Fund. Ancien investisseur de Facebook.



Jun Murai

Co-directeur du Cyber-Civilization Research Center de l'Université de Keio. Fondateur du projet WIDE. Reconnu comme le « père d'Internet » au Japon.



Peter Pomerantsev

Chercheur principal invité à l'Institute of Global Affairs de la London School of Economics. Chercheur principal à l'Agora Institute de l'Université Johns Hopkins.



Julie Posetti

Directrice monde de la recherche au Centre international des journalistes. Auparavant, responsable du projet d'innovation en journalisme au Reuters Institute for the Study of Journalism.



Anya Schiffrin

Directrice de la spécialisation Technologie, médias et communications à la School of International and Public Affairs de l'Université de Columbia.



Vivian Schiller

Directrice exécutive du programme Aspen Digital à l'Institut Aspen. Ancienne PDG de la NPR et fondatrice de la Civil Foundation. Membre du conseil d'administration de Reporters sans frontières (RSF), États-Unis.



Wolfgang Schulz

Directeur de l'Institut Humboldt pour Internet et la société. Chargé de cours dans le domaine de l'information et de la communication à la faculté de droit de l'Université de Hambourg.



Christopher Wylie

Data scientist, lanceur d'alerte de l'affaire Cambridge Analytica. Listé parmi les 100 personnes les plus influentes du *Time magazine* et dans les *Forbes 30* de moins de 30 ans.

Le rapport de ce groupe de travail inaugural reflète les points de vue exprimés lors des discussions de l'équipe de rapporteurs avec le comité de pilotage, et avec plus de 60 experts, ainsi que dans les contributions écrites reçues des experts et des organisations les plus engagés dans le domaine. L'équipe de rapporteurs n'a pas cherché à faire l'unanimité sur chaque conclusion ou recommandation, reconnaissant que des points de vue divergents ne pouvaient pas toujours être conciliés. Le présent rapport ne devrait pas être considéré comme le résultat d'une négociation formelle validée par les membres du comité de pilotage, mais comme l'aboutissement des efforts de l'équipe de rapporteurs pour proposer une voie à suivre.

AVANT-PROPOS DE MARIA RESSA

Co-présidente du comité de pilotage du groupe de travail sur les infodémies



Je sais d'expérience pourquoi et comment la démocratie se meurt, et pourquoi les journalistes sont constamment attaqués. Cela s'explique en partie car je l'observe directement aux Philippines : en tant que cible, je vois l'évolution des attaques en ligne ainsi que l'utilisation de la loi comme une arme ; en tant que responsable éditoriale d'un groupe de presse, je suis confrontée presque quotidiennement à des décisions qui remettent en question notre profession ; et, en tant que responsable commerciale et technologique de Rappler, je vois notre modèle commercial être détruit par la technologie.

Les réseaux sociaux, qui étaient autrefois des outils de travail, sont aujourd'hui des destructeurs qui créent de la division - faisant croire au « nous contre eux » - dans la conception même de leurs plateformes. Ce n'est pas une coïncidence si les leaders qui sèment la discorde sont les plus performants sur les réseaux sociaux.

Facebook est désormais le plus grand diffuseur d'informations au monde. Mais il y a un piège : les mensonges empreints de colère et de haine se propagent plus vite et plus loin que les banals et ennuyeux faits d'actualité. Ils créent un effet d'entraînement et un consensus artificiel – autour de mensonges.

Répétez un mensonge un million de fois, il devient un fait. Sans faits, il n'y a pas de vérité. Sans vérité, il n'y a pas de confiance. Et sans tout cela, la démocratie telle que nous la connaissons n'existe plus.

En 2016, j'ai prévenu que ce qui était en train de se passer aux Philippines arriverait bientôt dans une démocratie près de chez vous : les meurtres brutaux perpétrés par des forces de l'ordre, rendus possibles par la haine exponentielle véhiculée sur les réseaux sociaux et visant les journalistes, les défenseurs des droits humains et les responsables politiques de l'opposition.

Notre présent dystopique est votre futur, et il est devenu réalité.

Partout dans le monde, des populistes autoritaires en ligne utilisent cette politique de la terre brûlée pour se faire élire, puis ils utilisent les pouvoirs officiels de leur fonction - les instruments de la démocratie - pour détruire les institutions de l'intérieur.

Il est temps de mettre un terme au jeu du chat et de la souris auquel les plateformes technologiques prennent part, et qu'elles réparent ce qu'elles ont cassé.

C'est pourquoi cette initiative du Forum sur l'information et la démocratie me rend fière : nous avons trouvé des experts soucieux de trouver des solutions structurelles pour remédier à notre dystopie informationnelle. Suite à notre travail avec l'équipe de rapporteurs dirigée par Delphine Halgand-Mishra, nous soumettons ces idées.

L'approche intergouvernementale regroupant 37 pays au sein du Partenariat pour l'information et la démocratie me rappelle qu'il y a 75 ans, après la fin de la Seconde Guerre mondiale, le monde s'était réuni pour trouver des solutions multilatérales et internationales afin d'empêcher l'humanité de s'autodétruire, notamment avec l'OTAN, les accords de Bretton Woods et la Déclaration universelle des droits de l'homme.

Travailler sur ce projet avec ma co-présidente, Marietje Schaake, et les éminents membres du comité de pilotage me donne de l'espoir : même si nous nous tenons sur les décombres de l'ancien monde, nous pouvons améliorer les choses – construire un monde plus égalitaire, plus durable et plus bienveillant.

Rejoignez-nous.

AVANT-PROPOS DE MARIETJE SCHAAKE



Co-présidente du comité de pilotage du groupe de travail sur les infodémies

Trop longtemps la technologie a occupé la première place quand il était question de démocratie et de développement du numérique. De nombreux dirigeants politiques et chefs d'entreprise établis dans des pays démocratiques ont espéré et promis que, même en l'absence de garde-fous explicites, la technologie libéraliserait les sociétés et émanciperait les individus. C'était une illusion. Dans les pays non-démocratiques, les peuples ont été clairement confrontés aux méfaits de la surveillance et de la répression, souvent facilités par des systèmes conçus en Occident. Des erreurs importantes ont été commises en faisant des vœux pieux, plutôt que des régulations, pour que les principes démocratiques survivent.

Ces dernières années ont servi de rappel à l'ordre à ceux qui en avaient besoin. Les ingérences étrangères dans l'élection présidentielle américaine de 2016, et dans de nombreuses élections à travers le monde, ont utilisé les réseaux sociaux comme vecteurs de prédilection. Des écosystèmes à visée commerciale déterminent les flux d'informations pour des milliards de personnes. Cette connectivité crée de nouvelles vulnérabilités. Sans garde-fous explicites et applicables, les technologies promises pour faire progresser la démocratie se révéleront être, en réalité, celles qui la mettent en danger.

Il est désormais vital de rendre la démocratie plus résiliente. Le Forum sur l'information et la démocratie propose un certain nombre de politiques publiques aux gouvernements démocratiques et à leurs sympathisants. La transparence et la responsabilité doivent être renforcées et la modération des contenus doit être effectuée sous une supervision démocratique. L'impact des nouvelles plateformes où la désinformation peut devenir virale, comme les services de messagerie privés, doit être étudié.

Par le biais d'une coalition démocratique mondiale, une réelle alternative devrait être proposée à la place des deux modèles dominants de gouvernance technologique : le modèle privatisé et le modèle autoritaire. Grâce au Partenariat international pour l'information et la démocratie, des dirigeants de démocratie ont reconnu que l'espace d'information et de communication est un « bien commun ». Ils doivent maintenant concrétiser leurs engagements en les mettant en œuvre dans des politiques aux niveaux national et international. Nos recommandations sont destinées à orienter et soutenir leurs actions politiques. Les organisations de la société civile et le grand groupe de personnes partageant ces mêmes valeurs doivent faire savoir clairement que la démocratie vaut la peine d'être défendue.

Il est grand temps de mettre en œuvre un programme de changement positif !

DOUZE RECOMMANDATIONS PRINCIPALES

UNE RÉGULATION PUBLIQUE EST NÉCESSAIRE POUR IMPOSER DES OBLIGATIONS DE TRANSPARENCE AUX FOURNISSEURS DE SERVICES EN LIGNE.

1. Les obligations de transparence doivent concerner toutes les fonctions essentielles des plateformes dans l'écosystème de l'information publique : modération des contenus, classement des contenus, ciblage des contenus et développement de l'influence sociale.
2. Les régulateurs chargés de faire respecter les obligations de transparence doivent être soumis à un contrôle démocratique et à des procédures d'audit solides.
3. Les sanctions en cas de non-conformité pourraient inclure de lourdes amendes, des annonces obligatoires sous forme de bandeau d'information, l'engagement de la responsabilité du PDG et des sanctions administratives telles que la fermeture de l'accès au marché d'un pays.

UN NOUVEAU MODÈLE DE MÉTA-RÉGULATION EN MATIÈRE DE MODÉRATION DE CONTENU S'IMPOSE.

4. Les plateformes devraient respecter un ensemble de principes relatifs aux droits humains pour la modération des contenus, basés sur les standards du droit international des droits de l'homme : légalité, nécessité et proportionnalité, légitimité, égalité et non-discrimination.
5. Les plateformes devraient assumer les mêmes types d'obligations en termes de pluralisme que les radiodiffuseurs dans les différentes juridictions où elles opèrent. Un exemple pourrait être la *Voluntary Fairness Doctrine*.⁴
6. Les plateformes devraient augmenter le nombre de modérateurs et consacrer un pourcentage minimum de leur revenu à l'amélioration de la qualité de l'examen des contenus, en particulier dans les pays à risques.

⁴ Cette « doctrine de l'équité volontaire » qui a été appliquée aux Etats-Unis est développée au Chapitre 3, page XX.

DE NOUVELLES APPROCHES DANS LA CONCEPTION DES PLATEFORMES DOIVENT ÊTRE ENVISAGÉES.

7. Les normes de sécurité et de qualité de l'architecture numérique et de l'ingénierie des logiciels devraient être contrôlées par une Agence d'application des normes numériques. Le Forum sur l'information et la démocratie pourrait lancer une étude de faisabilité sur le fonctionnement d'une telle agence.
8. Les conflits d'intérêts des plateformes devraient être interdits, pour éviter que l'espace de l'information et de la communication soit régi ou influencé par des intérêts commerciaux, politiques ou autres.
9. Un cadre de co-régulation pour la promotion des contenus journalistiques d'intérêt public devrait être défini, sur la base de normes d'autorégulation telles que la *Journalism Trust Initiative* (JTI) ; des mécanismes de frictions visant à ralentir la diffusion de contenus viraux nuisibles devraient être ajoutés.

DES GARANTIES DEVRAIENT ÊTRE MISES EN PLACE DANS LES APPLICATIONS DE MESSAGERIE PRIVÉES LORSQU'ELLES ENTRENT DANS UNE LOGIQUE D'ESPACE PUBLIC.

10. Des mesures qui limitent la viralité des contenus trompeurs devraient être mises en œuvre à travers la limitation de certaines fonctionnalités, des fonctions d'opt-in pour la réception de messages groupés et des mesures visant à lutter contre l'envoi de messages en masse et les comportements automatisés.
11. Les fournisseurs de services en ligne devraient être tenus de mieux informer les utilisateurs de l'origine des messages qu'ils reçoivent, notamment en signalant ceux qui ont été transférés.
12. Les mécanismes de signalement des contenus illégaux par les utilisateurs et les mécanismes d'appel pour les utilisateurs qui ont été bannis des services devraient être renforcés.



DÉFINITIONS

INFODÉMIE : Surabondance d'informations, certaines fiables et d'autres non, observée au cours d'une épidémie. Elle rend difficile pour les gens de trouver des sources d'informations et des orientations dans lesquelles avoir confiance, au moment où ils en ont besoin.⁵

DÉSINFORMATION : Informations fausses et délibérément créées pour nuire à une personne, un groupe social, une organisation ou un pays.⁶

MÉSINFORMATION : Informations fausses mais non créées dans l'intention de nuire.⁷

FOURNISSEURS DE SERVICES EN LIGNE : Entités qui contribuent à structurer l'espace de l'information et de la communication par la création des moyens techniques, des architectures et des normes de l'information et de la communication.⁸

Cela inclut les **plateformes numériques (« plateformes »)**, qui sont définies comme : « les sites et services en ligne qui :

- (a) hébergent, organisent et font circuler les contenus partagés ou les interactions sociales des utilisateurs,
- (b) sans avoir produit ou commandé (la majeure partie) de ces contenus,
- (c) s'appuient sur une infrastructure, sur laquelle circulent ces informations, pour traiter les données à des fins de service à la clientèle, de publicité et de profit. »

Les plateformes modèrent, et doivent modérer, le contenu et l'activité des utilisateurs, en utilisant certains moyens de détection, d'examen et de mise en application ».⁹

Dans ce rapport, les termes « plateformes » et « fournisseurs de services en ligne » sont utilisés de façon interchangeable.

RÉGULATION ÉTATIQUE : Régulation mise en œuvre par les gouvernements.

AUTORÉGULATION : Régulation exercée par les plateformes.¹⁰

CO-RÉGULATION : Un système dans lequel les orientations générales et les résultats attendus des politiques des plateformes sont définis par des instruments juridiques, avec la contribution de différents secteurs, et doivent être appliqués directement par les plateformes en prenant en compte les contextes locaux et régionaux et conformément aux principes des droits humains. Un organisme approprié, présentant des garanties d'indépendance et d'autonomie, doit superviser l'application de ces normes par les entreprises.¹¹ La co-régulation devrait inclure la société civile et pourrait éventuellement exclure les gouvernements.

MÉTA-RÉGULATION : Ensemble de principes de base.

5 Selon la définition de l'Organisation mondiale de la santé : 1st WHO Infodemiology Conference. (2020). Consulté sur <https://www.who.int/news-room/events/detail/2020/06/30/defaultcalendar/1st-who-infodemiology-conference> (Consulté le 22 octobre 2020)

6 Selon la définition de l'UNESCO : Journalism, 'Fake News' and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training. (2020). Consulté sur <https://en.unesco.org/fightfakenews> (Consulté le 21 octobre 2020)

7 Selon la définition de l'UNESCO, *op. cit.*

8 Tel que défini dans le Partenariat pour l'information et la démocratie : Partnership on Information and Democracy. (2019). Consulté sur <https://informationdemocracy.org/international-partnership-on-information-democracy/> (Consulté le 21 octobre 2020).

9 Gillespie, T. (2018). Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media. p. 18-21. Consulté sur <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300173130/custodians-internet>

10 Tel que résumé dans :

Pírková, E. & Pallero, J. (2020). 26 Recommendations on Content Governance : a Guide for Lawmakers, Regulators, and Company Policy Makers. Access Now. Consulté sur <https://www.accessnow.org/cms/assets/uploads/2020/03/Recommendations-On-ContentGovernance-digital.pdf> (Consulté le 21 octobre 2020).

11 Comme défini dans :

Observacom et al. (Juillet 2020). *Standards for the Democratic Regulation of Large Content Platforms to Ensure Freedom of Expression Online and an Open and Free Internet*. Contribution à ce groupe de travail.

Chapitre 1 :

La transparence des plateformes

L'accès aux données qualitatives et quantitatives des principales plateformes numériques et à leurs algorithmes est une condition préalable à leur évaluation. Des obligations de transparence doivent par conséquent être imposées à ces plateformes afin de pouvoir déterminer si elles respectent leurs responsabilités dans ces domaines et, de manière générale, en ce qui concerne leurs modèles économiques et leurs choix algorithmiques.

Sommaire

INTRODUCTION - Pourquoi la transparence ? Qui doit être transparent ?

1. LES PÉRIMÈTRES DE LA TRANSPARENCE

- 1.1.** Principes généraux
- 1.2.** Conditions générales d'utilisation (CGU) / Règles de la communauté / Politiques internes
- 1.3.** Notification des violations des CGU ou des lois
 - 1.3.a.** Retraits de contenu, contenu signalé, comptes désactivés et contenu restant
 - 1.3.b.** Notifications des utilisateurs et mécanisme de recours
 - 1.3.c.** Signaleurs de confiance
- 1.4.** Algorithmes et modération de contenu, classement, ciblage
- 1.5.** Transparence sur la portée des contenus
- 1.6.** Information sur la publicité : une base de données publique sur la publicité
- 1.7.** Information sur l'utilisation des données des utilisateurs
- 1.8.** Obligation d'évaluation d'impact sur les droits humains

2. LA GOUVERNANCE DE LA TRANSPARENCE

- 2.1.** Garanties démocratiques et transparence des gouvernements
- 2.2.** Audit des obligations de transparence
- 2.3.** Divulgence des informations à trois niveaux
- 2.4.** Modèles régionaux et nationaux de régulation en matière de transparence
 - 2.4.a.** Le modèle européen de régulation en matière de transparence
 - 2.4.b.** Le modèle américain de régulation en matière de transparence
 - 2.4.c.** D'autres modèles régionaux et nationaux de régulation
- 2.5.** Sanctions en cas de non-conformité

INTRODUCTION

POURQUOI LA TRANSPARENCE ?

Il est temps d'imposer une transparence réelle et juridiquement contraignante aux fournisseurs de services en ligne qui structurent l'espace mondial de l'information et de la communication.¹²

Il est temps de passer de l'autorégulation à une régulation publique pour imposer des obligations de transparence aux plateformes numériques,¹³ tout en veillant à protéger la liberté d'expression et à ne pas étouffer l'innovation.

Une régulation publique directement liée à la modération de contenu (c'est-à-dire une approche basée sur la suppression des contenus) est bien plus dangereuse et pourrait conduire à la mise en place d'un cadre de censure susceptible de nuire à la liberté d'expression et à d'autres droits et libertés. La transparence doit être établie selon les normes de l'État de droit telles qu'elles sont entendues dans les sociétés démocratiques, et la transparence doit aussi être une obligation pour les gouvernements. Dans certaines juridictions, les requêtes gouvernementales peuvent être aussi problématiques que les politiques des entreprises.

Une nouvelle approche de la transparence juridiquement contraignante est nécessaire pour résoudre de nombreux problèmes liés à la modération de contenu et la désinformation en ligne. **Il s'agit de la première étape vers une meilleure supervision, une plus grande responsabilité et le rétablissement de la confiance**¹⁴ entre les plateformes, les gouvernements et le public. C'est la première étape vers des politiques solides reposant sur l'examen de preuves et éventuellement vers des réglementations plus poussées de la part des gouvernements. C'est la première étape pour que les fournisseurs de services en ligne se confrontent aux problèmes et aux faiblesses¹⁵ qu'ils ne pourront plus cacher. Une nouvelle approche radicale de la transparence est un premier pas pour rendre le pouvoir aux citoyens.

La transparence imposée par la loi n'est pas une solution miracle qui résoudra tous les problèmes, mais c'est une condition nécessaire au développement d'un rapport de force plus équilibré entre les plateformes privées et les sociétés démocratiques. Le comportement des plateformes dans la lutte contre la désinformation continuera d'évoluer à mesure que les risques et les préjudices en ligne évolueront également ; le cadre réglementaire ne devrait pas chercher à leur dicter leur comportement, mais plutôt à établir les conditions nécessaires à un dialogue ouvert et fructueux concernant les politiques à adopter. La transparence imposée par la loi est un corollaire naturel au pouvoir que les plateformes détiennent sur notre écosystème de l'information. « Les cadres législatifs relatifs à la protection de la propriété intellectuelle ou du secret d'affaires ne devraient pas empêcher une telle transparence, pas plus que les États ou les parties privées ne devraient chercher à les exploiter à cette fin. Les niveaux de transparence devraient être aussi élevés que possible et proportionnels à la gravité des incidences négatives sur les droits de l'homme » note le Conseil de l'Europe dans ses recommandations aux États membres.¹⁶

12 Comme indiqué dans le Partenariat international pour l'information et la démocratie : Partnership for Information and Democracy. (2019).

Consulté sur <https://informationdemocracy.org/international-partnership-on-information-democracy/> (Consulté le 21 octobre 2020).

13 Voir Key Findings of 2019 Ranking Digital Rights Corporate Accountability Index : « Les entreprises n'informent toujours pas assez les utilisateurs sur tous les moyens utilisés pour collecter et partager les informations des utilisateurs, avec qui et pourquoi. Alors que les entreprises s'efforcent d'endiguer l'extrémisme, les discours de haine et la désinformation, la plupart d'entre elles ont manqué de transparence sur la façon dont elles gèrent les contenus ou répondent aux demandes des gouvernements. » Consulté sur <https://rankingdigitalrights.org/index2019/> (Consulté le 2 novembre 2020)

14 D'après une discussion avec Jun Murai. Il est intéressant de suivre les travaux actuellement menés par le Japon pour instaurer la confiance afin de concevoir la future structure de la gouvernance des données, notamment en ce qui concerne l'identification décentralisée et la traçabilité.

15 Silverman, C., R. Mac, & P. Dixit. (2020). A Whistleblower Says Facebook Ignored Global Political Manipulation. BuzzFeed News. Consulté sur <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/facebook-ignore-political-manipulation-whistleblower-memo> (Consulté le 18 octobre 2020).

16 Recommendation CM/Rec(2020)1 of the Committee of Ministers to member states on the human rights impacts of algorithmic systems. (2020). Consulté sur https://search.coe.int/cm/pages/result_details.aspx?objectid=09000016809e1154 (Consulté le 21 septembre 2020).

Ce chapitre détaille les obligations de transparence des plateformes numériques au regard de leurs fonctions essentielles dans l'écosystème de l'information publique, à savoir la modération du contenu, le classement du contenu, le ciblage du contenu et le développement de l'influence sociale. Il propose des modèles de régulation en matière de transparence dans lesquels un processus d'audit solide et ouvert aux chercheurs est un élément clé.

“ *Aucune des informations rendues publiques par les plateformes concernant leurs actions d'autorégulation ne peut être corroborée par des faits objectifs.*¹⁷ ”

Rapport de Benoît Loutrel, Créer un cadre français pour rendre les plateformes de réseaux sociaux plus responsables : Agir en France avec une vision européenne.

“ *Le manque de transparence est en soi une forme de censure, car il signifie qu'un citoyen ne peut tout simplement pas s'engager en étant sur un pied d'égalité avec les forces de l'information qui l'entourent. Une réglementation bien pensée ne sera pas, toutefois, la solution miracle - elle ne fera que rétablir l'équilibre dans les règles du jeu afin que ceux d'entre nous qui veulent sauver la démocratie délibérative puissent commencer à rivaliser avec les forces qui cherchent à semer la méfiance et l'extrême polarisation.* ”

*Peter Pomerantsev, chercheur en technologie*¹⁸

QUI DOIT ÊTRE TRANSPARENT ?

Cette nouvelle ère d'obligations de transparence devrait s'appliquer aux fournisseurs de services en ligne qui structurent l'espace mondial de l'information et de la communication,¹⁹ tels que les plateformes de réseaux sociaux comme Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok, Reddit, Weibo, Baidu Tieba, Quora, iQIYI, QZone et VK,²⁰ ainsi qu'aux moteurs de recherche qui ont leurs propres pratiques de modération, comme Google. Les exigences de transparence spécifiques aux plateformes de messagerie privée (WhatsApp, Telegram, etc.) sont abordées au chapitre 4. Elles devraient être incluses dans les modèles de régulation en matière de transparence.

Cette nouvelle ère d'obligations de transparence devrait prendre en compte la diversité des plateformes et, au moins dans un premier temps, se concentrer sur celles qui ont le plus d'influence sur nos sociétés, en fonction du nombre d'utilisateurs par rapport à la taille et à l'échelle du marché.²¹ C'est là que l'incapacité d'effectuer une modération appropriée du contenu et ainsi l'incapacité de protéger correctement la liberté d'expression créent le plus grand préjudice.²²

Comme l'énonce le Partenariat international pour l'information et la démocratie : en créant les moyens techniques, les architectures qui façonnent les choix et les normes de communication, les entités qui contribuent à la structure de l'espace de l'information et de la communication doivent respecter les principes et les garanties qui alimentent et sous-tendent la nature démocratique de cet espace. Elles

17 Creating a French Framework to Make Social Media Platforms More Accountable: Acting in France With a European Vision. (2019). Consulté au https://minefi.hosting.augure.com/Augure_Minefi/r/ContenuEnLigne/Download?id=AE5B7ED5-2385-4749-9CE8-E4E1B36873E4&filename=Mission%20Re%CC%81gulation%20des%20re%CC%81seaux%20sociaux%20-ENG.pdf (Consulté le 20 septembre 2020). p. 12.

18 Pomerantsev, P. (2019). The Death of the Neutral Public Sphere. The American Interest. Consulté sur <https://www.the-american-interest.com/2019/09/18/the-death-of-the-neutral-public-sphere/> (Consulté le 15 Août 2020).

19 International Partnership for Information and Democracy. *op. cit.*

20 Treize des 50 premiers services de partage de contenus en ligne sont chinois, et aucun d'entre eux ne publie de rapport TVEC de transparence. Documents de travail de l'OCDE sur l'économie numérique, n° 296. Approches actuelles du contenu terroriste et extrémiste violent parmi les 50 premiers services de partage de contenu en ligne dans le monde. (2020). Consulté sur <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/68058b95-fr.pdf?expires=1603052099&id=id&accname=guest&checksum=48EEE4D7F91F006EFB0F497905D7A283> (Consulté le 10 octobre 2020)

21 Creating a French Framework. *op. cit.*, p. 12.

22 MacCarthy, M. (2020). Transparency Requirements for Digital Social Media Platforms: Recommendations for Policy Makers and Industry. Annenberg Public Policy Center. Consulté sur https://cdn.annenbergpublicpolicycenter.org/wp-content/uploads/2020/06/Transparency_TWG_MacCarthy_Feb_2020.pdf Consulté le 18 août 2020).

doivent être tenues responsables en fonction et en proportion de l'impact de leur contribution ou de leur participation.²³

Pour les petites entreprises, une échelle progressive pourrait être mise en place avec des obligations de base attendues de la part de tous les fournisseurs de services ; un deuxième niveau de transparence pour les entreprises de taille moyenne, et une conformité totale pour les plus grandes. Il convient de veiller à ce que ce système réglementaire ne crée pas une barrière d'entrée insurmontable pour les acteurs du marché de taille moyenne ou les nouveaux entrants et, par conséquent, ne renforce pas le pouvoir des acteurs hégémoniques de manière indue.

Les gouvernements devraient également publier des rapports de transparence détaillés, mis à la disposition du public, concernant toutes les demandes relatives au contenu adressées aux fournisseurs de services en ligne structurant l'espace mondial de l'information et de la communication. C'est ce que recommandent à la fois les principes de Manille²⁴, définis par sept organisations non gouvernementales, et le rapporteur spécial des Nations unies sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'opinion et d'expression dans son rapport de 2018²⁵. Ces questions sont abordées dans la section 2.1 du présent chapitre.

1. LES PÉRIMÈTRES DE LA TRANSPARENCE

« Les entreprises du secteur numérique prennent chaque jour des décisions déterminant qui peut s'exprimer et quel contenu peut être partagé sur leur plateforme. Les problèmes surviennent lorsque les gens ne comprennent pas les décisions qui sont prises ou se sentent impuissants lorsque ces décisions ont un impact sur leur propre expression, comportement ou expérience, » a reconnu Monika Bickert, vice-présidente de la politique des contenus à Facebook.²⁶

Selon une recommandation du Conseil de l'Europe sur les rôles et responsabilités des intermédiaires internet (*internet intermediaries*), une nouvelle approche devrait exiger des plateformes qu'**elles rendent publiques des informations et des données qui reflètent de manière significative leurs interférences avec l'exercice des droits et des libertés dans l'environnement numérique.**²⁷

Le débat public s'est surtout concentré sur la fonction de « modération du contenu » des plateformes numériques. Cependant, le pouvoir qu'exercent les fournisseurs de services en ligne est tout aussi important dans leurs trois autres fonctions principales, car celles-ci ont également un impact sur la diffusion de la désinformation : le « classement » (comment ils organisent, classent et présentent le contenu généré par les utilisateurs à grande échelle), le « ciblage » (comment ils poussent des contenus non-sollicités pour le compte de tiers dans une logique commerciale), et la « socialisation » (comment ils influencent le développement du réseau social de chaque utilisateur, par exemple en suggérant « ne voulez-vous pas être connecté à ces individus... »).

23 International Partnership for Information and Democracy, op. cit

24 Manila principles on Intermediary Liability. Consulté sur <https://www.manilaprinciples.org/> (Consulté le 19 octobre 2020)

25 Kaye, D. (2018). Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression. Consulté sur <https://www.undocs.org/A/HRC/38/35> (Consulté le 10 août 2020).

26 Bickert, M. (2020). Charting a Way Forward Online Content Moderation. Facebook. Consulté sur <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/02/Charting-A-Way-Forward-Online-Content-Regulation-White-Paper-1.pdf> (Consulté le 19 octobre 2020)

27 Recommendation CM/Rec(2018)2 of the Committee of Ministers to member states on the roles and responsibilities of internet intermediaries. (2018). Consulté sur https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=0900001680790e14 (Consulté le 21 septembre 2020)

Les obligations de transparence des plateformes devraient porter sur ces quatre fonctions clés, et pas seulement la modération du contenu.

1.1. PRINCIPES GÉNÉRAUX



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

> Imposer par la loi un principe général de transparence :

- ◆ Des obligations de transparence devraient être imposées à chaque entité du secteur public ou privé en fonction du pouvoir ou de l'influence qu'elle est en mesure d'exercer sur les gens ou les idées.
- ◆ Les fournisseurs de services en ligne doivent faire preuve de transparence et leurs actions doivent être prévisibles pour ceux sur lesquels ils exercent une influence, il doivent également être résistants à toute manipulation et ouverts à toute inspection.²⁸

> Inclure les champs suivants dans le périmètre des obligations légales de transparence :

- ◆ la façon dont les plateformes mettent en œuvre et suivent leurs propres politiques de modération des contenus (voir les parties 1.2 et 1.3) ;
- ◆ la façon dont les algorithmes fonctionnent et leurs objectifs (voir partie 1.4) ;
- ◆ quel contenu a atteint le plus grand nombre d'utilisateurs par jour, par pays (voir partie 1.5) ;
- ◆ quelles publicités sont vues sur les plateformes (voir partie 1.6) ;
- ◆ comment les données des utilisateurs sont utilisées, et permettre aux utilisateurs d'obtenir des informations concernant ces données (collectées et déduites), ouvrant ainsi la voie à une véritable portabilité et interopérabilité des données (voir partie 1.7) ;
- ◆ ce que devraient couvrir les évaluations d'impact sur les droits humains de leurs politiques et de leurs produits (voir partie 1.8).

> Structurer la gouvernance de ces obligations de transparence par :

- ◆ des garanties démocratiques et des obligations de transparence de la part des gouvernements eux-mêmes (voir partie 2.1) ;
- ◆ un mécanisme d'audit solide (voir partie 2.2) ;
- ◆ un système d'accès à l'information à trois niveaux pour les utilisateurs, les chercheurs habilités et les autorités de régulation (voir partie 2.3) ;
- ◆ des modèles de régulation pour l'Europe et les États-Unis comme point de départ (voir partie 2.4).

> Exiger des plateformes qu'elles remplissent les obligations de transparence de façon :

- ◆ facilement accessible et intelligible, pour tous les utilisateurs ;
- ◆ granulaire et lisible par machine, pour les chercheurs habilités²⁹ et les régulateurs ;

28 Comme l'énonce la Déclaration internationale pour l'information et la démocratie (voir page 122).

29 Dans ce chapitre, les représentants de la société civile sont inclus dans le terme générique de « chercheurs habilités ».

- ◆ normalisée, pour permettre des comparaisons d'une entreprise à l'autre³⁰ ou, au moins, des vérifications par des chercheurs habilités et des régulateurs ;
- ◆ régulière, au moins une fois par an, et de préférence une fois par trimestre.

Ce qui pourrait être perçu comme **un paradoxe de la transparence** se pose, car d'une part un plus grand accès aux informations et aux métadonnées est encouragé, mais d'autre part, il faut empêcher toute tentative future d'utilisation abusive des données, telle que le scandale de Cambridge Analytica. La **confidentialité différentielle** (connu en anglais sous le concept de *differential privacy*) pourrait constituer une approche sûre de la transparence. La « confidentialité différentielle » est une faite par un détenteur ou un gestionnaire de données à une personne concernée : « Vous ne serez pas impacté, négativement ou autrement, en autorisant l'utilisation de vos données dans une étude ou une analyse, quels que soient les autres études, ensembles de données ou sources d'information disponibles ». Dans le meilleur des cas, le fonctionnement des bases de données respectant les principes de la confidentialité différentielle peut utiliser des données confidentielles largement accessibles pour des analyses précises de données, sans recourir à des *data clean rooms*, des accords d'utilisation des données, ou des restrictions d'utilisation... La confidentialité différentielle résout le paradoxe de ne rien apprendre sur un individu tout en obtenant des informations utiles sur une population.³¹



RECOMMANDATIONS AUX **FURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Adopter une démarche de confidentialité différentielle pour remplir leurs obligations envers les régulateurs et les chercheurs habilités.**

1.2. CONDITIONS GÉNÉRALES D'UTILISATION (CGU) / RÈGLES DE LA COMMUNAUTÉ / POLITIQUES INTERNES

Exiger des plateformes qu'elles publient leurs politiques en détail, de manière à « informer le public et ainsi obliger les entreprises de réseaux sociaux à agir conformément à leurs propres règles ».³²

30 Il sera extrêmement intéressant de suivre les travaux de l'OCDE, qui est en train d'élaborer un cadre commun et un ensemble de paramètres pour les rapports volontaires de transparence sur les contenus terroristes et extrêmement violents (catégorie de contenus également connue sous son acronyme anglais TVEC). West, J. (2020). Why We Need More Transparency to Combat Terrorist and Violent Extremist Content Online. OECD Innovation Blog. Consulté sur <https://oecd-innovation-blog.com/2020/09/15/terrorist-violent-extremist-content-internet-social-media-transparency-tvec/> (Consulté le 1 octobre 2020).

31 Dwork, C. & A. Roth. (2014). The Algorithmic Foundations of Differential Privacy. Foundations and Trends in Theoretical Computer Science. Consulté sur https://privacytools.seas.harvard.edu/files/privacytools/files/the_algorithmic_foundations_of_differential_privacy_0.pdf (Consulté le 15 octobre 2020). p.15

32 Maréchal, N. & E. Roberts Biddle. (2020). It's Not Just the Content, It's the Business Model: Democracy's Online Speech Challenge. Key Transparency Recommendations for Content Shaping and Moderation. Ranking Digital Rights. Consulté sur <https://www.newamerica.org/oti/reports/its-not-just-content-its-business-model/key-transparency-recommendations-for-content-shaping-and-moderation/> (Consulté le 2 septembre 2020)



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > **Obliger les plateformes à publier leur politique³³ :**
 - ◆ concernant les contenus et les comportements générés par les utilisateurs qui sont autorisés ou non ;
 - ◆ pour les règles relatives au contenu et au ciblage des publicités³⁴ ;
 - ◆ pour la modération du contenu, le classement du contenu, le ciblage du contenu et les recommandations de socialisation ;
 - ◆ pour le traitement et la mise à disposition des données des utilisateurs.
- > **Exiger des plateformes qu'elles restent en conformité avec les règles qu'elles annoncent publiquement suivre.³⁵**



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Faire en sorte que ces politiques soient disponibles dans toutes les langues et dialectes des pays où ils fournissent leurs services. Cela doit également s'appliquer aux rapports de transparence et aux blogs d'entreprise.**
- > S'assurer que ces documents sont facilement accessibles et intelligibles pour tous les utilisateurs, par exemple dans des sections thématiques sur leur page d'accueil.
- > Les services destinés aux enfants et aux adolescents, quelles que soient les restrictions légales pour leur inscription à de tels services, doivent établir des conditions que cette catégorie d'utilisateur soit en mesure de comprendre facilement.³⁶
- > Expliquer comment les politiques et règles internes sont élaborées, développées, interprétées et mises en œuvre.
- > Expliquer les procédures, ainsi que les ressources humaines et technologiques impliquées.
- > Publier leurs directives d'application/normes de mise en œuvre en même temps que leurs politiques.³⁷
- > **Rendre transparent, responsable et inclusif le processus de rédaction, de modification et d'application des contrats et conditions d'utilisation, des règles de la communauté et des politiques de restriction de contenu.**
- > Collaborer et négocier avec les associations de consommateurs, les défenseurs des droits humains et les autres organisations de la société civile représentant les intérêts

33 En accord avec le principe de légalité discuté au chapitre 2.

34 Maréchal, N. & E. Roberts Biddle. (2020). It's Not Just the Content, It's the Business Model: Democracy's Online Speech Challenge. Key Transparency Recommendations for Content Shaping and Moderation. Ranking Digital Rights. Consulté sur <https://www.newamerica.org/oti/reports/its-not-just-content-its-business-model/key-transparency-recommendations-for-content-shaping-and-moderation/> (Consulté le 2 septembre 2020).

35 MacCarthy, M. (2020). A Dispute Resolution Program. op. cit.

36 Observacom. (juillet 2020). A Latin American Perspective for Content Moderation Processes that are Compatible with International Human Rights Standards — Contribution à ce groupe de travail

37 MacCarthy, M. (2020). Transparency Requirements. op. cit.

des utilisateurs et des parties concernées, ainsi qu'avec les autorités chargées de la protection des données, avant d'adopter et de modifier leurs politiques.

- > Donner à leurs utilisateurs les moyens de s'engager dans des processus d'évaluation, d'examen et de révision, le cas échéant, des politiques et pratiques des intermédiaires.³⁸
- > **Notifier aux utilisateurs tout changement des règles relatives au contenu généré par les utilisateurs, au contenu publicitaire ou au ciblage des publicités, afin qu'ils puissent décider en toute connaissance de cause s'ils veulent continuer à utiliser la plateforme.**³⁹

1.3. NOTIFICATION DES VIOLATIONS DES CONDITIONS GÉNÉRALES D'UTILISATION (CGU) OU DES LOIS

Les principes de Santa Clara⁴⁰ établis par des organisations de la société civile recommandent aux entreprises de prévenir les utilisateurs si leur contenu est retiré et de les informer sur la possibilité de recours. La transparence permettrait de vérifier si les plateformes respectent ces principes dans la pratique.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Obliger les plateformes à fournir des données granulaires et standardisées aux chercheurs habilités et aux régulateurs sur :**
 - ◆ le nombre de notifications de violation des CGU et des lois reçues ;
 - ◆ le type d'entités qui les ont émises, notamment les parties privées, les organes administratifs ou les tribunaux ;
 - ◆ **les raisons qui déterminent la légalité du contenu, ou la manière dont il enfreint les conditions d'utilisation ;**
 - ◆ **la manière dont la légalité ou l'illégalité du contenu a été déterminée (par un système automatisé ou un examen humain) ;**
 - ◆ les délais effectifs de notification du responsable d'un contenu avant toute action (délais pour déposer l'avis de contestation, durée écoulée avant que le contenu ne soit restreint, et délai pour une procédure d'appel) ;
 - ◆ le nombre de recours introduits et la manière dont ils ont été résolus.⁴¹

38 Recommendation CM/Rec(2018)2 of the Committee of Ministers. op. cit.

39 Maréchal, N. & E. Roberts Biddle. (2020). op. cit.

40 The Santa Clara Principles on transparency and accountability in content moderation. Consulté sur <https://santaclaraprinciples.org/> (Consulté le 19 octobre 2020). The Santa Clara Principles will be revised in early 2021.

41 Pírková, E. & J. Pallero. (2020). 26 Recommendations on Content Governance. op. cit.



RECOMMANDATIONS AUX **FURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Expliquer clairement ce processus à tous les utilisateurs**, en particulier à ceux qui déposent un recours.
- > Envoyer des informations précises aux plaignants sur les procédures de suivi, les mesures d'exécution et le raisonnement qui sous-tend ces mesures.⁴²
- > Expliquer aux utilisateurs pourquoi leur contenu a été restreint, limité ou supprimé ; ou pourquoi leur compte ou leur profil a été suspendu, bloqué ou supprimé.
 - ◆ Les notifications devraient inclure, *a minima*, une mention de la clause spécifique des règles de la communauté que l'utilisateur aurait violée.
 - ◆ Les notifications devraient être suffisamment détaillées pour permettre à l'utilisateur d'identifier spécifiquement le contenu restreint et devraient inclure des informations sur la manière dont le contenu ou le compte a été détecté, évalué et supprimé ou restreint.
 - ◆ Les utilisateurs devraient recevoir des informations claires sur la façon dont ils peuvent faire appel de la décision.⁴³

1.3.a RETRAIT DE CONTENU, CONTENU SIGNALÉ, COMPTES DÉSACTIVÉS ET CONTENU RESTANT

De nombreux articles de presse récents tendent à montrer que la stratégie des grandes plateformes « n'a jamais été de gérer le problème des contenus dangereux, mais plutôt de gérer la perception du problème par le public ».⁴⁴ Fournir davantage d'informations sur leurs pratiques de modération des contenus pourrait inciter les plateformes à améliorer la mise en œuvre de leurs propres règles.



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > **Obliger les plateformes à publier :**
 - ◆ le nombre total d'utilisateurs qui accèdent à la plateforme dans le pays, par type d'accès ;
 - ◆ le nombre total de faux comptes, de *bots* (robots) et de réseaux de *bots* détectés, supprimés ou suspendus ;
 - ◆ les données relatives aux engagements liés à la désinformation, notamment le nombre de vues, de partages, la portée et le nombre de plaintes ou de demandes de suppression ;
 - ◆ chaque contenu corrigé, ainsi que le nombre d'utilisateurs ayant vu le contenu original et la correction.⁴⁵

42 MacCarthy, M. (2020). Transparency Requirements. op. cit

43 Observacom. (juillet 2020). A Latin American Perspective. op. cit.

44 Marantz, A. (2020). Why Facebook Can't Fix Itself. The New Yorker. Consulté sur https://www.newyorker.com/magazine/2020/10/19/why-facebook-cant-fix-itself?mc_cid=a2705e31cc&mc_eid=dd9bd17d22 (Consulté le 20 octobre 2020); et Silverman, C. et al. A Whistleblower. op. cit.

45 Recommandations faites par Avaaz dans sa contribution à ce groupe de travail.

> Obliger les plateformes à fournir aux chercheurs et aux régulateurs des données granulaires et standardisées sur les suppressions de contenus, les contenus signalés, étiquetés, déclassés, différés, masqués par un avertissement et les comptes désactivés :

- ◆ par signalement des utilisateurs, par requête de l'État ou par ses propres conditions de service, en indiquant les mesures prises et précisant quelle règle a été appliquée ;
- ◆ par décision automatisée, en précisant les critères appliqués et en indiquant le taux de précision⁴⁶ ;
- ◆ par décision humaine, en précisant les critères appliqués et en indiquant le taux de précision⁴⁷ : les plateformes devraient partager les statistiques sur la fiabilité individuelle de chaque examinateur humain ;
- ◆ le nombre de publications en infraction par rapport au nombre total de publications (en pourcentage des messages consultés et en pourcentage de toutes les publications)⁴⁸ ;
- ◆ le nombre de vues des publications en infraction par rapport à l'ensemble des vues ;
- ◆ les mesures prises concernant le contenu, par type d'action (contenu retiré, contenu masqué par un avertissement, compte désactivé) ;
- ◆ la proportion de contenu ayant fait l'objet d'une action par rapport au total estimé de contenus en infraction.

> Obliger les plateformes à fournir des données granulaires et standardisées sur les contenus restant sur la plateforme après avoir été signalés :

- ◆ par requête gouvernementale, en précisant les critères appliqués ;
- ◆ en vertu des politiques internes, en précisant quelle règle a été appliquée ;
- ◆ par décision automatique, en précisant les critères appliqués ;
- ◆ par décision humaine, en précisant les critères appliqués.

Le *Data Transparency Advisory Group* (DTAG), qui a été chargé par Facebook d'évaluer ses rapports d'application des règles de la communauté (les *Community Standard Enforcement Reports*, CSER) et de fournir des recommandations pour améliorer ses pratiques de mesure et de reporting, a demandé à Facebook de publier des versions anonymes et agrégées des données sur lesquelles sont basées les mesures de ces rapports. Cela permettrait aux chercheurs extérieurs de vérifier les déclarations de Facebook.⁴⁹

Le rapport du DTAG suggère également que les plateformes vérifient les décisions des examinateurs non seulement par rapport à une interprétation interne « correcte » des normes/lignes directrices/politiques internes, mais aussi par rapport à une enquête sur les interprétations de ces normes/lignes directrices/politiques internes par les utilisateurs.

Ces obligations de transparence pourraient ouvrir la voie à d'autres pistes réglementaires, recommandées par Facebook même : « Les gouvernements pourraient également envisager de demander aux entreprises d'atteindre des objectifs de performance spécifiques, tels que la diminution de la prévalence des contenus qui violent les politiques sur les discours de haine d'un site, ou le maintien d'un délai de réponse médian

46 Bradford, B., et al. (2019). Report Of The Facebook Data Transparency Advisory Group. The Justice Collaboratory. Consulté sur https://law.yale.edu/sites/default/files/area/center/justice/document/dtag_report_5.22.2019.pdf (Consulté le 5 septembre 2020)

47 Ibid.

48 En effet, le nombre de mauvais posts consultés est affecté par les algorithmes de recommandation et de hiérarchisation, ainsi que par l'efficacité des systèmes de suppression automatisés qui détectent de manière proactive les contenus problématiques et les bloquent avant qu'ils ne soient publiés. MacCarthy, M. (2020). Transparency Requirements. op. cit

49 Bradford, B., et al. (2019). op. cit.

spécifique concernant les signalements des utilisateurs ou des gouvernements sur les violations des politiques... ». De telles réglementations pourraient imposer un certain niveau de performance dans ces domaines afin de recevoir une certification ou d'éviter des conséquences réglementaires.⁵⁰

1.3.b NOTIFICATIONS DES UTILISATEURS ET MÉCANISME DE RECOURS



RECOMMANDATIONS AUX **FURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Notifier les utilisateurs si leur contenu est retiré ou déclassé, en expliquant quelle règle spécifique a été violée et pourquoi cette décision a été prise, et en précisant également si cela a été fait de manière automatique.**
- > **Offrir une procédure de recours efficace si les utilisateurs veulent contester les décisions de modération.⁵¹ decisions.⁵²**



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > **Obliger les plateformes à fournir aux chercheurs et aux régulateurs des données granulaires et standardisées sur les notifications aux utilisateurs concernant les contenus supprimés, retardés, déclassés, étiquetés ou démonétisés, en précisant :**
 - ◆ si l'utilisateur a fait appel de la décision ;
 - ◆ si la décision a été automatisée ou non ;
 - ◆ si la décision initiale de la plate-forme a été révisée : les taux d'inversion en appel devraient être rendus publics⁵³ ;
 - ◆ la disposition spécifique des règles que le contenu a violées, et la raison pour laquelle le contenu a été considéré en violation avec cette disposition (y compris un lien vers cette disposition et vers les directives d'application liées à cette disposition).⁵⁴

Les décisions relatives aux contenus impliquant des acteurs étatiques doivent faire l'objet d'une justification détaillée, précisément en raison de leur impact sur les droits humains et l'intérêt public.

50 Bickert, M. (2020). Charting a Way Forward. op. cit.

51 Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania (2020). Freedom and Accountability A Transatlantic Framework for Moderating Speech Online. Consulté sur <https://www.annenbergpublicpolicycenter.org/feature/transatlantic-working-group-freedom-and-accountability/> (Consulté le 3 août 2020).

52 Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania (2020). Freedom and Accountability A Transatlantic Framework for Moderating Speech Online. Retrieved from <https://www.annenbergpublicpolicycenter.org/feature/transatlantic-working-group-freedom-and-accountability/> (Accessed on 3 August 2020).

53 Bradford, B., et al. (2019). op. cit.

54 MacCarthy, M. (2020). Transparency Requirements. op. cit.

1.3.c SIGNALEURS DE CONFIANCE (*TRUSTED FLAGGERS*)

Comme le note Internet Society, « au cours des dernières années, nous avons observé que certaines plateformes en ligne s'appuient sur des initiatives de « signaleurs de confiance » (*trusted flaggers*). Même s'il existe un processus de désignation d'une entité comme « signaleur », il reste difficile de savoir qui sont ces « signaleurs » et comment ils opèrent. Ce manque de clarté soulève inévitablement des questions sur la transparence et de potentiels conflits d'intérêts ; mais, plus important encore, il est problématique d'externaliser des évaluations quasi-judiciaires à des « signaleurs de confiance », qui ne respectent potentiellement pas les normes élevées d'une procédure régulière. »⁵⁵



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Obliger les plateformes à partager des informations relatives à leur coopération avec les « signaleurs de confiance » : une liste des signaleurs, les procédures de sélection, les privilèges attribués à ce statut, des données statistiques sur le nombre de signalements examinés, le nombre d'éléments détectés de manière proactive, leur suivi (suppression, maintien, etc.), les recours instruits, etc.**⁵⁶

1.4. ALGORITHMES ET MODÉRATION DU CONTENU, CLASSEMENT, CIBLAGE

Il est essentiel de comprendre les mécanismes algorithmiques qui sous-tendent la modération du contenu, le classement du contenu, le ciblage du contenu et la construction de l'influence sociale pour évaluer la diffusion et l'amplification des contenus problématiques, l'influence sur le débat public et la formation de l'opinion publique.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Obliger les plateformes à tenir à jour leurs documents de référence et à les communiquer aux chercheurs habilités et aux régulateurs, sur chaque fonction essentielle des algorithmes**, dont le classement (comment ils classent, organisent et présentent les contenus générés par les utilisateurs), le ciblage (comment ils ciblent les utilisateurs avec des contenus non sollicités, généralement en tant que service payant, de leur propre initiative ou pour le compte de tiers), la modération⁵⁷ et les recommandations sociales, ainsi que la détection des contenus.⁵⁸
- > **Obliger les plateformes à expliquer les objectifs de l'optimisation des algorithmes.**

55 Internet Society (2020). DSA Open Consultation Response. Consulté sur <https://isoc.app.box.com/s/jqjxjqva197iui6u95cciaz25mgi0x6> (Consulté le 18 octobre 2020).

56 Creating a French Framework. op. cit

57 MacCarthy, M. (2020). Transparency Requirements. op. cit

58 Selon la contribution envoyée par l'Institut Montaigne

> Obliger les plateformes à fournir des informations claires, y compris des données granulaires et standardisées lorsque cela est possible, pour expliquer :

- ◆ le nombre de fois où un contenu a été contrôlé, modéré et ordonné - en fonction des actions prises ;
- ◆ le processus et l'algorithme employés pour identifier le contenu ou les comptes en violation des règles relatives aux contenus générés par les utilisateurs, aux contenus publicitaires et au ciblage publicitaire⁵⁹ ;
- ◆ les critères et les données utilisés pour entraîner les algorithmes à identifier, modérer, hiérarchiser et personnaliser les contenus ;
- ◆ la collecte de données, y compris des données personnelles ;
- ◆ l'utilisation des données dans les paramètres d'entrée des algorithmes ;
- ◆ les biais des données ;
- ◆ le flux de traitement suivi ;
- ◆ les composants algorithmiques utilisés ;
- ◆ mécanismes de supervision/contrôle utilisés dans l'apprentissage algorithmique ;
- ◆ la personnalisation effectuée ;
- ◆ les biais reproduits par les algorithmes⁶⁰ ;
- ◆ les mauvais usages et abus potentiels des algorithmes ;
- ◆ les taux de faux positifs / faux négatifs ;
- ◆ les métriques permettant de rendre compte de la performance des algorithmes ;
- ◆ l'intervalle de confiance appliqué au résultat ;
- ◆ les procédures utilisées pour corriger les erreurs⁶¹ ;
- ◆ les données sous-jacentes sur lesquelles se fondent les estimations d'erreurs publiées.⁶²

> Obliger les plateformes à décrire le nombre de modérateurs dont elles disposent, en décrivant en détail leur profil professionnel (expérience, spécialisation ou connaissances), leur localisation géographique et leur répartition des tâches (par thématique, aires géographiques, etc.) sans porter atteinte au respect du droit à la vie privée et à l'anonymat des modérateurs.⁶³ (voir chapitre 2)



RECOMMANDATIONS AUX **FURNISSEURS DE SERVICES**

- > Indiquer clairement aux utilisateurs que les suggestions de contenu sont le résultat de choix éditoriaux, qui peuvent changer.⁶⁴**
- > Publier des informations détaillées sur les mécanismes employés lors de la crise sanitaire du COVID.**
- > Permettre aux utilisateurs de décider s'ils veulent que ces algorithmes façonnent leur expérience en ligne, et de modifier les variables qui les influencent. Voir le chapitre 3 sur la conception de la plateforme.⁶⁵**

59 Maréchal, N. & E. Roberts Biddle. (2020). op. cit.

60 De plus, les algorithmes, en particulier les algorithmes d'apprentissage automatique (en anglais *machine learning*), peuvent exacerber des biais involontaires qui ne sont pas connus de l'entreprise elle-même et ne sont donc pas saisis et rendus publics dans le cadre d'un système de transparence externe. Ces biais ne peuvent souvent être révélés que par un examen minutieux actif. MacCarthy, M. (2020). Transparency Requirements. op. cit.

61 Creating a French Framework. op. cit.

62 MacCarthy, M. (2020). Transparency Requirements. op. cit.

63 Observacom. (juillet 2020). A Latin American Perspective. op. cit.

64 Comité National Pilote d'Éthique du Numérique. (2020). Enjeux d'éthique dans la lutte contre la désinformation et la mésinformation. Consulté sur <https://www.ccne-ethique.fr/sites/default/files/cnpen-desinformation-2020-07-21-2.pdf> (Consulté le 28 octobre 2020).

65 Maréchal, N. & E. Roberts Biddle., op. cit.

1.5. TRANSPARENCE SUR LA PORTÉE DES CONTENUS

Selon la contribution d'Avaaz au groupe de travail, au plus fort de la première vague de la pandémie de COVID-19, en avril 2020, les contenus des sites web des dix principaux « désinformateurs » en matière de santé ont atteint, selon les estimations, 420 millions de vues, soit plus de quatre fois le nombre estimé de vues recueillies par un contenu équivalent des dix premières autorités officielles d'information sur la santé, telles que l'OMS et le CDC.⁶⁶

À l'heure actuelle, personne, en dehors des entreprises de réseaux sociaux, ne dispose avec certitude d'informations concernant les publications/contenus qui ont été vus par le plus grand nombre d'utilisateurs.⁶⁷ Il s'agit d'une information critique, surtout, par exemple, à l'approche d'une élection ou en période de troubles sociaux. L'outil *CrowdTangle* de Facebook est le seul outil qui offre actuellement un premier niveau de transparence. Il devrait être amélioré et dupliqué par toutes les plateformes dominantes.

Les chiffres d'audience des chaînes de télévision, des émissions de radio, des journaux et même du cinéma sont régulièrement rendus publics. Il est temps aujourd'hui de permettre aux citoyens d'accéder à ces données pour les sources d'information numériques.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > Obliger toutes les plateformes dominantes à **rendre publics chaque jour les contenus les plus performants qui ont atteint le plus grand nombre d'utilisateurs (dont les publications publiques, les vidéos, dans quels groupes, quelles chaînes, ce jour-là dans le pays, par langue et dialecte).**



RECOMMANDATIONS AUX FOURNISSEURS DE SERVICES

- > Ajouter la portée du contenu dans l'outil *CrowdTangle* de Facebook.
- > **Impliquer la société civile, les chercheurs, les journalistes et les régulateurs dans le développement d'outils comme *CrowdTangle* pour toutes les plateformes dominantes.**

1.6. INFORMATION SUR LA PUBLICITÉ : UNE BASE DE DONNÉES PUBLIQUE SUR LA PUBLICITÉ

L'élargissement des obligations de transparence à toutes les publicités permettrait de surmonter le problème de la définition des « publicités politiques » et des « sujets politiques », et montrerait que la désinformation dépasse le champ politique. Les définitions de ce que sont les campagnes politiques

66 Cette recherche s'est concentrée sur des acteurs répartis principalement dans cinq pays - les États-Unis, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne et l'Italie.

67 Marantz, A., op. cit.

différent dans chaque pays, et trouver une définition commune serait un processus excessivement difficile qui ne tiendrait pas compte des différences et des sensibilités nationales.⁶⁸

Une telle transparence permettrait de créer **une base de données universelle sur la publicité publique**⁶⁹ et permettrait aux régulateurs et aux chercheurs de la vérifier. Cette base de données doit être facilement consultable par thème, mots-clés, langues et pays et pourrait être accessible via une interface de programmation d'applications (*Application Programming Interface* ou API d'après son acronyme anglais).



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > Obliger toutes les plateformes dominantes à **rendre publiques en temps réel les publicités**⁷⁰ visionnées sur leurs services,⁷¹ avec des informations sur :
 - ◆ le contenu de l'annonce : une copie de l'annonce, ainsi que les noms des personnalités et des sujets concernés ;
 - ◆ l'annonceur, y compris ses coordonnées, sa localisation et la source du paiement ;
 - ◆ la taille du public ciblé, le nombre de vues de la publicité, ainsi que l'engagement des utilisateurs en plus de la visualisation de la publicité ;
 - ◆ les critères de sélection pour le ciblage des destinataires (tout en protégeant la vie privée) tels que communiqués aux annonceurs, y compris l'origine des données, le profil inféré, les audiences similaires, les audiences personnalisées et les pratiques du test A/B.⁷² Les plateformes devraient fournir des informations claires, y compris des données granulaires et standardisées, sur la manière dont elles commercialisent les publicités auprès des acheteurs et dont elles les ciblent auprès des utilisateurs ;
 - ◆ la date et l'heure de publication, l'affichage et sa durée ;
 - ◆ les tarifs appliqués⁷³ ;
 - ◆ les revenus de la publicité ciblée.
- > Obliger toutes les plateformes dominantes à rendre les publicités accessibles dans les 24 heures suivant leur publication, à en maintenir l'accès pendant dix ans et à créer des interfaces de programmation pour permettre des études de long terme.⁷⁴
- > **Obliger toutes les plateformes dominantes à donner des informations essentielles au moment même où la publicité est publiée sur la plateforme**, cela doit comprendre une bannière bien visible indiquant que l'annonce a été placée par un certain acteur politique, le parti responsable du financement de la publicité, etc.^{75,76}

68 European Partnership for Democracy. (Mars 2020). Virtual Insanity? The Need to Guarantee Transparency in Digital Political Advertising. Consulté sur <https://epd.eu/wp-content/uploads/2020/04/Virtual-Insanity-synthesis-of-findings-on-digital-politicaladvertising-EPD-03-2020.pdf> (Consulté le 6 septembre 2020).

69 Notre recommandation élargit celle formulée dans le rapport : Posetti, J. & K. Bontcheva. (2020). Freedom of Expression and Addressing Disinformation on the Internet. Chapter 8 : Balancing Act: Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression. Broadband Commission. Consulté sur https://en.unesco.org/sites/default/files/8_challenges_and_recommended_actions_248_266_balancing_act_disinfo.pdf (Consulté le 19 octobre 2020). p. 262

70 Recommandé par AlgorithmWatch dans sa contribution à ce groupe de travail.

71 Par exemple, aux États-Unis, le Congrès américain devrait envisager d'étendre le champ d'application de la loi sur les publicités honnêtes (*Honest Ads Act*) à toutes les publicités.

72 European Partnership for Democracy. op. cit

73 Cette obligation devrait répondre au manque de transparence des détails et des prix des transactions comme l'a mis en évidence le Rapport intermédiaire sur l'évaluation de la concurrence sur le marché de la publicité numérique, partagé au groupe de travail par Jun Murai.

74 MacCarthy, M. (2020). Transparency Requirements. op. cit.

75 Ghosh, D. (2020). *Terms of Disservice*. Washington, DC: Brookings. p.227.

76 Ghosh, D. (2020). *Terms of Disservice*. Washington, DC: Brookings. p.227.

1.7. INFORMATION SUR L'UTILISATION DES DONNÉES DES UTILISATEURS

Les « informations des utilisateurs » sont toutes les données qui sont liées à une personne identifiable, ou qui peuvent être reliées à une telle personne en combinant des ensembles de données ou en utilisant des techniques algorithmiques de traitement des données.⁷⁷

« Nos données sont une extension de notre individualité... La transparence est fondamentale. Depuis trop longtemps, les entreprises numériques s'en tirent en cachant aux utilisateurs la quantité de données qu'elles collectent, les outils et les technologies qu'elles utilisent pour collecter les données et les raisons de leur collecte de données. Nous avons besoin que les gouvernements imposent aux entreprises numériques - et à toutes les autres qui cachent intentionnellement les véritables raisons de leur collecte de données au consommateur généralement peu exigeant et non informé - de détailler leurs pratiques de collecte et de traitement des données avec des termes clairs », estime Dipayan Ghosh, directeur de l'initiative Plateformes numériques et démocratie à la Harvard Kennedy School.⁷⁸



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Obliger les plateformes à fournir des informations claires aux utilisateurs en ce qui concerne leurs politiques de collecte, de stockage, de conservation, d'utilisation et de partage des données des utilisateurs, y compris :**
 - ◆ quelles données sont collectées et dans quel but ;
 - ◆ comment les données sont stockées et pendant combien de temps ;
 - ◆ quelle utilisation qui est faite des données des utilisateurs ;
 - ◆ à qui les données des utilisateurs sont partagées, dans quelles conditions, et si les plateformes ont été payées pour le faire.
- > **Obliger les plateformes à permettre aux utilisateurs d'obtenir toutes les informations (collectées et déduites) les concernant qu'elles détiennent, dans un format structuré permettant la portabilité et l'interopérabilité des données.**
- > **Supprimer toutes les informations relatives aux utilisateurs dans un délai raisonnable après la fermeture de leur compte ou à la demande de l'utilisateur.⁷⁹**

Un nombre croissant d'experts sont favorables à la « portabilité des données » et à l'« interopérabilité ». Il s'agirait pour les entreprises de permettre à leurs utilisateurs de rassembler leurs données et de les transférer sur une autre plateforme (un peu comme lorsqu'on garde son numéro de téléphone portable lorsqu'on change d'opérateur), ouvrant ainsi leurs plateformes aux concurrents (comme « le droit de délocalisation »), comme l'explique Ronald Deibert dans son récent livre *Reset*.⁸⁰

77 Maréchal, N., R. MacKinnon, & J. Dheere. (2020). Getting to the Source of Infodemics: It's the Business Model. Key Recommendations for Policymakers. New America. Consulté sur <https://www.newamerica.org/oti/reports/getting-to-the-source-of-infodemics-its-the-business-model/key-recommendations-for-policymakers> (Consulté le 1 septembre 2020)

78 Ghosh, D. op. cit. p. 204-205.

79 Deibert, R. (2020). *Reset: Reclaiming the Internet for Civil Society*. Toronto: House of Anansi Press. p. 312

80 Deibert, R. (2020). *Reset: Reclaiming the Internet for Civil Society*. Toronto: House of Anansi Press. p. 312.

1.8. ÉVALUATION OBLIGATOIRE DE L'IMPACT SUR LES DROITS HUMAINS

« Bouger vite et casser les choses, » tel est le dicton très répandu de la Silicon Valley. « Donner la priorité à la taille plutôt qu'à l'efficacité dans un environnement incertain, »⁸¹ c'est ainsi que le cofondateur de LinkedIn, Reid Hoffman, et l'auteur Chris Yeh définissent encore plus précisément le phénomène de la *blitzscaling* : l'approche de croissance des start-ups de la Silicon Valley.

Cette approche doit être reconsidérée lorsque les erreurs commises peuvent nuire à nos démocraties. Exiger des évaluations de l'impact sur les droits humains de la part des fournisseurs de services en ligne est un des moyens pour tenter de limiter le risque de préjudice.

L'obligation d'évaluer l'impact sur les droits humains est la seule exigence de transparence *ex ante*. Toutes les autres exigences de transparence portent sur ce qui s'est déjà passé sur les plateformes.

Exiger des évaluations *ex ante* de l'impact sur les droits humains introduit une approche basée sur la précaution, similaire au principe de précaution des industries alimentaires ou pharmaceutiques, comme nous le détaillons au chapitre 3.

Comme indiqué au chapitre 2, les principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme définissent la responsabilité des entreprises en matière de respect des droits humains. Cela comprend l'exercice d'une diligence raisonnable en matière de droits humains dans les zones où elles opèrent, afin d'être en mesure d'éviter des impacts négatifs sur les droits humains.⁸²

Les plateformes ne peuvent pas invoquer le problème d'échelle pour se soustraire à cette responsabilité.⁸³ Un processus de diligence raisonnable en matière de droits de l'homme doit identifier, prévenir, atténuer et rendre compte de la manière dont les plateformes vont éviter leurs impacts sur les droits humains.⁸⁴



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Obliger les plateformes, dans les pays où elles opèrent, à fournir des informations sur :**
 - ◆ **l'impact** négatif sur les droits humains, non seulement en ce qui concerne les utilisateurs de la plateforme, mais aussi en ce qui concerne les détenteurs de droits, les conditions générales d'utilisation de la plateforme, les règles de la communauté, les pratiques de modération du contenu, les mécanismes de recours, l'utilisation des données des utilisateurs, la publicité ciblée et les systèmes algorithmiques à chaque changement significatif, (voir chapitre 2). Les rapports doivent être formels, systématiques et comparables⁸⁵ ;
 - ◆ **l'impact social** de leurs algorithmes, qui pourrait suivre les *Principes des algorithmes responsables*⁸⁶ et être présenté aux stades de leur conception, mais aussi avant et après leur lancement ;

81 Hoffman, R. & Yeh, C. (2020). Blitzscaling. Consulté sur <https://www.linkedin.com/learning/reid-hoffman-and-chris-yeh-onblitzscaling/why-blitzscale> (Consulté le 15 octobre 2020).

82 United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs). (2011). United Nations. Principle 17(c),

83 UNGPs, op. cit. Principle 14. (The responsibility of business enterprises to respect human rights applies to all enterprises regardless of their size, sector, operational context, ownership and structure.)

84 See UNGPs. op. cit. Principle 15(b).

<https://www.fatml.org/resources/principles-for-accountable-algorithms> (Consulté le 19 octobre 2020).

85 Maréchal, N., R. MacKinnon, & J. Dheere. op. cit.

86 Diakopoulos, N., et al. (n.d.). Principles for Accountable Algorithms and a Social Impact Statement for Algorithms. Consulté sur <https://www.fatml.org/resources/principles-for-accountable-algorithms> (Consulté le 19 octobre 2020).

- ◆ **les impacts environnementaux, sociaux et sur la gouvernance (ESG)** de leurs produits et politiques ;
 - ◆ **l'impact sur la santé mentale** de leurs produits et de leurs politiques ;
 - ◆ **l'impact sur les droits civils**⁸⁷ de leurs produits et politiques, en prenant en compte toutes les communautés, ainsi que le potentiel de radicalisation et de haine⁸⁸ ;
 - ◆ **l'impact politique** pour évaluer si les produits, politiques ou pratiques d'une plateforme en matière de publicité politique limitent arbitrairement la capacité de candidats ou de partis à diffuser leurs messages (voir chapitre 2).⁸⁹
- > **Obliger les plateformes à soumettre ces évaluations détaillées aux régulateurs et aux chercheurs habilités afin de permettre des audits indépendants, et à publier des résumés de leurs résultats sur un site web accessible au public.**⁹⁰

87 Facebook a publié son premier audit sur les droits civiques en juillet 2020 : Facebook's Civil Rights Audit—Final Report. Consulté sur <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/07/Civil-Rights-AuditFinal-Report.pdf> (Consulté le 19 Octobre

88 Stop Hate for Profit. (2020). Recommended Next Steps. Consulté sur <https://www.stophateforprofit.org/productrecommendations> (Consulté le 15 octobre 2020).

89 Organization for Security and Cooperation in Europe (OSCE). (30 Avril 2020). Joint Declaration on Freedom of Expression and Elections in the Digital Age. Para. 2(a)(iii).

90 Aux États-Unis, l'actuelle évaluation des incidences sur la vie privée de la Securities Exchange Commission pourrait servir de modèle de base pour les évaluations des droits humains requises : Voir <https://www.sec.gov/oit/privacy-impact-assessments>.

2. LA GOUVERNANCE DE LA TRANSPARENCE

Un régime de responsabilité devrait obliger les plateformes à tenir leurs engagements. Seul un régulateur public pourrait superviser la mise en œuvre de ce cadre de transparence, vérifier la conformité et prendre des sanctions en cas de manquements répétés.⁹¹

2.1. PRINCIPES GÉNÉRAUX

L'objectif de cette nouvelle approche de transparence juridiquement contraignante pour les plateformes numériques est d'assurer un contrôle démocratique. **Cette approche devrait comprendre des garanties démocratiques contre d'éventuels abus des gouvernements et/ou des régulateurs eux-mêmes.** En prérequis à la transparence juridiquement contraignante, **les régulateurs publics devraient être indépendants et respecter les principes des droits humains.** Les garanties démocratiques sont essentielles pour protéger les régulateurs des intérêts des dirigeants politiques, par exemple.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > Les gouvernements devraient mettre à disposition du public et de manière régulière :
 - ◆ le nombre et la nature des restrictions de contenu, ainsi que les catégories de données personnelles qu'ils ont demandées aux fournisseurs de services en ligne, et les raisons et cadres juridiques justifiant ces demandes ;
 - ◆ une base juridique clairement définie qui encadre leurs demandes ;
 - ◆ les réponses des entreprises et les mesures exactes qui ont été prises à la suite de leurs demandes ;
 - ◆ les accords passés avec les fournisseurs de services en ligne.

- > Les gouvernements devraient :
 - ◆ renforcer la gouvernance de l'autorité de régulation nationale ;
 - ◆ renforcer l'indépendance de l'autorité de régulation vis-à-vis du pouvoir exécutif et sa responsabilité vis-à-vis du pouvoir législatif ;
 - ◆ clarifier le processus de nomination de l'autorité de régulation nationale, avec une procédure d'habilitation claire.

91 Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania. (2020). Freedom and Accountability A Transatlantic Framework for Moderating Speech Online. Consulté sur: <https://www.annenbergpublicpolicycenter.org/feature/transatlantic-working-group-freedom-and-accountability/> (Consulté le 3 août 2020).



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Inclure dans leurs rapports de transparence destinés aux régulateurs toutes les demandes relatives au contenu qui leur sont adressées.**⁹²

2.2. AUDIT DES OBLIGATIONS DE TRANSPARENCE

Les informations fournies par les fournisseurs de services en ligne doivent pouvoir faire l'objet d'un audit de la part du régulateur compétent et/ou d'un auditeur indépendant.⁹³ Les chercheurs et les régulateurs doivent avoir accès aux données des plateformes afin d'auditer les systèmes concernés pour garantir au public que les plateformes fonctionnent comme prévu et sans biais non intentionnel.⁹⁴

Les chercheurs et les régulateurs n'opèrent pas au même niveau. Un audit par les régulateurs devrait assurer un contrôle démocratique des pratiques des fournisseurs de services en ligne. Les régulateurs pourraient être assistés, dans cet exercice, par des chercheurs ou experts habilités⁹⁵. Ces derniers pourraient alors agir pour le compte des autorités de régulation et/ou pour poursuivre d'autres objectifs académiques complémentaires. De plus, les chercheurs habilités pourraient également mener des recherches académiques indépendantes. Celles-ci devraient être rigoureusement encadrées afin d'éviter toute utilisation abusive des métadonnées et garantir l'utilisation de méthodes de confidentialité différentielle, afin de protéger les données individuelles des utilisateurs. Le *Tony Blair Institute for Global Change* a formulé des recommandations précises sur la manière dont un nouveau niveau d'audit réglementaire indépendant pourrait contribuer à résoudre le problème des asymétries d'information.⁹⁶



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > **Obliger les principaux fournisseurs de services en ligne à :**
 - ◆ **développer, à leurs frais, une plateforme sécurisée permettant à des chercheurs indépendants habilités d'accéder aux données nécessaires à la réalisation de recherches d'intérêt général ;**
 - ◆ mettre en œuvre le traitement des données requis ;
 - ◆ extraire les résultats sans compromettre les données privées des utilisateurs ni la valeur des données agrégées du réseau social.
- > **Inclure dans le mandat d'un régulateur indépendant de :**
 - ◆ **définir des priorités pour la recherche d'intérêt général, à la suite d'une consultation publique et sur la base d'un dialogue politique sur les questions majeures découlant de l'exploitation des réseaux sociaux ;**

92 Pírková, E. & Pallero, J. (2020). 26 Recommendations on Content Governance. op. cit

93 En accord avec les contributions reçues de l'Institut Montaigne, Algorithm Watch et l'Institute for Strategic Dialogue.

94 Institute for Strategic Dialogue Joint paper coordinated by Digital action (2020). Algorithm Inspection and Regulatory Access. Retrieved from: <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2020/04/Algo-inspection-briefing.pdf> (Consulté le 2 novembre 2020)

95 Cela pourrait inclure des représentants de la société civile.

96 Beverton-Palmer, M. & R. Beacon. (2020). Online Harms: Bring in the Auditors. Tony Blair Institute for Global Change. Consulté sur <https://institute.global/policy/online-harms-bring-auditors> (Consulté le 19 octobre 2020); and Beverton-Palmer, M. & R. Beacon. (2020). Analysis: Applying the Principles of Audit to Online Harms Regulation. Tony Blair Institute for Global Change. Consulté sur <https://institute.global/policy/analysis-applying-principles-audit-online-harms-regulation> (Consulté le 19 octobre 2020)

- ◆ organiser le processus par lequel les universitaires peuvent demander l'accès à la plateforme : les plateformes ne devraient pas avoir le pouvoir de décider de l'intérêt de la recherche envisagée, cette décision devrait au contraire être prise par des comités d'examen par les pairs, en suivant des normes académiques et sous la supervision de l'autorité de régulation. Les plateformes devraient avoir la possibilité d'émettre un commentaire sur le projet de recherche proposé ;
- ◆ régler les différends entre les plateformes et les universitaires liés à la mise en œuvre de cet accès contrôlé.⁹⁷

Pour l'instant, nous ne proposons pas de processus ou de critères pour décider quels chercheurs ou organismes de recherche sont qualifiés. Néanmoins, la manière dont ce processus de vérification est effectué, par qui et selon quels critères est d'une importance capitale et doit être étudiée plus en détail.

De nombreuses leçons doivent être tirées de *Social Science One*⁹⁸, un programme scientifique de Harvard, et de son partenariat avec Facebook. Les chercheurs ont attendu des années avant d'avoir accès aux métadonnées concernant les effets des réseaux sociaux sur la démocratie et les élections.

Un autre modèle à adapter serait celui de CASD.eu, un groupement d'intérêt public regroupant l'État, représenté par l'INSEE, le GENES, le CNRS, l'École Polytechnique et HEC Paris qui a été créé par l'arrêté interministériel du 29 décembre 2018⁹⁹. Il a pour vocation principale d'organiser et de mettre en œuvre des services d'accès sécurisé à des données confidentielles à des fins de recherche, d'étude, d'évaluation ou d'innovation sans but lucratif, des activités qualifiées de « services de recherche », principalement publics.

2.3. ACCESSIBILITÉ DES INFORMATIONS À TROIS NIVEAUX

Pour les fournisseurs de services en ligne, un système d'accessibilité à trois niveaux serait la structure la plus appropriée. Tout en respectant les exigences relatives à la vie privée et à la propriété intellectuelle, cette structure offrirait trois niveaux d'accès à l'information, en fournissant :

- (a) aux utilisateurs les règles de la plateforme et les procédures de plainte ;
- (b) aux chercheurs habilités¹⁰⁰ et aux régulateurs un accès à des bases de données sur les activités de modération, les résultats des décisions des algorithmes et d'autres informations ; et
- (c) dans des circonstances limitées, telles qu'une enquête, l'accès aux catégories les plus restreintes de données commercialement sensibles aux régulateurs, et aux données personnelles sensibles aux chercheurs approuvés par les régulateurs.¹⁰¹

97 Cet accès pourrait inclure des représentants de la société civile.

98 Voir <https://socialscience.one/>.

99 Journal Officiel de la République Française. (2018). Arrêté du 20 décembre 2018 portant approbation de la convention constitutive du groupement d'intérêt public « Centre d'accès sécurisé aux données ». Consulté sur https://www.casd.eu/wp/wp-content/uploads/joe_20181229_0301_0053.pdf (Consulté le 28 octobre 2020)

100 Les représentants de la société civile sont inclus dans le terme générique de « chercheurs habilités ».

101 Annenberg Public Policy Center. op. cit

PRÉSENTATION DU SYSTÈME À TROIS NIVEAUX

	Tous les utilisateurs	Chercheurs habilités ¹⁰² & régulateurs	Accès restreint aux régulateurs & chercheurs approuvés par les régulateurs
Nature des informations			
Conditions générales d'utilisation / règles de la communauté / politiques internes / règles d'application / notification de changements	Oui	Règles de mise en œuvre pour Facebook ou leurs équivalents pour les autres plateformes numériques	
Notification pour violation des conditions générales d'utilisation (CGU) ou des lois	Utilisateur qui fait le signalement et utilisateur dont le contenu est visé	Oui	
Suppressions de contenu, contenu signalé, comptes désactivés et contenu restant		Oui	
Notification des utilisateurs et mécanisme de recours	Si leur contenu est supprimé ou rétrogradé, et aux fins d'explication des procédures de recours	Oui	
Signaleurs de confiance	Oui	Oui	
Algorithmes & modération des contenus	Éléments sur les données utilisées pour faire recommandations	Objectifs des algorithmes	Oui
Information sur la portée des contenus : une base de données publique de contenus classés par portée	Oui	Oui	
Information sur la publicité : une base de données publique sur la publicité	Oui	Oui	
Information sur l'utilisation des données des utilisateurs	Oui	Oui	
Évaluation obligatoire de l'impact sur les droits humains	Résumé	Oui	

102 Les représentants de la société civile sont inclus dans le terme générique de « chercheurs habilités ».

2.4. MODÈLES RÉGIONAUX ET NATIONAUX DE RÉGULATION DE LA TRANSPARENCE

Quelle que soit la région ou le pays, le modèle de régulation de la transparence doit être élaboré avec soin afin de prévenir toute coercition abusive de la part du régulateur envers les plateformes, ou toute coercition de la part d'acteurs politiques agissant dans les intérêts politiques du régulateur lui-même, ou encore de la part du parti politique au pouvoir. Il devrait être interdit au régulateur d'intervenir dans les activités des plateformes pour suivre ou dicter un résultat politique, ou pour recueillir des renseignements qui seront utilisés pour favoriser certains acteurs politiques par rapport à d'autres.¹⁰³

Tout nouveau modèle de régulation devrait inclure une évaluation régulière de son impact, comme le recommande *Internet Society*.¹⁰⁴

La diplomatie parlementaire devrait être encouragée afin de coordonner les modèles de régulation entre les États.¹⁰⁵

2.4.a LE MODÈLE EUROPÉEN DE RÉGULATION DE LA TRANSPARENCE

Au niveau européen, les exigences de transparence pour les plateformes pourraient être établies par un règlement européen unique (et non par une directive), après une consultation publique et ouverte, proposé par la Commission européenne et adopté par le Parlement et le Conseil européens, les co-législateurs de l'Union européenne.

Les régulateurs nationaux, agissant ensemble en tant que réseau européen, devraient le mettre en œuvre.¹⁰⁶ Individuellement, chaque régulateur devrait évaluer la conformité des plateformes dans leurs pays respectifs.

La gouvernance européenne du réseau de régulateurs devrait garantir un équilibre des pouvoirs pour garantir la cohérence de la réglementation dans les États membres et prévenir les abus potentiels de la réglementation par les régulateurs nationaux. Plus précisément, **les sanctions potentielles en cas de non-conformité des plateformes devraient être décidées ou soumises à un examen au niveau de l'UE.**

Par exemple, si le régulateur français CSA¹⁰⁷ considérait qu'une certaine plateforme n'avait pas respecté les obligations de transparence européennes, le CSA pourrait envisager que cette plateforme soit sanctionnée. La sanction demandée par le régulateur français CSA serait validée au niveau européen, ou soumise à un mécanisme de contrôle à ce niveau, afin d'assurer la cohérence des décisions réglementaires à travers l'UE et d'atténuer tout risque politique.

Cela pourrait être fait par la Commission européenne elle-même ou par une organisation collégiale de régulateurs, telle qu'une - version actualisée du groupe existant de régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA¹⁰⁸).¹⁰⁹ L'ERGA serait probablement mieux placé pour jouer ce rôle et préserverait également l'indépendance des régulateurs.

103 MacCarthy, M. (2020). Transparency Requirements. op. cit.

104 Internet Society. op. cit.

105 Contribution reçue de la part de Kamel Ajjji, chercheur associé au Yale Law School Information Society Project.

106 C'est-à-dire de participer au dialogue politique entre les plateformes et la société civile, et organiser l'accès contrôlé des universitaires aux données des plateformes pour évaluer l'impact des algorithmes des réseaux sociaux sur nos sociétés.

107 Le 1^{er} janvier 2022, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) et la Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet (Hadopi) sont devenus L'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom).

108 Voir <https://erga-online.eu/>

109 Discussion avec Benoît Loutrel, rapporteur du rapport: Creating a French Framework to Make Social Media Platforms More Accountable: Acting in France with a European Vision.

Pour garantir un système éthique d'équilibre des pouvoirs au niveau des régulateurs nationaux, ces derniers ne devraient pas prendre de décision ni formuler de recommandations :

- sans consultation publique nationale et européenne impliquant la société civile ; et/ou
- sans consultation de l'autorité nationale de protection des données, à des fins d'avis ; et/ou
- sans en informer leurs homologues européens et/ou la Commission européenne et/ou un président indépendant des régulateurs européens.

L'adoption de ce modèle nécessiterait de réformer les systèmes réglementaires nationaux existants en :

- élargissant les compétences des régulateurs des médias audiovisuels aux fournisseurs de services en ligne ;
permettant aux régulateurs nationaux d'accéder à un nouveau niveau de transparence vis-à-vis des fournisseurs de services en ligne ;
- créant des mécanismes solides pour permettre une participation continue de la société civile (universitaires et ONG), notamment pour conseiller les régulateurs nationaux et contribuer aux audits des informations fournies par les plateformes numériques.

En outre, une coopération étroite avec le réseau des régulateurs électoraux nationaux pourrait être utile en ce qui concerne les exigences de transparence des partis politiques, les réglementations relatives aux campagnes électorales et les questions liées à la publicité politique.¹¹⁰

Si un tel modèle de transparence était adopté en Europe, il pourrait se propager spontanément et avoir de facto un impact immédiat dans le reste du monde.

2.4.b LE MODÈLE AMÉRICAIN DE RÉGULATION DE LA TRANSPARENCE

Aux États-Unis, plusieurs modèles de réglementation visant à accroître la transparence des plateformes numériques sont actuellement en discussion.

Le projet de loi intitulé *Platform Accountability and Consumer Transparency*¹¹¹ (PACT)¹¹², portant sur la responsabilité et la transparence des plateformes, présenté par le sénateur démocrate Schatz et le sénateur républicain Thune en juin 2020, vise à mettre à jour la section 230 de la Loi sur la décence des communications de 1996¹¹³, qui accorde une immunité aux plateformes en ligne en matière de responsabilité civile fondée sur le contenu de tiers et les suppression de contenu dans certaines circonstances. Ce nouveau projet de loi définit des exigences de transparence pour les plateformes en ce qui concerne leurs pratiques de modération de contenu ainsi qu'un mécanisme de recours, et il charge le *National Institute of Standards and Technology* (NIST)¹¹⁴ d'élaborer un cadre volontaire pour les pratiques de modération, ainsi qu'un processus permettant aux chercheurs d'accéder aux données des fournisseurs de services en ligne.

Ces éléments spécifiques sont en accord sur de nombreux points avec nos recommandations et pourraient constituer un point de départ intéressant. Cela créerait **un régime de transparence supervisé par la *Federal Trade Commission* (FTC)**, tout en ne permettant pas à la FTC « d'examiner toute action ou décision d'un fournisseur de services informatiques interactifs liée à l'application de la politique d'utilisation acceptable du fournisseur. »¹¹⁵

110 European Partnership for Democracy. op. cit.

111 Loi sur la responsabilité des plateformes et la transparence pour les consommateurs

112 Brian Schatz United States Senator for Hawai'i [official website]. (2020). Schatz, Thune Introduce New Legislation To Update Section 230, Strengthen Rules, Transparency On Online Content Moderation, Hold Internet Companies Accountable For Moderation Practices. Consulté sur <https://www.schatz.senate.gov/press-releases/schatz-thune-introduce-new-legislation-to-update-section230-strengthen-rules-transparency-on-online-content-moderation-hold-internet-companies-accountable-for-moderation-practices> (Consulté le 19 octobre 2020). La question de la responsabilité juridique n'est pas spécifiquement traitée dans ce rapport.

113 Connu sous son nom anglais de *Communications Decency Act*.

114 L'institut national des normes et de la technologie

115 MacCarthy, M. (2020). A Dispute Resolution Program. op. cit

En plus de ce régime de transparence supervisé par la FTC, le professeur Mark MacCarthy de l'université de Georgetown recommande **la création d'un « système de résolution des litiges administré par un organisme d'autorégulation du secteur visant à garantir la cohérence avec les normes de contenu publiques de l'entreprise**. L'autorité de régulation de l'industrie financière (FINRA), l'organisme d'autorégulation créé pour superviser les courtiers, en fournit un modèle. La FINRA est un organisme d'autorégulation à but non lucratif, autorisé par la loi fédérale à réglementer le secteur des courtiers-négociants. La *Securities and Exchange Commission* (SEC) supervise les opérations de la FINRA. La SEC est dirigée par un conseil d'administration composé d'un nombre égal de représentants du secteur public et de l'industrie. »¹¹⁶

Outre ce régime de transparence et ce système de règlement des litiges, **une nouvelle « Agence des plateformes numériques » (*Digital Platform Agency*)** pourrait être créée, comme l'a recommandé Tom Wheeler, l'ancien président de la *Federal Communications Commission* (FCC), afin de protéger les consommateurs et la concurrence. Cette nouvelle Agence des plateformes numériques « devrait être régie par une nouvelle politique numérique établie par le Congrès et articulée autour de trois concepts :

1. la supervision de l'activité de marché des plateformes numériques sur la base de la gestion des risques plutôt que de la microgestion, c'est-à-dire sur des mesures correctives ciblées sur les résultats de marché, qui évite ainsi une réglementation rigide de type « service public »,
2. le rétablissement des principes du droit commun de l'obligation de diligence et de l'obligation de s'y conformer comme fondement de l'autorité de l'Agence, et
3. la réalisation de ces résultats par l'intermédiaire d'une agence qui travaille avec les plateformes pour élaborer des codes de conduites tout en conservant la compétence d'agir indépendamment si cela s'avère nécessaire. »¹¹⁷

PROPOSITION DE MODÈLE DE RÉGULATION POUR LES ÉTATS-UNIS

Champ d'application	Modèle suggéré
Transparence	Projet de loi PACT : un régime de transparence supervisé par la Federal Trade Commission
Résolution des litiges	Modèle FINRA : création d'un régulateur non-gouvernemental supervisé par une agence fédérale
Protection des données et des utilisateurs	Création de l'Agence des plateformes numériques
Concurrence	Création de l'Agence des plateformes numériques

2.4.c D'AUTRES MODÈLES RÉGIONAUX ET NATIONAUX DE LA RÉGULATION

Il est absolument nécessaire et urgent d'accéder au même niveau de transparence et de responsabilité partout dans le monde afin de résoudre les nombreux problèmes posés par la modération de contenu en ligne et la mésinformation.

En l'absence d'une structure démocratique régionale telle que l'Union européenne, le défi consistera à harmoniser les exigences en matière de transparence et à prévenir les abus politiquement motivés des réglementations nationales.

Dans la région des Amériques, l'Organisation des États américains pourrait contribuer au développement d'une telle gouvernance régionale et juridique. En Afrique, le rôle de l'Union

¹¹⁶ Ibid.

¹¹⁷ Wheeler, T., P. Verveer, & G. Kimmelman. (2020). *New Digital Realities; New Oversight Solutions*. Consulté sur <https://shorensteincenter.org/new-digital-realities-tom-wheeler-phil-verveer-gene-kimmelman/>. (Consulté le 1^{er} septembre, 2020).

africaine pourrait être exploré, ainsi que le rôle de la Coopération économique pour l'Asie-Pacifique (APEC en anglais)¹¹⁸ ou de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ASEAN) pour l'Asie. Les banques de développement régionales pourraient également aider à mettre en place de telles structures de gouvernance sur une base continentale (banque africaine de développement, banque interaméricaine de développement, banque asiatique de développement, banque islamique de développement).

Il semble essentiel d'organiser les actions des régulateurs nationaux dans le cadre de réseaux régionaux de régulateurs. De tels réseaux renforcent la capacité de faire face aux plateformes numériques mondiales et permettent de mettre en place des mécanismes équilibrés afin de prévenir la captation des régulateurs par des groupes politiques locaux ou des acteurs mondiaux.

2.5. SANCTIONS EN CAS DE NON-CONFORMITÉ

Les sanctions en cas de non-conformité pourraient être financières, sous la forme d'une amende pour les plateformes numériques pouvant aller jusqu'à trois ou quatre pour cent du chiffre d'affaires mondial du réseau, proportionnellement à la gravité de la non-conformité.

Il est important de noter que lorsque la *Federal Trade Commission* des États-Unis a infligé à Facebook une amende sans précédent de 5 milliards de dollars en juillet 2019 pour violation de la vie privée, ce qui n'a toutefois pas eu beaucoup d'impact sur l'entreprise. Pour être efficaces, les amendes doivent potentiellement être extrêmement importantes, surtout en cas de non-respect récurrent.

En outre, **une annonce obligatoire en cas de non-conformité pourrait être imposée, sous la forme de bannières apparaissant avant toutes les publicités de sorte à être visibles par tous les utilisateurs de la plateforme.**

La responsabilité du PDG de la plateforme numérique devrait être directement liée à la conformité de l'entreprise aux obligations de transparence juridiquement contraignantes. Le PDG pourrait être tenu de signer personnellement les rapports de transparence, en attestant que les informations incluses sont exactes et complètes.

En dernier recours - par exemple, si une plateforme n'a pas payé une amende - **des sanctions administratives pourraient être possibles, comme la fermeture de l'accès de la plateforme au pays concerné à la suite d'une décision de justice.** Ces sanctions extrêmes peuvent être nécessaires pour les plateformes hors-la-loi ou à motivation politique qui opèrent sur une base *offshore* à partir de juridictions où la coopération judiciaire internationale est extrêmement lente, voire impossible. Ces pouvoirs de sanction ne peuvent être exercés qu'après une mise en demeure et une décision de justice.¹¹⁹

118 Voir <https://www.apec.org/>

119 Creating a French Framework. op. cit.

Chapitre 2 :

La méta-régulation de la modération de contenu

Pour préserver le caractère démocratique des espaces numériques pour tous, la modération des contenus doit être régie par un ensemble de principes de base (méta-régulation) qui protègent les valeurs démocratiques et défendent les droits humains et la dignité de toutes les personnes sans discrimination. Une approche de la modération des contenus fondée sur les droits humains éviterait aux plateformes numériques de prendre des décisions incohérentes et les protégerait contre les demandes arbitraires des États de supprimer des contenus.

Sommaire

INTRODUCTION

1. PRINCIPES DES DROITS HUMAINS POUR LA MODÉRATION DES CONTENUS

Principe 1 : Principe de légalité

Définition du discours de haine

Définition du terrorisme

Définition de l'incitation au terrorisme

Principe 2 : Principe de nécessité et de proportionnalité

Distinguer les utilisateurs

Distinguer les contenus

Distinguer les réponses

Principe 3 : Principe de légitimité

Principe 4 : Principe d'égalité

Doctrines volontaires de l'équité

Principe 5 : Principe de non-discrimination

2. RÉSUMÉ DES RECOMMANDATIONS AUX FOURNISSEURS DE SERVICES

3. RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

INTRODUCTION

À l'heure actuelle, **les plateformes décident des conditions d'expression en ligne sur la base de règles qu'elles établissent elles-mêmes. Ces règles sont appliquées par des modérateurs humains et par les algorithmes des plateformes, le tout dans un contexte d'encadrement public et de responsabilités très limités.** Les Principes directeurs des Nations unies (PDNU) relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme confèrent aux entreprises la responsabilité de respecter les droits humains dans les lieux où elles opèrent. Cela signifie que les entreprises doivent se garder de violer les droits fondamentaux d'autrui et prendre des mesures pour remédier à tout impact négatif sur les droits humains dans lequel elles sont elles-mêmes impliquées.¹²⁰

Les PDNU s'appliquent également aux plateformes et à l'activité de modération de contenu.¹²¹ Ce chapitre développe **les Principes des droits humains pour la modération de contenu** que les plateformes responsables devraient suivre pour éviter d'enfreindre les droits humains lors de la modération de contenu. Dans le même temps, le **devoir des États de protéger les droits humains en ligne** sera également rappelé dans ce chapitre. Les recommandations de ce chapitre se basent sur **les standards internationaux des droits de l'homme comme cadre de référence.** Le rôle des conventions régionales des droits humains et de la jurisprudence des organes et tribunaux régionaux des droits humains, le cas échéant, dans l'interprétation des standards internationaux des droits de l'homme sont aussi reconnus ici. Les lois nationales, dans la mesure où elles sont compatibles avec les standards internationaux des droits de l'homme, sont également pertinentes.¹²²

Les Principes des droits humains pour la modération de contenu présentés dans ce chapitre peuvent **former un cadre normatif pour diverses formes de (co-)régulation.** D'une part, les initiatives actuelles d'autorégulation devraient appliquer ces principes si les plateformes s'engagent réellement à respecter les droits humains. De nombreuses grandes plateformes mettent en œuvre certaines des recommandations proposées ici. D'autre part, **ces principes ont vocation à définir un cadre mondial de (co-)régulation** qui s'oppose au modèle actuel où les plateformes peuvent imposer arbitrairement des politiques de contenu globales qui ne respectent pas forcément les standards internationaux des droits de l'homme, sans aucun contrôle public et sans que les parties prenantes aient nécessairement pu y prendre part à un moment donné. Ces principes devraient être intégrés dans toute future (co-)régulation appliquée par des institutions de contrôle publiques et indépendantes.

Ce chapitre s'applique à toutes les plateformes, y compris les entreprises des réseaux sociaux dominantes à l'heure actuelle. Leurs responsabilités devraient être différenciées en fonction de leur taille, de leurs ressources et de leur influence dans un pays ou une région particulière. Afin de mettre en œuvre, dans les zones où elles opèrent, les recommandations décrites dans ce chapitre, des responsabilités plus importantes devraient être attribuées aux entreprises dont la taille, les capacités et l'utilisation dans les pays sont les plus grandes.

La méta-régulation de la modération des contenus¹²³ ne suffira pas à elle seule à lutter contre les infodémies. Pour être efficaces, les recommandations formulées ici doivent être considérées conjointement avec les propositions présentées dans les autres chapitres de ce rapport.

Par exemple, la modération du contenu par les plateformes doit toujours pouvoir faire l'objet d'un recours de la part des utilisateurs dont le contenu est supprimé, comme cela a été souligné à plusieurs reprises dans le rapport (voir la section 1.3 du chapitre 1).

120 United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs). (2011). United Nations. Principle 11.

121 Gillespie, T., op. cit., p. 21. (la modération du contenu n'est pas simplement « accessoire » aux opérations des plateformes, mais « essentielle, constitutionnelle, définitionnelle »).

122 À cette fin, les États devraient abroger ou modifier les lois nationales qui sont incompatibles avec les standards internationaux des droits de l'homme.

123 La modération des contenus doit être régie par un ensemble de principes de base (méta-régulation) qui protègent les valeurs démocratiques et défendent les droits humains et la dignité de toutes les personnes sans discrimination.

1. PRINCIPES DES DROITS HUMAINS POUR LA MODÉRATION DES CONTENUS

Les Principes des droits humains pour la modération de contenu (PDHMC) sont tirés de la Déclaration universelle des droits de l'homme, conjointement avec le Pacte international relatif aux droits civils et politiques (PIDCP) et le Pacte international relatif aux droits économiques, sociaux et culturels (PIDESC). Ces trois instruments sont désignés collectivement sous le nom de « Charte internationale des droits de l'homme ». **Cet engagement envers les standards internationaux des droits humains fait référence à l'ensemble des droits humains, y compris, mais sans s'y limiter, au droit à la liberté d'expression**, qui est également protégé par le droit international humanitaire, le droit pénal international et le droit international de l'environnement, entre autres.¹²⁴

1.1. PRINCIPE DE LÉGALITÉ

Les réseaux sociaux qui s'engagent véritablement à respecter l'ensemble des droits humains **doivent s'engager dans leurs politiques à respecter les standards internationaux des droits de l'homme**, ce qui inclut, sans s'y limiter, le droit à la liberté d'expression et d'information. Cet engagement politique doit continuellement imprégner le travail de toutes les unités de l'entreprise, des équipes chargées des politiques jusqu'à celles chargées de l'ingénierie. À cette fin, les plateformes doivent s'assurer qu'un expert en droits humains occupe une position régulière au sein de l'entreprise afin d'être en mesure d'influencer ses politiques à travers l'ensemble des opérations internes de la plateforme, et ce avec l'autorité nécessaire pour guider la politique de contenu et son application dans tous les domaines où les plateformes opèrent.

En vertu des standards internationaux des droits de l'homme, les limites à l'expression doivent être clairement définies et énoncées de manière transparente et détaillée. Appliqué aux réseaux sociaux, cela impliquerait de publier les politiques de contenu qui régissent l'expression en ligne, les différents facteurs utilisés pour modérer le contenu et la manière dont ces politiques sont appliquées à titre d'illustration. Selon les types de contenus, les réponses apportées doivent différer. Les entreprises doivent expliquer comment d'autres facteurs, tels que l'identité de l'utilisateur ou la fréquence des violations, pourraient justifier des réponses plus sévères.

En outre, dans de nombreux pays où opèrent les réseaux sociaux, les utilisateurs appartiennent à plusieurs ethnies, parlent différentes langues et ont des cultures diverses. Même à l'intérieur d'un pays, il arrive que la langue principale des différentes communautés ethniques, dans une juridiction donnée, ne soit pas la langue nationale de ce pays. Les plateformes responsables devraient publier leurs politiques de contenu dans les dialectes utilisés dans les différentes communautés afin de s'assurer que ces documents peuvent être compris par tous leurs utilisateurs.

¹²⁴ Voir, PDNU, op. cit. Principe 12 (Commentaire) discutant de la nécessité pour les entreprises de se référer à des normes de droit international supplémentaires, telles que le droit international humanitaire, lorsqu'elles sont applicables.



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Publier un engagement politique visant à respecter l'ensemble des droits humains, approuvé par le niveau le plus élevé de l'entreprise. Cet engagement politique devrait être reflété dans toutes les règles internes, politiques et procédures opérationnelles.**¹²⁵
- > Faire expressément référence à la Charte internationale des droits de l'homme, à la Déclaration de l'Organisation internationale du travail (OIT) relative aux principes et droits fondamentaux au travail¹²⁶ et à d'autres normes pertinentes fournies par d'autres branches du droit international, dans les conditions d'utilisation et la politique de contenu de chaque plateforme.¹²⁷
- > Définir les politiques de contenu de manière claire, concise et accessible, et les rendre publiques de manière transparente.¹²⁸
- > Publier les politiques de contenu dans la langue nationale et les dialectes utilisés dans le pays où les plateformes opèrent.
- > Effectuer des évaluations périodiques de l'effet sur les droits humains de la politique de contenu et des pratiques de modération, non seulement sur les utilisateurs de la plateforme, mais aussi sur les détenteurs de droits.¹²⁹

Les infodémies vont souvent de pair avec la désinformation et les discours de haine. À cet égard, les standards internationaux des droits de l'homme fournissent un cadre universel pour définir les contenus problématiques. D'une part, ils interdisent expressément toute propagande en faveur de la guerre, ainsi que tout appel à la haine nationale, raciale ou religieuse qui constitue une incitation à la discrimination, à l'hostilité ou à la violence.¹³⁰ Ensuite, les organes et mandats des Nations unies ont également élaboré des définitions de travail pour des termes tels que « discours de haine » et « discours terroriste » que les plateformes responsables devraient adopter. À cette fin, **les plateformes devraient suivre de près les travaux des organes des Nations unies tels que le Conseil des droits de l'homme, le Haut-Commissariat aux droits de l'homme, l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), les résolutions de l'Assemblée générale des Nations unies et la jurisprudence du Comité des droits de l'homme ; elles devraient également s'inspirer, dans des domaines spécifiques, des travaux d'institutions internationales telles que l'UNICEF, le Haut Commissariat des Nations unies pour les réfugiés (UNHCR) et l'Organisation mondiale de la santé (OMS), ainsi que des tribunaux internationaux tels que la Cour internationale de justice et la Cour pénale internationale.**¹³¹

125 Voir UNGPs. op. cit. Principe 16(a), (d), (e).

126 Pour les enjeux sur le travail de modération du contenu, voir : Roberts, S. T. (2019). Behind the Screen: Content Moderation in the Shadows of Social Media; Gillespie, T. op. cit., pp. 111-140; Retrived from: <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300235883/behind-screen> Barrett, Paul M. (Juin 2020). Who Moderates the Social Media Giants? A Call to End Outsourcing. NYU Stern Center for Business and Human Rights. Consulté sur <https://bhr.stern.nyu.edu/tech-content-moderation-june-2020>

127 Voir, UNGPs. op. cit. Principe 12.

128 Pour plus de détails, voir le chapitre 1 sur la transparence.

129 Voir, United Nations. UN General Assembly, Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression: Note by the Secretary-General, A/74/486 (9 octobre 2019), para. 42(a)). Voir aussi, Évaluation obligatoire des impacts sur les droits humains dans le chapitre 1 sur la transparence.

130 International Covenant on Civil and Political Rights. (ICCPR), United Nations. Article 20.

131 Domino, J. (2 janvier 2020). How Myanmar's Incitement Landscape can Inform Platform Regulation in Situations of Mass Atrocity. Opinio Juris. Consulté sur <http://opiniojuris.org/2020/01/02/how-myanmars-incitement-landscape-can-inform-platform-regulation-in-situations-of-mass-atrocity/> (Consulté le 12 octobre 2020).

Définition du discours de haine

Bien qu'il n'existe pas de définition juridique internationale du « discours de haine », la stratégie et le plan d'action des Nations unies sur le discours de haine, qui visent à traiter le problème du discours de haine aux niveaux national et mondial, utilisent la définition de travail suivante :

« Tout type de communication, qu'il s'agisse d'expression orale ou écrite ou de comportement, constituant une atteinte ou utilisant un langage péjoratif ou discriminatoire à l'égard d'une personne ou d'un groupe en raison de leur identité, en d'autres termes, de l'appartenance religieuse, de l'origine ethnique, de la nationalité, de la race, de la couleur de peau, de l'ascendance, du genre ou d'autres facteurs constitutifs de l'identité. »¹³²

Selon le rapporteur spécial des Nations unies sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'opinion et d'expression (« rapporteur spécial des Nations unies sur la liberté d'expression »), les politiques relatives aux discours de haine doivent être élaborées en tenant compte des types d'interférences auxquelles les utilisateurs peuvent être confrontés sur la plateforme. Il faudrait pour cela « noter la légitimité des restrictions visant à protéger les droits d'autrui ». ¹³³

Définition du terrorisme

Le rapporteur spécial des Nations unies sur la promotion et la protection des droits de l'homme et des libertés fondamentales dans la lutte contre le terrorisme (designé ci-après comme le « rapporteur spécial des Nations unies sur les droits de l'homme et le contre-terrorisme ») a élaboré une définition-type du terrorisme comme suit :

Par terrorisme, on entend une action ou une tentative d'action dans laquelle :

1/ L'action :

- (a) constitue une prise d'otages intentionnelle ; ou
- (b) est destinée à causer la mort ou des blessures corporelles graves à un ou plusieurs membres de la population générale ou à de parties de celle-ci ; ou
- (c) implique une violence physique grave ou mortelle à l'encontre d'un ou plusieurs membres de la population générale ou de parties de celle-ci ;

et

2/ L'action est faite ou tentée avec l'intention de :

- (d) provoquer un état de terreur dans le grand public ou une partie de celui-ci ; ou
- (e) obliger un gouvernement ou une organisation internationale à faire ou à s'abstenir de faire quelque chose ;

et

3/ L'action correspond à :

- (f) la définition d'une infraction grave dans le droit national, adoptée dans le but de se conformer aux conventions et protocoles internationaux relatifs au terrorisme ou aux résolutions du Conseil de sécurité relatives au terrorisme ; ou
- (g) tous les éléments d'un crime grave définis par le droit national.

¹³² Voir: <https://www.un.org/en/genocideprevention/hate-speech-strategy.shtml>

¹³³ Ibid., para. 47(b) : (« Par exemple, les entreprises pourraient examiner comment l'expression haineuse en ligne peut inciter à la violence qui menace la vie, porte atteinte à la liberté d'expression et à l'accès à l'information d'autrui, interfère avec la vie privée ou le droit de vote, etc. Les entreprises ne sont pas dans la position des gouvernements pour évaluer les menaces à la sécurité nationale et à l'ordre public, et les restrictions du discours de haine pour ces motifs devraient être basées non pas sur l'évaluation de l'entreprise mais sur des ordres juridiques des États, eux-mêmes soumis aux conditions strictes établies par l'article 19 (3) du [PIDCP] »).

Définition de l'incitation au terrorisme

Le rapporteur spécial des Nations unies sur les droits de l'homme et la lutte contre le terrorisme définit l'incitation au terrorisme comme suit :

« Constitue une infraction le fait de diffuser ou de mettre un message à disposition du public par tout autre moyen, délibérément et illégalement, avec l'intention d'inciter à la commission d'une infraction terroriste, lorsqu'un tel comportement, qu'il préconise expressément ou non la commission d'infractions terroristes, crée un danger qu'une ou plusieurs de ces infractions soient commises. »¹³⁴

Outre les contenus terroristes, les plateformes suppriment de plus en plus de comptes liés à des personnes et des organisations considérées comme « terroristes » ou « dangereuses » selon les conditions d'utilisation rédigées par ces entités privées. Les plateformes doivent s'appuyer sur la contribution de la société civile ou sur des processus judiciaires légitimes pour supprimer ces comptes. En particulier, une enquête judiciaire indépendante doit être autorisée à la suite d'un retrait d'un compte d'organisations terroristes.¹³⁵



RECOMMANDATIONS AUX FOURNISSEURS DE SERVICES

- > **Aligner leurs définitions des contenus problématiques, tels que les « discours de haine » et l'« incitation au terrorisme », sur celles élaborées par les institutions internationales publiques, telles que les organes conventionnels des Nations unies compétents, les titulaires de mandats au titre de procédures spéciales et d'autres experts comme l'Organisation mondiale de la santé et les tribunaux internationaux.**

- > **Tenir compte des facteurs suivants lors de l'évaluation de contenu constituant pour discours de haine¹³⁶ :**
 - ◆ Le contexte : l'analyse contextuelle devrait impliquer les communautés les plus touchées par le contenu identifié comme un discours de haine.¹³⁷ Cela inclut l'évaluation du contexte linguistique, culturel, politique, social et historique de la publication. À cette fin, les plateformes devraient engager des modérateurs humains parlant couramment la langue utilisée dans le message.¹³⁸ Les plateformes devraient également impliquer les communautés concernées dans le choix des outils les plus efficaces pour traiter les discours haineux postés sur la plateforme. L'utilisation d'outils automatisés ou d'intelligence artificielle devrait impliquer des humains dans le processus.¹³⁹

134 See para 32: <https://undocs.org/A/HRC/16/51> 127 Scheinin, M. (2010). Report of the Special Rapporteur

135 Scheinin, M. (2010). Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms While Countering Terrorism. Ten Areas of Best Practices in Countering Terrorism. A/HRC/16/51, para. 35 (Practice 9. Core elements of best practice in the listing of terrorist entities.). UN Human Rights Council. Consulté sur <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G10/178/98/PDF/G1017898.pdf?OpenElement>

136 Rabat Plan of Action on the Prohibition of Advocacy of National, Racial or Religious Hatred that Constitutes Incitement to Discrimination, Hostility or Violence. (2020). United Nations Human Rights Office of the High Commissioner. Consulté sur <https://www.ohchr.org/en/issues/freedomofopinion/articles19-20/pages/index.aspx>;

137 United Nations. UN General Assembly, Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression: Note by the Secretary-General, A/74/486 (9 octobre 2019), para. 58 (e).

138 : Marantz, A. (2020). Why Facebook Can't Fix Itself. The New Yorker. Consulté sur https://www.newyorker.com/magazine/2020/10/19/why-facebook-cant-fix-itself?mc_cid=a2705e31cc&mc_eid=dd9bd17d22 (Consulté le 20 octobre 2020).

139 United Nations. UN General Assembly, Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression: Note by the Secretary-General, A/74/486 (9 octobre 2019), para. 58 (d) and (e).

- ◆ Statut et intention de l'émetteur: examiner l'intention de l'utilisateur ayant publié un contenu potentiellement violent empêcherait les entreprises de modérer les contenus partagés à des fins journalistiques ou éducatives.
 - ◆ Contenu et portée de la diffusion : cela impliquerait que les plateformes prennent en compte si les paramètres de confidentialité de la publication sont restreints ou publics.
 - ◆ Probabilité d'un préjudice imminent pour les utilisateurs et le public : cela obligerait les plateformes à évaluer si un contenu particulier pourrait avoir des effets négatifs sur les droits humains, non seulement pour certains utilisateurs de la plateforme, mais aussi pour d'autres détenteurs de droits qui ne sont peut-être pas des utilisateurs de la plateforme. Au lieu de définir ces critères de manière individuelle et arbitraire, elles devraient suivre les définitions selon les standards internationaux des droits de l'homme élaborées par les institutions internationales, qui ont mis en place des mécanismes plus développés et inclusifs de contribution, et qui sont responsables devant le public.¹⁴⁰
- > Adopter l'éventail le plus large de groupes protégés en vertu de leurs politiques sur les discours haineux, en tenant compte des groupes historiquement défavorisés dans les zones où la plateforme opère dans le monde.¹⁴¹
 - > Élaborer des politiques relatives aux discours haineux en tenant compte des différents types d'interférences auxquelles les utilisateurs peuvent être confrontés sur la plateforme.
 - > **Tenir compte de l'avis de la société civile avant d'interdire l'accès à la plateforme à certains individus et organisations au motif qu'ils sont des « terroristes » ou « dangereux ».**

1.2. PRINCIPE DE NÉCESSITÉ ET DE PROPORTIONNALITÉ

En vertu des standards internationaux des droits de l'homme exigent que les limitations de l'expression soient uniquement celles qui sont nécessaires pour atteindre un objectif légitime.¹⁴² Les restrictions ne doivent pas être trop larges et les moyens les moins intrusifs doivent être utilisés pour limiter l'expression.¹⁴³ Les standards internationaux des droits de l'homme établissent également une distinction entre les personnalités publiques et les particuliers, le droit à la liberté d'expression et d'information de ces derniers étant davantage protégé. En ce qui concerne les personnalités publiques, il convient de faire une distinction supplémentaire entre les acteurs étatiques, d'une part, et les journalistes, les défenseurs des droits humains et les activistes qui pourraient accéder au statut de personnalité publique dans un pays ou un contexte donné.

TYPES D'UTILISATEURS

Des utilisateurs individuels mais également des acteurs étatiques ont utilisé les plateformes pour diffuser des discours de haine constituant une incitation à la discrimination, à l'hostilité ou à la violence au sens du droit international, ou pour mener des campagnes de désinformation contre des défenseurs des

140 Voir par exemple United Nations. UN Strategy and Plan of Action on Hate Speech. (2019). Consulté sur <https://www.un.org/en/genocideprevention/hate-speech-strategy.shtml>

141 United Nations. UN General Assembly, Promotion and Protection of the Right to Freedom, op. cit. para. 47 (a).

142 ICCPR. op. cit. Article 19(3)

143 United Nations. UN Human Rights Committee, General Comment no. 34: Article 19: Freedoms of Opinion and Expression, CCPR/C/GC/34 (12 septembre 2011), para. 34.

droits humains, des membres de la société civile et des membres appartenant à des minorités. Selon le rapporteur spécial des Nations unies sur la liberté d'expression, **les hommes politiques, les responsables gouvernementaux et militaires, ainsi que d'autres personnalités publiques, « devraient être soumis aux mêmes règles en matière de discours de haine que celles qui s'appliquent en vertu des standards internationaux », en raison de leur « potentielle grande capacité d'influence pour inciter à certains comportements. »**¹⁴⁴

Un standard spécifique aux « personnalités publiques » devrait guider la modération des contenus publiés par les acteurs étatiques dans la mesure : il faut apporter une réponse différente de celle apportée aux contenus jugés contraires à la définition du discours de haine proposée ci-dessus.¹⁴⁵ À cette fin, les plateformes doivent faire la distinction entre les personnalités publiques et les acteurs étatiques, d'une part, et les particuliers, d'autre part, lorsqu'elles décident des réponses à apporter aux contenus. Les plateformes traitent déjà différemment différentes catégories d'utilisateurs en ce qui concerne certains contenus. Des contenus publiés par des acteurs étatiques ont été retirés pour avoir violé les politiques de désinformation des plateformes liées au COVID-19.¹⁴⁶ Des politiciens ont également été exemptés de l'application de certaines politiques de contenu.¹⁴⁷

Outre les acteurs étatiques, il convient d'inclure les chefs religieux, les célébrités et d'autres personnes qui peuvent influencer le discours public en raison de leur large audience dans un contexte sociopolitique particulier.

TYPES DE CONTENUS

Les plateformes modèrent différents types de contenu :

- a. **Contenu illégal** : Le contenu est-il incompatible avec les standards internationaux des droits de l'homme ou le droit national établi en vertu d'une procédure judiciaire légitime ?
- b. **Contenu légal mais nuisible** : Outre la modération des contenus illégaux tels que la pédopornographie ou l'incitation à la violence, les plateformes modèrent également les contenus légaux mais jugés nuisibles par la plateforme.

A ce titre par exemple, on peut mentionner la politique de TikTok contre la nudité des personnes majeures¹⁴⁸, ou encore la politique de Facebook contre les « comportements non authentiques » ou les publications « cruelles et insensibles »¹⁴⁹; ou la politique de Snapchat contre « l'usurpation d'identité, les pratiques trompeuses et les fausses informations ».¹⁵⁰ Lors de l'évaluation d'un contenu légal en vertu des standards internationaux des droits de l'homme mais considéré comme nuisible par la plateforme, l'avis de la société civile devrait être pris en compte pour décider si le contenu doit être modéré ou non.¹⁵¹

144 United Nations. UN General Assembly, Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression: Note by the Secretary-General, A/74/486 (9 octobre 2019), para. 47(d).

145 Par analogie, en vertu des standards internationaux des droits de l'homme, les personnalités publiques bénéficient d'une protection moindre dans les procès en diffamation. Voir Domino, J. (2020). The Facebook Oversight Board as Operational Level Grievance Mechanism. Cambridge Core Blog. Consulté sur <https://www.cambridge.org/core/blog/2020/04/01/the-facebook-oversight-board-as-operational-level-grievance-mechanism/> (Consulté le 12 octobre 2020).

146 Voir par exemple : Brito, C. (2020). Facebook, Twitter and Youtube Take Down False Coronavirus 'Cure' Video Shared by Trump. CBS News. Consulté sur <https://www.cbsnews.com/news/facebook-twitter-youtube-removing-false-covid-19-information-video-trump-share/> (Consulté le 12 octobre 2020). Lyons, K. (2020). Twitter Removes Tweets by Brazil, Venezuela Presidents for Violating Covid-19 Content Rules. The Verge. Consulté sur <https://www.theverge.com/2020/3/30/21199845/twitter-tweets-brazil-venezuela-presidents-covid-19-coronavirus-jairbolsonaro-maduro> (Consulté le 12 octobre 2020).

147 Voir par exemple : Twitter. (2020). About Public-Interest Exceptions on Twitter. Consulté sur <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/publicinterest> (Consulté le 12 octobre 2020). Facebook. (2016). Input from Community and Partners on our Community Standards. Consulté sur <https://about.fb.com/news/2016/10/input-from-community-and-partners-on-our-community-standards/>

148 TikTok. (2020). Community Guidelines. Consulté sur <https://www.tiktok.com/community-guidelines?lang=en> (Consulté le 12 octobre 2020).

149 Facebook. (2020). Community Standards. Consulté sur <https://www.facebook.com/communitystandards/introduction> (Consulté le 12 octobre 2020).

150 Snapchat. (2020). Community Guidelines. Consulté sur <https://www.snap.com/en-US/community-guidelines> (Consulté le 12 octobre 2020).

151 Les normes et les meilleures pratiques de l'industrie peuvent également être consultées, bien que cela ne doive jamais remplacer la contribution des communautés concernées et de la société civile. Voir, par exemple, Global Alliance for Responsible Media, Brand Safety Floor & Sustainability Framework (qui fournit une définition du contenu nuisible pour des pratiques publicitaires sûres, entre autres), *World Federation of Advertisers*. (2020). WFA and Platforms Make Major Progress to Address Harmful Content. Consulté sur <https://wfanet.org/knowledge/item/2020/09/23/WFA-and-platforms-make-major-progress-to-address-harmful-content> (Consulté le 12 octobre 2020).

DISTINGUER LES TYPES DE RÉPONSES

Les plateformes ont une grande latitude pour répondre à des types particuliers de contenus problématiques. **Les réponses en matière de contenu devraient être élaborées en utilisant des outils qui favorisent l'autonomie individuelle, la sécurité et la liberté d'expression. L'élaboration de ces solutions devrait aussi impliquer le recours à la désamplification, la démonétisation, l'éducation, le contre-discours, le signalement et la formation comme alternatives, et le cas échéant, à l'interdiction de comptes et à la suppression de contenus.**¹⁵² Selon les termes du rapporteur spécial des Nations unies sur la liberté d'expression :

« [Les plates-formes] peuvent supprimer des contenus, limiter leur viralité, indiquer leur origine, suspendre les utilisateurs concernés, suspendre les organisations qui parrainent le contenu, élaborer des classements pour mettre en évidence l'utilisation par une personne d'un contenu interdit, restreindre temporairement des contenus pendant qu'une équipe procède à leur examen, empêcher les utilisateurs de monétiser leur contenu, créer des frictions dans le partage des contenus, apposer des avertissements et des étiquettes sur les contenus, donner aux individus une plus grande capacité de bloquer d'autres utilisateurs, minimiser l'amplification des contenus, interférer avec les bots et des comportements coordonnés de masse en ligne, adopter des restrictions géolocalisées et même promouvoir des contre-messages. Tous ces outils ne sont pas appropriés dans toutes les circonstances, et ils peuvent eux-mêmes nécessiter des limitations, mais ils montrent l'éventail des options autres que la suppression qui peuvent être à la disposition des entreprises dans des situations données. En d'autres termes, tout comme les États doivent évaluer si une limitation de la liberté d'expression est l'approche la moins restrictive, les entreprises doivent également procéder à ce type d'évaluation. Et, dans le cadre de cette évaluation, les entreprises devraient assumer la charge de démontrer publiquement la nécessité et la proportionnalité lorsque les utilisateurs concernés le demandent, qu'il s'agisse de l'émetteur du contenu, de la victime présumée, d'une autre personne qui est tombée sur le contenu ou d'un membre du public. »¹⁵³

La pandémie de COVID-19 a mis en évidence la capacité des plateformes à modérer les contenus problématiques lorsqu'elles le souhaitent, et à recourir à diverses mesures pour le faire.¹⁵⁴ Les plateformes dominantes ont modéré le contenu qui a contredit les organisations de santé faisant autorité au niveau mondial et local, comme l'Organisation mondiale de la santé, même dans les cas où le contenu était publié par un acteur étatique. Twitter, par exemple, attribue actuellement des étiquettes à certains tweets pour permettre aux utilisateurs de se référer à des sources d'information extérieures dignes de confiance, et ajoute également des messages d'avertissement à des publications spécifiques.¹⁵⁵ Les plateformes devraient modérer d'autres types de contenus liés au COVID-19, tels que la rhétorique discriminatoire et les discours de haine à l'égard de certaines nationalités et de membres de minorités ethniques, de genre et religieuses.¹⁵⁶

La disponibilité d'un large éventail de mesures devrait permettre aux plateformes d'« adapter leurs réponses à des contenus problématiques spécifiques, en fonction de leur gravité et d'autres facteurs ».¹⁵⁷

¹⁵² United Nations. UN General Assembly, Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression: Note by the Secretary-General, A/74/486 (Consulté le 9 octobre 2019), para. 58(f).

¹⁵³ United Nations. UN General Assembly, Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression: Note by the Secretary-General, A/74/486 (Consulté le 9 octobre 2019), para. 51.

¹⁵⁴ 6 Douek, E. (2020). COVID-19 and Social Media Content Moderation. Lawfare. Consulté sur <https://www.lawfareblog.com/covid-19-and-social-media-content-moderation> (Consulté le 12 octobre 2020).

¹⁵⁵ Twitter. (2020). Updating our Approach to Misleading Information. Consulté sur https://blog.twitter.com/en_us/topics/product/2020/updating-our-approach-to-misleading-information.html (Consulté le 12 octobre 2020).

¹⁵⁶ Voir, United Nations. (2020). United Nations Guidance Note on Addressing and Countering COVID-19-Related Hate Speech. Consulté sur <https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/Guidance%20on%20COVID-19%20related%20Hate%20Speech.pdf> (Consulté le 12 octobre 2020).

¹⁵⁷ Ibid.

Ces facteurs sont les suivants :

1. Type de contenu :

- ◆ Illégal
- ◆ Légal mais nuisible

Ces deux catégories devraient recevoir des réponses différenciées¹⁵⁸, en fonction également des autres facteurs énumérés ici.

2. Émetteur du contenu

Le contenu publié est-il le fait d'un acteur étatique ou d'une autre personnalité publique susceptible d'influencer le discours public dans le domaine principalement concerné par le contenu ?

3. Gravité du contenu

4. Fréquence des violations de la politique en matière de contenu

Combien de fois l'utilisateur a-t-il publié un contenu problématique ?

Le contenu enfreint-il de manière répétée la même politique de contenu, ou des politiques de contenu différentes ?

5. Contexte

Les infodémies ont tendance à surgir dans les moments de crise. Par conséquent, de tels contextes ou événements devraient bénéficier d'un ensemble de réponses dédiées, pour une durée limitée.

Les Principes directeurs des Nations unies recommandent aux entreprises de mener une diligence raisonnable permanente en matière de droits humains dans les zones où elles opèrent, afin d'être en mesure de faire face aux risques liés aux droits humains à mesure qu'ils évoluent.¹⁵⁹ Les plateformes ne peuvent pas invoquer le problème d'échelle pour se soustraire à cette responsabilité.¹⁶⁰ Un processus de diligence raisonnable en matière de droits humains devrait identifier, prévenir, atténuer et rendre compte de la manière dont les plateformes traitent leur impact sur les droits humains.¹⁶¹ La priorité devrait toutefois être donnée aux pays où l'une des conditions suivantes est présente :

- > la plateforme a une présence importante ;
- > le pays dans lequel la plateforme opère connaît des développements politiques importants qui peuvent impliquer un afflux de contenu, y compris, mais sans s'y limiter, des élections nationales, un conflit armé ou une catastrophe naturelle ;
- > des contenus potentiellement en violation sont postés par une personnalité publique (par exemple, un acteur étatique) ;
- > lorsque la société civile ou les institutions internationales signalent une situation particulière méritant une attention urgente.

À cette fin, les plateformes devraient suivre de près les travaux pertinents des organes des Nations unies tels que le Conseil des droits de l'homme, le Haut-Commissariat aux droits de l'homme, les résolutions de l'Assemblée générale des Nations unies, l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) ainsi que la jurisprudence du Comité des droits de l'homme. Dans des domaines spécifiques, elles devraient s'inspirer des travaux d'institutions internationales telles que l'UNICEF, le HCR et l'Organisation mondiale de la santé, ainsi que de tribunaux internationaux tels que la Cour internationale de justice et la Cour pénale internationale.¹⁶²

158 Voir, par exemple, Observacom, contribution écrite à ce groupe de travail. Para. 4(D) (recommandant que pour les contenus 'offensants', 'inappropriés', 'indécents' et autres définitions vagues ou larges similaires, qui pourraient illégalement affecter la liberté d'expression, les grandes plateformes devraient fournir des mécanismes et des avis permettant aux autres utilisateurs - volontairement et en fonction de leurs préférences morales, religieuses, culturelles, politiques ou autres - de décider s'ils veulent y avoir accès. Ces contenus ne devraient pas être interdits, supprimés ou réduits par défaut s'ils passent le test de légalité, de nécessité et de proportionnalité, car cela affecterait de manière disproportionnée le droit des utilisateurs à la liberté d'expression).

159 UNGPs. op. cit. Principe 17(c),

160 UNGPs. op. cit. Principe 14. ('La responsabilité qui incombe aux entreprises de respecter les droits de l'homme s'applique à toutes les entreprises indépendamment de leur taille, de leur secteur, de leur cadre de fonctionnement, de leur régime de propriété et de leur structure.')

161 Voir, UNGPs op. cit. Principe 15(b). Voir aussi, Evaluation obligatoire de l'impact des droits humains dans le chapitre 1 sur la transparence.

162 Domino, J. (2 janvier 2020). How Myanmar's Incitement Landscape can Inform Platform Regulation in Situations of Mass Atrocity. Opinio Juris. Consulté sur <http://opiniojuris.org/2020/01/02/how-myanmars-incitement-landscape-can-inform-platform-regulation-in-situations-of-mass-atrocity/> (Consulté le 12 octobre 2020).

Une approche par ratio de risque pourrait être adoptée par les plateformes de manière à ce que, lorsqu'un pays particulier dépasse un certain seuil de risque, elles adoptent un ensemble de réponses plus agressives en matière de contenu dans un délai limité. Cela peut inclure l'ajout de modérateurs humains supplémentaires chargés d'examiner le contenu, et/ou l'introduction de diverses réponses au contenu (par exemple, l'introduction de frictions, l'imposition d'un délai avant la publication du contenu).¹⁶³



RECOMMANDATIONS AUX FOURNISSEURS DE SERVICES

- > **Traiter différemment les différentes catégories d'utilisateurs lors de la modération des contenus, en conformité avec le critère de « personnalité publique » prévu par les standards internationaux des droits de l'homme.**
- > **Avoir recours à des outils variés pour modérer le contenu, en fonction du type de contenu problématique et d'autres facteurs (voir la discussion ci-dessus).**
- > **Développer des outils qui favorisent l'autonomie individuelle, la sécurité et la liberté d'expression, et qui incluent la désamplification, la démonétisation, l'éducation, le contre-discours, le signalement et la formation comme des alternatives, le cas échéant, à l'interdiction de comptes et à la suppression de contenus.**¹⁶⁴
- > **Suivre le travail des institutions publiques internationales compétentes lors de l'identification des situations ou des pays à risque, en utilisant éventuellement une approche par ratio de risque, sur la base des facteurs suivants :**
 - ◆ **la plateforme a une présence importante ;**
 - ◆ **le pays dans lequel la plateforme opère connaît des développements politiques importants qui peuvent impliquer un afflux de contenu, y compris, mais sans s'y limiter, des élections nationales, un conflit armé ou une catastrophe naturelle ;**
 - ◆ **des contenus potentiellement en violation sont postés par une personnalité publique (par exemple, un acteur étatique) ;**
 - ◆ **lorsque la société civile ou les institutions internationales signalent une situation particulière méritant une attention urgente.**
- > **Augmenter le nombre de modérateurs et consacrer un pourcentage minimal de leurs revenus à l'amélioration de la qualité de l'examen des contenus, en particulier dans les pays/situations à risque.**¹⁶⁵
- > **Développer considérablement la *fact-checking* pour lutter contre la désinformation et la mésinformation.**¹⁶⁶

¹⁶³ Le Center for Humane Technology est en train de développer une approche de modération des contenus par ratios de risque. (Source : interview de Tristan Harris par le rapporteur principal en octobre 2020).

¹⁶⁴ United Nations. UN General Assembly, Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression: Note by the Secretary-General, A/74/486 (9 octobre 2019), para. 58(f)

¹⁶⁵ Carrett, op. cit., p. 24. Tristan Harris recommande également d'augmenter le budget consacré à la modération des contenus. Voir Gonzales, G. (2020). Increasing Sharing Friction, Trust, and Safety Spending may be Key Facebook Fixes. Rappler. Consulté sur <https://www.rappler.com/technology/features/tristan-harris-aza-raskin-maria-ressa-undivided-attention-podcast> (Consulté le 1er novembre 2020).

¹⁶⁶ Barrett, op. cit., p. 26.

- > **Créer la fonction de superviseur de contenu**¹⁶⁷ : les plateformes devraient nommer des responsables de haut niveau chargés de superviser l'élaboration des politiques de contenu et leur exécution, ainsi que de superviser le *fact-checking*. Cette personne coordonnerait toutes les équipes concernées par l'élaboration et l'exécution de la politique. Elle devrait avoir une connaissance approfondie des droits humains et travailler directement ou être supervisée par le directeur des droits humains de la plateforme.
- > **Renforcer la modération dans les pays à risque en fonction des facteurs décrits ci-dessus.**¹⁶⁸
- > **Mettre en place une équipe nationale dans les pays où les plateformes opèrent, chaque fois que cela est possible.** Les plateformes devraient avoir pour priorité de baser leurs modérateurs humains et leurs équipes nationales localement dans les différents pays où leurs produits et services sont utilisés. Dans certains pays, il peut toutefois y avoir des préoccupations légitimes en matière de sécurité pour les modérateurs et les employés travaillant sur place : dans de tels cas, les plateformes devraient déterminer de bonne foi que la mise en place d'une équipe dans le pays mettrait en danger les modérateurs et le personnel, et devrait donc les installer dans un État voisin, où elle dispose déjà d'autres modérateurs et employés.
- > Les plateformes dominantes devraient largement partager leurs connaissances et leurs outils en source ouverte, afin de garantir que les plateformes et les marchés plus petits puissent avoir accès à la même technologie de modération de contenu.¹⁶⁹

1.3. PRINCIPE DE LÉGITIMITÉ

Les standards internationaux des droits de l'homme reconnaissent les éléments suivants comme des objectifs légitimes pouvant justifier une limitation de l'expression :

1. Le respect des droits ou de la réputation d'autrui
2. La sécurité nationale
3. L'ordre public
4. La santé publique
5. La moralité publique¹⁷⁰

En ce qui concerne les plateformes, la modération de la désinformation liée au COVID-19 montre que celles-ci jouent un rôle crucial dans la limitation de l'expression contraire à la santé publique.

Comme indiqué dans le Principe 2 des PDHMC ci-dessus, les plateformes modèrent les contenus qui vont au-delà des objectifs légitimes de base prévus par le droit des droits humains. Dans ce but, les

¹⁶⁷ Barrett, op. cit., p. 25. (cette recommandation est toutefois plus prescriptive que celle formulée par Barrett).

¹⁶⁸ Barrett, op. cit., p. 25.

¹⁶⁹ United Nations. UN General Assembly, Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression: Note by the Secretary-General, A/74/486 (Consulté le 9 octobre 2019), para. 50

¹⁷⁰ ICCPR, op. cit. Article 19(3).

United Nations. UN Human Rights Committee, General Comment no. 34: Article 19: Freedoms of Opinion and Expression, CCPR/C/GC/34 (12 septembre 2011), para. 32: « Le Comité a fait observer, dans son Observation générale n° 22, que « la notion de morale découle de nombreuses traditions sociales, philosophiques et religieuses ; en conséquence, les limitations ... visant à protéger la morale doivent être fondées sur des principes qui ne découlent pas exclusivement d'une seule tradition ». De telles limitations doivent être comprises à la lumière de l'universalité des droits de l'homme et du principe de non-discrimination ». Human Rights Committee. (2011). General Comment No. 34. Article 19: Freedoms of opinion and expression. Consulté sur <https://www2.ohchr.org/english/bodies/hrc/docs/GC34.pdf> (Consulté le 12 octobre 2020)

plateformes doivent adopter des réponses différenciées face aux contenus nuisibles mais légaux, en fonction notamment d'autres facteurs analysés dans le Principe 2.



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Suivre les évaluations des institutions publiques internationales pertinentes ou les évaluations des États légitimes lors de la modération de contenus ayant un impact sur le respect des droits ou de la réputation d'autrui, la sécurité nationale, l'ordre public, la santé publique ou la moralité publique.**
- > **Modérer la désinformation vérifiable sur la base des conclusions et évaluations d'institutions publiques et internationales telles que l'Organisation mondiale de la santé et les organes des Nations unies compétents.**
- > **Avoir recours à un large éventail d'outils pour modérer les contenus qui limitent la liberté d'expression au-delà des objectifs légitimes minimaux, conformément au principe 2 des PDHMC.**

1.4. PRINCIPE D'ÉGALITÉ



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Faire un effort raisonnable pour adopter des mesures qui permettent aux utilisateurs d'accéder à une diversité d'opinions politiques.**
- > **Veiller à ce que les outils automatisés, tels que les classements algorithmiques, n'entravent pas indûment, intentionnellement ou non, l'accès à des contenus électoraux et l'accessibilité à une diversité de points de vue pour les utilisateurs.¹⁷¹**
- > **Procéder, dans le cadre de la diligence raisonnable en matière de droits humains, à l'évaluation de leurs produits, leurs politiques ou leurs pratiques concernant les publicités politiques qui limitent arbitrairement la capacité des candidats ou des partis à diffuser leurs messages.¹⁷²**
- > **Respecter le même type d'obligations que les radiodiffuseurs ont dans les différentes juridictions où ils opèrent. Un exemple serait la « doctrine d'équité volontaire » qui prévaut aux États-Unis et qui est connue en anglais sous le nom de *Voluntary Fairness Doctrine*.¹⁷³**

171 Voir Organization for Security and Cooperation in Europe (OSCE). (30 Avril 2020). Joint Declaration on Freedom of Expression and Elections in the Digital Age. Para. 2(a)(ii).

172 Ibid., para. 2(a)(iii).

173 Voir par exemple, Schiffrin, A. (2020). Beyond Transparency: Regulating Online Political Advertising. Roosevelt Institute. Consulté sur <https://rooseveltinstitute.org/publications/beyond-transparency-regulating-online-political-advertising/>. (Consulté le 27 octobre 2020)

La doctrine d'équité volontaire¹⁷⁴

La « doctrine d'équité volontaire », *Voluntary Fairness Doctrine* en anglais, vise à garantir la qualité des informations relatives aux élections qui sont largement diffusées. Appliquée aux plateformes, cette doctrine mettrait en œuvre les principes des radiodiffuseurs en matière d'égalité d'accès et d'information pour les utilisateurs. Elle exigerait que les plateformes assument la responsabilité de fournir gratuitement les mêmes informations aux électeurs. Par exemple, elles pourraient fournir des volumes égaux de publicité de campagne gratuite aux différents partis politiques et les diffuser avant les élections. Chaque élément publicitaire serait étiqueté pour indiquer sa provenance. Idéalement, chaque élément serait vérifié avant d'être publié. Mais si ce n'est pas le cas, chaque élément devrait être étiqueté avec un avertissement indiquant que les informations qu'il contient n'ont pas été vérifiées, et une liste de sites internet vérifiés devrait être fournie afin d'encourager le public à faire preuve d'esprit critique et à consulter des sites internet dignes de confiance pour vérifier les faits qui pourraient être fabriqués ou présentés hors contexte.¹⁷⁵ Dans ce cadre, les plateformes doivent également trouver un moyen de rendre les informations de haute qualité plus visibles.

D'autres options possibles :

Fournir une publicité gratuite aux partis politiques enregistrés

Une approche différente consisterait à fournir, de manière égale, des publicités gratuites aux seuls partis enregistrés, car fournir des emplacements publicitaires gratuits à d'autres entités promouvant diverses causes pourrait être trop contraignant.¹⁷⁶

Il pourrait être envisagé **d'interdire complètement la publicité politique et de diffuser à la place des informations en quantité égale sur les positions relatives aux questions clés de la campagne, avant les élections**. Il pourrait s'agir de retransmettre en direct des débats ou des réunions publiques, ou de diffuser des informations sur la campagne clairement identifiables à des endroits bien visibles.

Des missions de service public donneraient simplement aux entreprises technologiques une nouvelle fonction, qui consisterait à ajouter délibérément des informations pertinentes sur les affaires publiques à la conversation en ligne plutôt que de simplement les classer ou les supprimer. Cette utilisation de contre-discours n'est pas différente de ce que fait YouTube avec son programme *Creators for Change*, qui identifie et encourage des influenceurs publiant des vidéos de haute qualité afin de contrer les vidéos fausses et provocatrices.¹⁷⁷

174 Ibid. La doctrine d'équité volontaire est mieux connue sous son nom anglais de *Voluntary Fairness Doctrine*.

175 Berger, Guy. 2019. Personal interview by Anya Schiffrin. Le 13 septembre 2019.

176 Ibid.

177 Jahromi, Neima. 2019. « The Fight for the Future of YouTube. » *The New Yorker*, 8 Juillet 2019.
<https://www.newyorker.com/tech/annals-of-technology/the-fight-for-the-future-of-youtube>

1.5. PRINCIPE DE NON-DISCRIMINATION



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Appliquer une politique de contenu à des catégories d'utilisateurs similaires sans discrimination, conformément au principe 2 des PDHMC.**
- > **Garantir que les algorithmes utilisés pour appliquer les politiques de contenu ne renforcent pas les biais discriminatoires.¹⁷⁸**
- > **Avoir des effectifs plus diversifiés dans l'ensemble de l'entreprise.**
- > **Organiser régulièrement des ateliers sur les biais inconscients, en particulier pour les équipes chargées d'élaborer la politique de contenu et les algorithmes de modération du contenu.**

¹⁷⁸ Observacom, commentaire écrit, Para. 3(A) (recommandant que les grandes plateformes « n'utilisent pas de critères discriminatoires » dans la « sélection/priorisation de la visualisation » du contenu généré par les utilisateurs [dans les fils d'actualités, les résultats de recherche, les services d'accès aux informations d'actualité, etc.]

2. RÉSUMÉ DES RECOMMANDATIONS AUX FOURNISSEURS DE SERVICE

En résumé, les plateformes responsables doivent adopter les recommandations suivantes si elles s'engagent réellement à respecter les droits humains dans la conduite de leurs affaires :



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Réaffirmer leur engagement envers les Principes directeurs des Nations unies (PDNU).**
- > **Fournir un recours effectif aux détenteurs de droits affectés par la modération d'un contenu spécifique, y compris, mais sans s'y limiter, aux utilisateurs de la plateforme.**¹⁷⁹
- > **Mettre en place des mécanismes de plainte et de réclamation accessibles et efficaces au niveau opérationnel, au-delà des procédures de recours des utilisateurs.**
- > **Adopter les Principes des Droits humains pour la modération des contenus (PDHMC) résumés ci-dessous :**

PRINCIPE

RECOMMANDATION

Légalité

Publier un engagement politique visant à respecter l'ensemble des droits humains, approuvé par le niveau le plus élevé de l'entreprise, et que cet engagement de politique soit reflété dans toutes les règles internes, politiques et procédures opérationnelles.

Faire expressément référence à la Charte internationale des droits de l'homme, à la Déclaration de l'Organisation internationale du travail (OIT) relative aux principes et droits fondamentaux au travail et à d'autres normes pertinentes fournies par d'autres branches du droit international, dans les conditions d'utilisation et la politique de contenu de chaque plateforme.

Définir les politiques de contenu de manière claire, concise et accessible, et les rendre publiques de manière transparente.

	Publier les politiques de contenu dans la langue nationale et les dialectes utilisés dans le pays où les plateformes opèrent.
	Effectuer des évaluations périodiques de l'effet sur les droits humains de la politique de contenu et des pratiques de modération, non seulement sur les utilisateurs de la plateforme, mais aussi sur les détenteurs de droits.
	Aligner leurs définitions des contenus problématiques, tels que les «discours de haine» et l'«incitation au terrorisme», sur celles élaborées par les institutions publiques internationales, telles que les organes conventionnels des Nations unies compétents, les titulaires de mandats au titre de procédures spéciales et d'autres experts, l'Organisation mondiale de la santé et les tribunaux internationaux.
	Tenir compte des facteurs suivants lors de l'évaluation de contenu constituant pour discours de haine : <ul style="list-style-type: none"> (a) Le contexte (b) Le statut et l'intention de l'émetteur du contenu (c) Le contenu et la portée de la diffusion (d) La probabilité d'un préjudice imminent pour les utilisateurs et le public
	Adopter l'éventail le plus large de groupes protégés en vertu de leurs politiques sur les discours haineux, en tenant compte des groupes historiquement défavorisés dans les zones où la plateforme opère dans le monde.
	Élaborer des politiques relatives aux discours haineux en tenant compte des différents types d'interférences auxquelles les utilisateurs peuvent être confrontés sur la plateforme.
	Tenir compte de l'avis de la société civile avant d'interdire l'accès à la plateforme à certains individus et organisations au motif qu'ils sont des «terroristes» ou «dangereuses».
Nécessité et proportionnalité	Traiter différemment les différentes catégories d'utilisateurs lors de la modération des contenus, en conformité avec le critère de « personnalité publique » prévu par les standards internationaux des droits de l'homme.
	Avoir recours à des outils variés pour modérer le contenu, en fonction du type de contenu problématique et d'autres facteurs (voir la discussion ci-dessus).
	Développer des outils qui favorisent l'autonomie individuelle, la sécurité et la liberté d'expression, et impliquent la désamplification, la démonétisation, l'éducation, le contre-

discours, le signalement et la formation comme alternatives, le cas échéant, à l'interdiction de comptes et à la suppression de contenus.

Suivre le travail des institutions publiques internationales compétentes lors de l'identification des situations ou des pays à risque, en utilisant éventuellement une approche par ratio de risque, sur la base des facteurs suivants :

- > la plateforme à une présence importante ;
- > le pays dans lequel la plateforme opère connaît des développements politiques importants qui peuvent impliquer un afflux de contenu, y compris, mais sans s'y limiter, des élections nationales, un conflit armé ou une catastrophe naturelle ;
- > des contenus potentiellement en violation sont postés par une personnalité publique (par exemple, un acteur étatique) ;
- > lorsque la société civile ou les institutions internationales signalent une situation particulière méritant une attention urgente.

Augmenter le nombre de modérateurs et dépenser un pourcentage minimal du revenu des plateformes pour améliorer la qualité de l'examen des contenus, en particulier dans les pays/situations à risque.

Développer considérablement le *fact-checking* pour lutter contre la désinformation et la mésinformation.

Créer la fonction de superviseur de contenu.

Renforcer la modération dans les pays à risque en fonction des facteurs décrits ci-dessus dans la section du Principe 2 des PDHMC.

Mettre en place une équipe nationale dans les pays où les plateformes opèrent, lorsque cela est possible.

Les plateformes dominantes devraient largement partager leurs connaissances et leurs outils en source ouverte afin de garantir que les plateformes et les marchés plus petits puissent avoir accès à la même technologie de modération de contenu.

Légitimité

Suivre les évaluations des institutions publiques internationales pertinentes ou les évaluations des États légitimes lors de la modération de contenus ayant un impact sur le respect des droits ou de la réputation d'autrui, la sécurité nationale, l'ordre public, la santé publique ou la moralité publique.

	<p>Modérer la désinformation vérifiable sur la base des conclusions et évaluations d’institutions publiques et internationales telles que l’Organisation mondiale de la santé et les organes des Nations unies compétents.</p>
	<p>Avoir recours à un large éventail d’outils pour modérer les contenus qui limitent l’expression au-delà des objectifs légitimes minimaux, conformément au principe 2 des PDHMC.</p>
Egalité	<p>Respecter le même type d’obligations que les radiodiffuseurs ont dans les différentes juridictions où ils opèrent.</p>
	<p>Déployer un effort raisonnable pour adopter des mesures qui permettent aux utilisateurs d’accéder à une diversité d’opinions politiques.</p>
	<p>Veiller à ce que les outils automatisés, tels que les classements algorithmiques, n’entraient pas indûment, intentionnellement ou non, l’accès à des contenus électoraux et l’accessibilité à une diversité de points de vue pour les utilisateurs.</p>
	<p>Procéder, dans le cadre de la diligence raisonnable en matière de droits humains, à l’évaluation de leurs produits, leurs politiques ou leurs pratiques concernant les publicités politiques qui limitent arbitrairement la capacité des candidats ou des partis à diffuser leurs messages.</p>
Non-discrimination	<p>Appliquer une politique de contenu à des catégories d’utilisateurs similaires sans discrimination, conformément au principe 2 des PDHMC.</p>
	<p>Garantir que les algorithmes utilisés pour appliquer les politiques de contenu ne renforcent pas les biais discriminatoires.</p>
	<p>Avoir des effectifs plus diversifiés dans l’ensemble de l’entreprise.</p>
	<p>Organiser régulièrement des ateliers sur les biais inconscients, en particulier pour les équipes chargées d’élaborer la politique de contenu et les algorithmes de modération du contenu.</p>

3. RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

Même si les plateformes décident des modalités de l'expression en ligne, les États ne doivent pas oublier leur rôle de premiers responsables en vertu des standards internationaux des droits de l'homme. Ils doivent protéger les droits humains en ligne en s'abstenant de les enfreindre pour les particuliers et en réglementant l'activité des plateformes de manière à protéger les droits humains des utilisateurs et des parties prenantes concernées.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > Réaffirmer leur engagement envers les Principes directeurs des Nations unies, y compris le devoir de protéger les droits humains hors ligne et en ligne.¹⁸⁰
- > S'engager à respecter les Principes des Droits humains pour la modération des contenus (PDHMC) détaillés ci-dessus, y compris dans la conception de lois ou de réglementations concernant les fournisseurs de services en ligne.
- > Soutenir la mise en place d'un cadre de gouvernance mondiale ayant pour mandat de superviser les questions liées à la technologie, y compris la modération de contenu, et de coordonner le développement de normes et de bonnes pratiques pour en informer les régulateurs nationaux et/ou internationaux.¹⁸¹
- > Réglementer la mise en œuvre par les plateformes des responsabilités qui leur incombent en vertu des principes directeurs des Nations unies, et mettre en place des mécanismes de contrôle de la transparence, tels que celui proposé dans la partie 2 du chapitre 1.¹⁸²
- > Faire des recommandations aux plateformes pour les procédures de diligence raisonnable en matière de droits humains, telles que celles abordées dans la partie 1.8 du chapitre 1.¹⁸³

180 United Nations. (2011). The UN Guiding Principles on Business and Human Rights: Implementing the 'Protect, Respect, Remedy' Framework was Unanimously Endorsed by the UN Human Rights Council in Resolution 17/4. Consulté sur <https://undocs.org/en/A/HRC/RES/17/4> (Consulté le 12 octobre 2020).

181 Voir par exemple

Fay, R. (2019). Digital Platforms Require a Global Governance Framework (on Creating a Digital Stability Board). Center for International Governance Innovation. Consulté sur <https://www.cigionline.org/articles/digital-platforms-require-global-governance-framework> (Consulté le 12 octobre 2020).

Council of Europe Parliamentary Assembly. (2020). Towards an Internet Ombudsman Institution. Consulté sur <https://pace.coe.int/en/files/28728/html> (Consulté le 12 octobre 2020)

182 OSCE. (2019). Joint Declaration: Challenges to Freedom of Expression in the Next Decade.

Consulté sur <https://www.osce.org/representative-on-freedom-of-media/425282> (Consulté le 12 octobre 2020).

183 Wingfield, R., I. Tuta, & T. Bansal. (2020). The Tech Sector and National Action Plans on Business and Human Rights. The Danish Institute of Human Rights. Consulté sur <https://www.humanrights.dk/publications/tech-sector-national-action-plans-business-human-rights> (Consulté le 12 octobre 2020). p. 46

- > **Abroger toute loi qui criminalise ou restreint indûment l'expression, en ligne ou hors ligne.**¹⁸⁴
- > **Abroger toute loi qui criminalise ou restreint indûment l'expression sur la base d'idées vagues et ambiguës, telles que les notions de « fausses nouvelles » ou les « informations non objectives ».**¹⁸⁵
- > **S'abstenir de demander aux plateformes – par des outils juridiques ou extra-légaux – de prendre des mesures de modération que les standards internationaux des droits de l'homme interdiraient aux États de prendre directement.**¹⁸⁶
- > **S'abstenir d'adopter des lois ou des dispositions qui imposeraient un contrôle ou un filtrage « proactif » des contenus, ce qui est à la fois incompatible avec le droit à la vie privée et susceptible de constituer un équivalent à une censure en amont de la publication.**¹⁸⁷
- > **S'abstenir d'adopter des modèles de réglementation où les agences gouvernementales, plutôt que les autorités judiciaires, deviennent les arbitres de l'expression légale.**¹⁸⁸ Cela comprend les commissions électorales qui entendent surveiller les campagnes sur les réseaux sociaux.
- > **Concevoir une réglementation qui tienne compte de l'impact extraterritorial attendu de la réglementation sur les droits humains des utilisateurs dans le monde entier.**¹⁸⁹
- > **Adopter des lois qui obligent les plateformes à créer des bases de données sur les actions prises contre les discours de haine, et les encouragent à respecter les normes relatives aux droits humains dans leurs propres règles.**¹⁹⁰

184 Wingfield, R., I. Tuta, & T. Bansal, (2020). The Tech Sector and National Action Plans on Business and Human Rights. The Danish Institute of Human Rights. Consulté sur <https://www.humanrights.dk/publications/tech-sector-national-action-plans-business-human-rights> (Consulté le 12 octobre 2020). p. 46.

185 UN Human Rights Council. (2018). Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression. A/HRC/38/35 (Consulté le 6 Avril 2018), para. 65.

186 United Nations. UN General Assembly, Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression: Note by the Secretary-General, A/74/486 (9 octobre 2019), para. 57.

187 UN Human Rights Council. (2018). Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression, A/HRC/38/35 (Consulté le 6 Avril 2018), para. 67.

188 Ibid. para. 68.

189 Wingfield, R. et al. op. cit., p. 38 (« Si les PDNU affirment que les États ne sont généralement pas tenus de réglementer les activités extraterritoriales des entreprises domiciliées sur leur territoire et/ou dans leur juridiction, elles reconnaissent également qu'il n'est généralement pas interdit aux États de le faire, à condition qu'il existe une base juridictionnelle reconnue. Les PDNU reconnaissent qu'il peut y avoir de bonnes raisons politiques pour que les États soient clairs quant à leurs attentes vis-à-vis des entreprises à l'étranger. Les États n'ont pas un pouvoir illimité pour promulguer des lois qui s'appliquent aux activités extraterritoriales et doivent agir dans le cadre des contraintes du droit international et de la courtoisie entre États... Le cadre réglementaire qui s'applique aux entreprises dans un État, en particulier dans leur État d'origine, aura souvent des répercussions dans les autres États dans lesquels l'entreprise opère. Par exemple, le [règlement général sur la protection des données (RGPD)] de l'UE [...] fixe des normes plus élevées que la plupart des autres cadres nationaux de protection des données. Plutôt que d'avoir de nombreuses politiques de protection des données différentes selon les États, certaines entreprises technologiques utilisent simplement les exigences du RGPD comme politique mondiale de protection des données... »).

190 United Nations. UN General Assembly, Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression: Note by the Secretary-General, A/74/486 (Consulté le 9 octobre 2019), para. 57(f).

- > Publier des rapports de transparence détaillés sur toutes les demandes liées aux contenus adressées aux plateformes et mener une véritable consultation publique pour toute initiative réglementaire (comme indiqué au chapitre 1).¹⁹¹
- > Adopter des mécanismes nationaux de réclamation judiciaires et non judiciaires pour offrir un droit de recours aux utilisateurs lésés et aux détenteurs de droits affectés.¹⁹²
- > Adopter des lois sur les campagnes et la publicité électorales pour lutter contre la désinformation en ligne commanditée par des États.¹⁹³
- > S'abstenir de faire, de soutenir, d'encourager ou de continuer à diffuser des déclarations dont ils savent ou devraient raisonnablement savoir qu'elles sont fausses (mésinformation) ou qui témoignent d'un mépris total envers les informations vérifiées (propagande).¹⁹⁴
- > Garantir la diffusion d'informations fiables et dignes de confiance, notamment sur des questions d'intérêt public, telles que l'économie, la santé publique, la sécurité et l'environnement.¹⁹⁵
- > Soutenir les mesures constructives visant à lutter contre la désinformation en ligne, telles que la promotion de mécanismes indépendants de vérification.¹⁹⁶

191 UN Human Rights Council. (2018) Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression. A/HRC/38/35 (6 April 2018), para. 69.

192 UNGPs. op. cit. Principles 25-27. Ces mécanismes de réclamation comprennent le renforcement des institutions existantes, y compris, mais sans s'y limiter, les ministères de la communication et de l'information, les institutions nationales des droits humains, les autorités de protection des données et les autorités de la concurrence, pour pouvoir répondre efficacement aux questions relatives aux droits numériques.

193 Voir

Ong, J. C. & R.Tapsell. (Mai 2020). Mitigating Disinformation in Southeast Asian Elections: Lessons from Indonesia, Philippines and Thailand. NATO StratCom Centre of Excellence. Consulté sur www.stratcomcoe.org/mitigating-disinformation-southeast-asian-elections (Consulté le 12 octobre 2020).

194 OSCE. (2017). Joint Declaration on Freedom of Expression and 'Fake News'. op. cit. UN Human Rights Council. Disease Pandemics and the Freedom of Opinion and Expression. A/HRC/44/49 (Consulté le 23 Avril 2020), para. 44

195 2017 Joint Declaration on Fake News, para. 2(c) Consulté sur: <https://www.osce.org/fom/302796> and (d); UN Human Rights Council, Disease Pandemics and the Freedom of Opinion and Expression, A/HRC/44/49 (Consulté le 23 Avril 2020), para. 44.

196 Organization for Security and Cooperation in Europe (OSCE). (30 Avril 2020). Joint Declaration on Freedom of Expression and Elections in the Digital Age. Para. 1(c)(i).

Chapitre 3 :

La conception des plateformes et la fiabilité de l'information



La pandémie du COVID-19 a démontré la nécessité de renverser le mouvement d'escalade de diffusion contenus sensationnels et de rumeurs, ce qui passe par la promotion d'informations fiables de façon structurée. Les mécanismes et les politiques promouvant l'authenticité, la fiabilité et l'accessibilité des contenus doivent encore être précisés, sur la base de critères pré-établis.

Sommaire

INTRODUCTION

1. NORMES PUBLIQUES DE QUALITÉ ET DE SÉCURITÉ DANS LA CONCEPTION DES PLATEFORMES

1.1. Un code réglementaire de conception pour les plateformes numériques

- 1.1.a. Réorienter l'ingénierie logicielle vers la prévention des dommages
- 1.1.b. Respect des choix dès la conception
- 1.1.c. Restrictions statutaires pour les influences indues des algorithmes
- 1.1.d. Faute professionnelle en cas de conception manifestement négligente de logiciel
- 1.1.e. La déségrégation des biens communs numériques

1.2. Audits réglementaires de sécurité et contrôle qualité

- 1.3. Une régulation bottom-up avec des codes de conduite professionnels pour les ingénieurs logiciel
- 1.4. Mise en œuvre des normes numériques par une agence publique d'application

2. PROMOUVOIR LES INFORMATIONS FIABLES

- 2.1. Interdire les conflits d'intérêts
- 2.2. Identifier les sources d'information fiables
- 2.3. Prendre en compte la fiabilité dans les algorithmes

3. CRÉER DES FRICTIONS

3.1. Contextualiser et labelliser

- 3.1.a. Contextualiser
- 3.1.b. Identifier clairement les contenus ciblés
- 3.1.c. Identifier et distinguer les médias sous contrôle étatique

3.2. Friction logicielle

- 3.2.a. Périodes de refroidissement
- 3.3.b. Coupe-circuit

4. BRISER LES BULLES DE CONTENU

- 4.1. Imposer un niveau de bruit obligatoire
- 4.2. Envisager de limiter le micro-ciblage
- 4.3. Stopper les « amis d'amis »
- 4.4. Donner le choix aux utilisateurs

INTRODUCTION

La Déclaration internationale sur l'information et la démocratie¹⁹⁷ dispose que **les fournisseurs de services en ligne « doivent mettre en œuvre des mécanismes pour favoriser la visibilité des informations fiables**. Ces mécanismes doivent être basés sur des critères de transparence, d'indépendance éditoriale, de mise en œuvre de méthodes de vérification et de conformité à l'éthique journalistique. L'intégrité, l'authenticité, la traçabilité des idées et des informations doivent être favorisées, de sorte que leur origine et leur mode de production soient connus. Favoriser les informations fiables ne saurait porter atteinte à la neutralité politique, idéologique et religieuse. »

Ce chapitre examinera comment la conception des produits des plateformes numériques pourrait suivre des normes de qualité et de sécurité, et ce faisant pourrait contribuer à promouvoir la diffusion d'informations fiables, à ajouter de la friction aux échanges pour ralentir la propagation de la désinformation, et à briser la bulle de contenu des utilisateurs.

Alors que le *fact-checking* est nécessaire et doit être étendu, **ce chapitre met en évidence des options complémentaires, dont certaines idées qui peuvent sembler originales ou ne sont encore qu'à un stade exploratoire.**

¹⁹⁷ La Déclaration internationale sur l'information et la démocratie, adoptée en novembre 2018 par la Commission sur l'information et la démocratie, énonce les principes fondamentaux et les garanties de l'espace mondial de l'information et de la communication.

1. NORMES PUBLIQUES DE QUALITÉ ET DE SÉCURITÉ DANS LA CONCEPTION DES PLATEFORMES¹⁹⁸

1.1. UN CODE RÉGLEMENTAIRE DE CONCEPTION POUR LES PLATEFORMES NUMÉRIQUES

Les réseaux sociaux ne sont plus un simple microcosme d'utilisateurs privés, ils sont devenus des espaces où se développent notre culture, notre économie et notre espace public. De par leur nature même, leur ampleur prolifique, leur utilité et de leur impact sur la société, les réseaux sociaux sont désormais concernés par les questions d'intérêt public.

Alors que les réseaux sociaux sont souvent présentés publiquement comme des « services gratuits »¹⁹⁹ il n'en demeure pas moins qu'il se trouve en leur cœur une construction technique **qui résulte de choix délibérés de conception, d'architecture et d'ingénierie**. Les services et l'ingénierie sont souvent soumis à des cadres, des normes et des principes juridiques très différents. Dans d'autres secteurs technologiques, certains aspects de la conception ou de l'ingénierie ne sont pas régis principalement par des conditions générales d'utilisation. Cela s'explique par la primauté de l'intérêt public en matière de sécurité et de qualité qui prévaut sur les conditions pouvant être fixées dans le contrat privé. Pour aborder les différentes réglementations applicables aux réseaux sociaux, il est important de ne pas perdre de vue cette réalité fondamentale : **les plateformes sont autant des services que des constructions techniques.**²⁰⁰

La réglementation d'autres domaines technologiques se concentre sur le maintien d'un **ensemble commun de normes techniques qui informent les ingénieurs des attentes du public en matière de sécurité et de qualité**. Ces normes sont souvent très techniques, rédigées par des experts du domaine travaillant pour des organismes de réglementation, et **exigent des résultats spécifiques à des tests prédéfinis que les produits doivent réussir avant de pouvoir être commercialisés**. Dans l'industrie, **ces normes sont utilisées par les ingénieurs pour guider leur travail afin de dépasser un seuil attendu de sécurité et de qualité**. Cependant, il n'existe pas de « code de conception » de ce type pour les plateformes numériques, ce qui conduit à un manque d'exigences substantielles en termes d'atténuation des risques ou de conception sécurisée. Pendant le processus ordinaire de développement d'un logiciel, il y a rarement voir pas d'interaction avec des responsables chargés de la protection de l'intérêt public.

198 Propositions de la section 1 de Christopher Wylie, lanceur d'alerte de Cambridge Analytica et membre du comité de pilotage du groupe de travail sur les infodémies.

199 Voir, plus généralement, le témoignage de Mark Zuckerberg à la commission judiciaire des Etats-Unis, le 10 avril 2018.

200 Lorsque l'on examine les normes dans le domaine du développement de logiciels, il est clair que la profession comprend la nature fondamentale de son travail comme étant la conception et la construction. Depuis les titres mêmes d'« ingénieur » et d'« architecte » jusqu'aux concepts logiciels de base tels que les « blocs de construction », les « passerelles », « passerelles », « usines », « ports », « encapsulation », « façades », « filtres » et « enveloppes », il existe un langage commun d'architecture et d'ingénierie qui prolifère dans le secteur du logiciel.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > Explorer et développer une nouvelle approche réglementaire de l'architecture numérique et de l'ingénierie logicielle dans la régulation des fournisseurs de services en ligne.
- > Collaborer avec des experts techniques pour concevoir des codes de conception numérique pour les réseaux sociaux et autres biens communs numériques.
- > Développer des tests spécifiques et quantifiables²⁰¹ ou des normes techniques de sécurité et de qualité que les produits numériques doivent passer à leur phase de développement d'assurance qualité (AQ), avant leur lancement public.

1.1.a RÉORIENTER L'INGÉNIERIE LOGICIELLE VERS LA PRÉVENTION DES DOMMAGES

De manière générale dans l'industrie, les codes de construction sont orientés vers l'atténuation des risques et la prévention des dommages et dans ce cadre le principe de précaution est primordial. En effet, dans ces cas, l'intérêt public est sauvegardé non seulement grâce aux normes réglementaires, mais aussi par des inspections d'autorités techniquement compétentes avant tout lancement public. Sur cette base, l'ingénieur n'est pas légalement autorisé à construire à sa seule convenance. Au contraire, son travail doit être inspecté par un tiers. **Dans le cas de l'ingénierie civile, il n'existe pas de « conditions générales d'utilisation » privées qui peuvent déroger à la présomption de sécurité du public.**

De la même manière que des tests de sécurité incendie sont effectués avant l'ouverture d'un bâtiment au public, un « code de conception numérique » permettrait une évolution vers la prévention des dommages par le biais de tests avant l'ouverture au public.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Explorer la possibilité d'imposer des normes minimales de sécurité et de qualité basées sur le principe de précaution.** Cela permettrait de faire évoluer la démarche des concepteurs, développeurs et ingénieurs pour qu'ils tiennent compte des risques de manière préventive dès les premières étapes du développement du produit. Cela permettrait également aux professionnels des logiciels de jouer un rôle plus proactif pour résister aux pressions commerciales problématiques les incitant à développer des « interfaces truquées » ou « pièges à utilisateurs », notion plus connue sous son nom anglais de *dark patterns*²⁰² et qui désigne la situation où la conception de l'interface utilisateur porte atteinte au choix ou à la vie privée de l'utilisateur.

201 Un test falsifiable est un test auquel il est possible de répondre clairement par oui ou par non. Par exemple : « Lorsqu'il est appliqué à un ensemble test d'utilisateurs divers, y a-t-il des effets statistiques observés découlant des décisions de l'algorithme entraîné qui pourraient désavantager matériellement un utilisateur sur la base d'une catégorie protégée, comme le sexe ou la race ? ».

202 Les *dark patterns* désignent la conception d'expériences utilisateur trompeuses qui sont mises en œuvre pour confondre, manipuler, distraire ou frustrer un utilisateur afin qu'il se comporte sur un site internet d'une manière différente de celle qu'il adopterait autrement. Selon darkpatterns.org, un site de documentation sur le sujet, voici quelques exemples de tactiques courantes : le « motel à cafards » (où il est facile d'accepter une fonctionnalité, mais où il est difficile de revenir dessus), le « *Privacy Zuckering* » (où un site incite un utilisateur à partager involontairement des informations privées), la « mauvaise direction » (lorsque l'interface détourne l'attention de l'utilisateur vers la réalisation d'une fonctionnalité non désirée), et le « *Confirm Shaming* » (lorsque la formulation du refus d'une option est conçue de manière à dénigrer l'utilisateur pour qu'il l'accepte).

1.1.b RESPECT DES CHOIX DÈS LA CONCEPTION

Le fait que les plateformes aient très fréquemment recours à des termes et conditions attrape-tout repose sur un modèle de choix rationnel de prise de décision en matière d'accessibilité de l'information, autrement appelé en anglais *privacy pragmatism*, selon lequel les utilisateurs sont censés trouver un équilibre entre leurs préférences en matière de protection de la vie privée et leur désir d'utiliser une plateforme²⁰³. Cependant, un courant de recherche grandissant conteste cette hypothèse de rationalité dans le comportement des utilisateurs.²⁰⁴ Dans son livre *Mindf*ck*,²⁰⁵ le lanceur d'alerte et *data scientist* Christopher Wylie, qui a révélé le scandale *Cambridge Analytica*, affirme que les plateformes ne sont pas toujours des intermédiaires honnêtes qui s'appuient sur un format standard de conditions d'utilisation : « La vie privée est trop souvent évincée par un simple clic pour « accepter » un ensemble indéchiffrable de termes et de conditions générales. Ce prétendu consentement a permis aux grandes plateformes technologiques de défendre continuellement leurs pratiques manipulatrices au travers de la notion fallacieuse de « choix du consommateur ». Cela évacue de notre cadre de pensée sur la conception - et de celui des concepteurs - les architectures défectueuses, pour se concentrer inutilement sur l'activité d'utilisateurs qui n'ont pas la compréhension ou le contrôle de la conception du système. »

En s'appuyant sur la confusion, la tromperie ou la manipulation juste pour atteindre l'accord de l'utilisateur, les *dark patterns* sont fondamentalement incompatibles avec toute obligation substantielle relative à un consentement éclairé ou à la mise en œuvre d'une véritable liberté de choix en ligne de la part du consommateur, estime Wylie.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > Envisager la restriction ou l'interdiction des architectures constituant des *dark patterns* sur les plateformes numériques.
- > **Envisager la création d'un nouveau principe juridique de « respect des choix dès la conception » (*agency by design*).**²⁰⁶ Le respect des choix dès la conception implique que la conception ait une action proactive dans la capacité de choix des utilisateurs. Des tests réglementaires pourraient être créés pour donner forme à ce principe. La conception pourrait être analysée à travers les prismes de l'attente raisonnable (par ex. si un client moyen comprend et s'attend raisonnablement aux résultats holistiques d'une fonctionnalité, d'une application ou d'une option donnée) ou de la proportionnalité des effets (par ex. si les effets d'une fonctionnalité, d'une application ou d'une option donnée sont proportionnés aux intérêts légitimes de l'utilisateur, dont sa liberté de choix et la protection de sa vie privée).

203 Draper, N. (2017). From Privacy Pragmatist to Privacy Resigned: Challenging Narratives of Rational Choice in Digital Privacy Debates. *Policy & Internet*. Volume 9, Issue 2

204 Keys, D. & Schwartz, B. (2007). 'Leaky' Rationality: How Research on Behavioral Decision Making Challenges Normative Standards of Rationality. *Perspectives on Psychological Science*. Volume 2, Issue 2.

205 Wylie, C. (2019). *Mindf*ck* – Cambridge Analytica and the Plot to Break America. New York: Random House

206 Ce principe, connu en anglais sous le nom *agency by design*, s'inspire du principe canadien et européen de « *privacy by design* », qui a repositionné le respect de la vie privée comme une exigence pratique de conception. Voir : Cavoukian, Ann. (août 2009). *Privacy by Design: The 7 Foundational Principles*. Office of Information and Privacy, Commissioner of Ontario. août 2009.

1.1.c RESTRICTIONS STATUTAIRE POUR LES INFLUENCES INDUES DES ALGORITHMES

Lorsque les algorithmes d'auto-apprentissage sont couplés à de vastes quantités de données personnelles, les plateformes bénéficient d'importantes asymétries d'information. Ces asymétries ont conduit à un déséquilibre brutal dans la relation utilisateur/plateforme. Ce déséquilibre n'est pas simplement présent dans la publicité ciblée, mais dans tout l'écosystème informationnel, comme les fils d'actualité, les *timelines* et les groupes. Résultat : les utilisateurs peuvent être influencés pour prendre des décisions qu'ils n'auraient peut-être pas prises autrement.

Malgré la diversité des nombreux scénarios de risques qui existent, les dommages engendrés par les algorithmes ont pour caractéristique commune d'exercer une influence déloyale sur la capacité d'une personne à faire des choix éclairés. C'est le cas de la désinformation (par exemple, les conspirations anti-vaccins) et dans certains cas de biais algorithmiques (par exemple, les algorithmes occultant les annonces immobilières des minorités ethniques). **Le préjudice causé à l'utilisateur dans ces scénarios est issu d'un déni de choix, c'est-à-dire de la privation à l'utilisateur de sa capacité à exercer sa liberté de pensée. Bien que l'utilisateur fasse toujours des choix, ses décisions découlent en fait d'une appréhension de la situation qui peut souffrir de mauvaises conceptions promues par les algorithmes d'une plateforme au détriment de la réalité.** Cela peut engendrer des choix individuels qui ne seraient pas produits sans l'intervention biaisée d'un algorithme amplifiant ou retenant certaines informations sur la base de paramètres d'engagement définis par les choix de conception ou d'ingénierie des plateformes.

Un utilisateur risque de devenir vulnérable lorsqu'il fait de mauvais choix qu'il n'aurait pas faits sans l'intervention d'un algorithme. Dans de tels cas, les utilisateurs peuvent subir un désavantage manifeste du fait des actions qui s'ensuivent et qui peuvent être attribuées aux effets dominants des algorithmes d'une plateforme sociale. **Dans d'autres domaines du droit, il existe une doctrine établie sur l'influence indue.** Si les spécificités varient d'un système juridique à l'autre, **on parle d'influence indue lorsque l'influence d'une partie sur une autre est si disproportionnée, puissante ou maligne qu'elle remet en question la validité des décisions ou du consentement de l'autre partie.** L'effet disproportionné que l'intelligence artificielle à grande échelle peut avoir sur l'exercice des choix individuels est analogue et constitue une menace pour l'exercice de la liberté de choix individuelle.

L'impact délétère de l'amplification algorithmique de la désinformation liée au COVID-19 a déjà été constaté, et il existe des cas documentés où des personnes ont pris des risques sérieux pour elles-mêmes et pour d'autres à la suite de théories de conspiration trompeuses qui leur ont été présentées sur des réseaux sociaux. La loi devrait considérer ces personnes comme des victimes qui se sont fiées à une plateforme conçue de manière dangereuse, qui les a exposées à des informations manipulatrices ayant entraîné un préjudice grave.²⁰⁷



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

> Envisager la création d'une doctrine sur « l'influence indue des algorithmes »: des constructions juridiques déjà établies et connues pourraient être adaptées pour répondre aux nouveaux préjudices découlant de l'émergence de l'intelligence artificielle.

²⁰⁷ Il existe une telle jurisprudence dans d'autres domaines du droit de la consommation où, par exemple, les annonceurs trompeurs sont responsables des préjudices subis par les consommateurs qui se fient à des informations trompeuses.

> Former des groupes de travail composés d'ingénieurs spécialisés dans l'apprentissage automatique (en anglais *machine learning*) et de juristes afin d'adapter et explorer davantage ce concept aux systèmes juridiques nationaux.

1.1.d FAUTE PROFESSIONNELLE EN CAS DE CONCEPTION MANIFESTEMENT NÉGLIGENTE DE LOGICIEL

Les préjudices subis sur les réseaux sociaux sont souvent le résultat d'un manque de diligence ou de considération sur la manière dont le choix de leur architecture peut exposer le public à des risques. Et ce, malgré le fait qu'il existe des risques largement connus, documentés et prévisibles liés à des architectures sociales mal construites et dépourvues de mécanismes de sécurité.²⁰⁸ Il devrait y avoir un recours juridique pour ces préjudices qui peuvent être très sévères.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

> **Explorer la création d'une responsabilité légale pour « mauvaises pratiques liées aux logiciels »** dans les cas où il peut être démontré que les choix d'ingénierie ou de conception de l'architecture d'une plateforme ont créé des risques manifestes et prévisibles de préjudice. Reformuler la responsabilité en termes de « mauvaises pratiques liées aux logiciels » permettra également aux États de lutter contre les préjudices manifestes en ligne sans pour autant s'engager nécessairement dans des débats complexes sur la liberté d'expression ou la responsabilité du contenu généré par l'utilisateur.²⁰⁹ Au contraire, **un tel modèle de responsabilité pour faute logicielle se concentrerait uniquement sur la question de savoir si des normes de conception spécifiques ont été respectées et si des mesures appropriées d'atténuation des risques ont été prises en temps voulu.**²¹⁰ Cela permettrait aux régulateurs de déterminer et de traiter de manière préventive les préjudices tangibles en ligne, tout en équilibrant les besoins de l'industrie en matière de clarté réglementaire et pour éviter une escalade de leur responsabilité théorique pour les actions de chaque utilisateur.

1.1.e LA DÉSÉGRÉGATION DES BIENS COMMUNS NUMÉRIQUES

Les réseaux sociaux se décrivent souvent à travers la terminologie des « communautés ». En structurant l'espace mondial de l'information et de la communication, les plateformes endossent aussi, indirectement, un rôle proche de celui des urbanistes. Cependant, elles le font sans aucune obligation équivalente en

208 Par exemple : l'incitation à la haine, à la violence raciale ou religieuse, la désinformation en matière de santé publique, la cyber-propagande soutenue par l'État et la désinformation politique.

209 Par exemple, le célèbre débat sur la « Section 230 ».

210 Pour utiliser une analogie physique, en cas d'incendie criminel, un architecte ou un propriétaire de bâtiment ne sont pas responsables des actions directes d'un incendiaire criminel. Toutefois, ils seraient responsables s'ils n'avaient pas installé le nombre minimum d'issues de secours prévu par le code du bâtiment et si des personnes étaient blessées parce qu'il était difficile de s'échapper.

matière de sécurité publique. Certains des préjudices les plus insidieux causés par les réseaux sociaux et qui ont été documentés proviennent du regroupement algorithmique des utilisateurs dans des groupes homogènes au sein desquels ils ne reçoivent que des contenus filtrés et ne communiquent qu'avec d'autres utilisateurs de ces mêmes groupes. Dans ce processus, les algorithmes des fils d'actualité et les moteurs de recherche « sélectionnent » des informations qui renforcent les préjugés et biais, ce qui a été analysé comme un facteur de la fragmentation grandissante du débat public.²¹¹ Il existe également des preuves que les algorithmes des réseaux sociaux ont contribué à la radicalisation et à l'extrémisme en ligne.²¹²

Bien qu'il soit désigné par l'industrie sous le terme en apparence inoffensif de « bulles de filtrage », cet effet pourrait également être décrit comme une forme de ségrégation. Dans son livre, Christopher Wylie affirme que : « **Nous assistons à une ségrégation cognitive, où les gens existent dans leurs propres ghettos informationnels. Nous assistons à la ségrégation de nos réalités. Si Facebook est une « communauté », c'est une communauté fermée.** » L'expérience partagée est la base fondamentale de la solidarité entre les citoyens dans une démocratie pluraliste moderne, et l'histoire du mouvement des droits civiques est, en partie, celle qui veut permettre aux citoyens de se retrouver dans un espace ensemble : être dans la même salle de cinéma, utiliser le même lavabo ou les mêmes toilettes. »²¹³ **Créer des biens communs numériques partagés sans aucune ségrégation devrait être un objectif de la régulation du numérique.** Dans de nombreux pays, il est illégal pour les architectes ou les urbanistes de développer des bâtiments ou des quartiers faisant l'objet d'une ségrégation raciale ou religieuse. Le préjudice substantiel causé par la ségrégation cognitive en ligne est analogue à la ségrégation civile et à la ghettoïsation.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- >> **Envisager d'appliquer aux biens communs numériques des principes juridiques équivalents à ceux visant à lutter contre la ségrégation**, y compris l'interdiction du « *redlining* » ou cartographie numérique, par lequel les plateformes autorisent des groupes ou des annonceurs à empêcher des groupes raciaux ou religieux particuliers d'accéder à leurs contenus
- > Créer des critères juridiques mesurant l'impact final de la conception des plateformes sur les inégalités raciales et l'équité réelle, indépendamment de l'intention initiale de leur conception.
- > Créer des normes spécifiques et des obligations de conformité à des critères concernant les biais algorithmiques.

211 Sîrbu, A., D. Pedreschi, F. Giannotti, & J. Kertész. (2019). Algorithmic Bias Amplifies Opinion Fragmentation and Polarization: A Bounded Confidence Model. PLOS One. Consulté sur <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0213246> (Consulté le 21 octobre 2020).

212 Sonnemaker, T. (2020). Facebook Reportedly Had Evidence That its Algorithms Were Dividing People, But Top Executives Killed or Weakened Proposed Solutions. Business Insider. Consulté sur <https://www.businessinsider.fr/us/facebook-knew-algorithmsdivided-users-execs-killed-fixes-report-2020-5#> (Consulté le 21 octobre 2020)

213 Sîrbu, A., D. Pedreschi, F. Giannotti, & J. Kertész. (2019). Algorithmic Bias Amplifies Opinion Fragmentation and Polarization: A Bounded Confidence Model. PLOS One. Consulté sur <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0213246> (Consulté le 21 octobre 2020).

1.2. AUDITS RÉGLEMENTAIRES DE SÉCURITÉ ET CONTRÔLE QUALITÉ

Dans d'autres domaines de l'ingénierie, **la conformité aux normes de sécurité peut souvent être prouvée ou réfutée par un régulateur à l'aide de tests observables, car les exigences sont définies en détail et vérifiables.** Dans le domaine de l'ingénierie logicielle, il est déjà courant d'intégrer des tests d'assurance qualité (AQ) pour vérifier les performances du code avant sa mise en service. Un code de construction numérique pourrait s'appuyer sur cette pratique existante d'AQ et demanderait que le développeur fasse en plus un ensemble de tests standardisés pendant la phase d'assurance qualité du développement logiciel. Cela imposerait non seulement de meilleures pratiques d'atténuation des risques à l'étape de développement, c'est-à-dire avant sa mise en service, mais aussi de meilleures pratiques de gestion des risques juridiques étant donné que si les tests ont été réussis, le produit aura été jugé suffisamment sûr pour être officiellement mis en service. Cette réglementation ne saurait être trop contraignante pour les plateformes. Des cas de tests bien formulés, détaillés avec une réglementation technique, pourraient aider les plateformes à remplir leurs obligations avec clarté et confiance. Il y a une multitude de domaines pour lesquels des normes minimales pourraient être définies.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > Dans le cadre d'un code de conception numérique, **définir spécifiquement les risques qui doivent être atténués**, et comment les fournisseurs de services en ligne peuvent assurer une conformité minimale grâce à des tests prédéfinis qui peuvent être mis en œuvre dans les étapes d'assurance qualité (AQ) du développement de logiciels.
- > Envisager d'obliger les fournisseurs de services en ligne à déployer des algorithmes de recommandation dans des « bacs à sable virtuels »²¹⁴ (*virtual sandbox*) afin de les soumettre à des tests de qualité et de sécurité, en amont de leur mise en service auprès du public. Ces tests pourraient analyser les biais potentiels des algorithmes envers la désinformation ou l'amplification de la haine raciale.
- > Envisager de soumettre les plateformes à des « tests d'abusabilité » (*abusability testing*) pour leurs nouvelles fonctionnalités²¹⁵, en plus de la pratique déjà standardisée des tests d'utilisabilité.
- > Pour plus de clarté, le code de conception numérique devrait préciser ce que les environnements de « bacs à sable » doivent contenir, quels tests quantifiables doivent être effectués, comment les réaliser et les documenter, et quel résultat minimum doit être atteint pour les réussir.

214 Les « bacs à sable virtuels », *virtual sandbox* en anglais, sont utilisés dans le développement de logiciels pour tester le fonctionnement du code et les comportements d'un algorithme dans un environnement simulé. Cela permet à un développeur d'identifier des failles ou des vulnérabilités dans un environnement isolé sans porter atteinte à l'intégrité d'un réseau ou d'un site réel. À titre d'information, il existe quelques exemples de cas où les régulateurs nationaux ont commencé à travailler aux côtés de l'industrie avec des environnements de type « bac à sable », comme le programme Sandbox de l'Information Commissioner au Royaume-Uni.

215 Ce concept élargirait la pratique courante de développement de logiciels qu'est le test d'utilisabilité, où le comportement de l'utilisateur sur l'interface est étudié par les développeurs s'intéressant à l'expérience utilisateur pour améliorer la fonctionnalité. Il identifierait plutôt si et comment une fonctionnalité pourrait être utilisée à de mauvaises fins par les utilisateurs. Concernant les réseaux sociaux, il s'agirait notamment de tentatives proactives de manipulation ou d'affaiblissement des fonctionnalités d'un site ou du comportement d'un algorithme par les utilisateurs afin d'identifier les vulnérabilités, les risques et les conséquences involontaires que cela pourrait avoir.

1.3. UNE RÉGULATION *BOTTOM-UP* AVEC DES CODES DE CONDUITE PROFESSIONNELS POUR LES INGÉNIEURS LOGICIEL

Une grande partie du débat autour des réseaux sociaux est centrée sur la régulation des entreprises, mais il ne faut pas oublier que leur logiciel sous-jacent est conçu et réalisé par des ingénieurs logiciel professionnels.

Dans son livre, Christopher Wylie affirme que : « De tous les types de réglementation possibles, **un code réglementaire pour les ingénieurs logiciel est probablement celui qui empêcherait le plus de dommages**, car il obligerait les constructeurs eux-mêmes à réfléchir à leur travail, avant que quoi que ce soit ne soit mis en service, et à ne pas fuir leur responsabilité morale en exécutant simplement les ordres. La technologie est souvent l'incarnation de nos valeurs, il est ainsi vital d'y inculquer une culture de l'éthique si nous devons, en tant que société, dépendre de plus en plus des créations des ingénieurs logiciel. S'ils sont tenus correctement responsables, les ingénieurs logiciel pourraient devenir notre meilleure ligne de défense contre les futurs abus de la technologie. Et, en tant qu'ingénieurs logiciel, nous devrions tous aspirer à gagner la confiance du public dans notre travail alors que nous construisons les nouvelles architectures de nos sociétés. »²¹⁶

Dans d'autres secteurs, la responsabilité pour la conception définit les normes de diligence qui doivent être appliquées par le concepteur ou l'architecte. De nombreux systèmes juridiques exigent qu'un ingénieur ou un architecte conçoive ses constructions avec un minimum de compétences et de vigilance. Cette responsabilité peut être réduite dans certains cas où les conceptions sont des technologies très récentes. Cependant, il existe des jurisprudences où les tribunaux ont estimé que même si une conception ou une technologie est « au-delà des frontières de la connaissance professionnelle, il incombe toujours à ce moment-là au concepteur d'exercer un très haut degré de vigilance ». ²¹⁷ L'objectif avec la création d'un code de déontologie pour les ingénieurs logiciel serait **d'ajouter à la réglementation un effet *bottom-up* indispensable**. Trop souvent, les ingénieurs ne se sentent pas habilités à mettre au défi leur employeur d'intégrer des pratiques plus éthiques dans la conception des logiciels, et un tel code professionnel canaliserait des frictions saines au sein des entreprises du numérique.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > Envisager la création d'**un code de conduite déontologique pour les ingénieurs logiciel, adossé à un organisme de réglementation professionnel**. Ce code devrait définir des obligations spécifiques, notamment le devoir de refuser et de signaler les négligences lorsqu'il existe des risques manifestes pour le public. Le code devrait non seulement prévoir des sanctions professionnelles en cas de faute professionnelle dans le domaine des logiciels, mais aussi encourager les ingénieurs professionnels à jouer un rôle plus proactif dans la prise en compte de l'intérêt public

216 Wylie, C., op. cit.

217 Voir, Independent Broadcasting Authority v EMI Electronics and BICC Construction Ltd [1980] 14 BLR 1

1.4. MISE EN ŒUVRE DES NORMES NUMÉRIQUES PAR UNE AGENCE PUBLIQUE D'APPLICATION

Il est souvent dit que « le droit ne peut pas suivre le rythme de la technologie ». Mais, ce n'est pas parce qu'une technologie est complexe ou évolue rapidement qu'il n'existe pas de moyens de créer efficacement des règles pour protéger l'intérêt public. Christopher Wylie note que : « Les entreprises technologiques ne devraient pas être autorisées à 'aller vite et [à] casser des choses'²¹⁸. Les routes ont des limites de vitesse pour une raison : ralentir les choses pour la sécurité des personnes. Un laboratoire pharmaceutique ou une entreprise aérospatiale ne peut pas mettre de nouvelles innovations sur le marché sans satisfaire des standards de sécurité et d'efficacité, alors pourquoi les systèmes numériques devraient-ils être mis sur le marché sans aucun contrôle ? »

Dans d'autres domaines techniques, la responsabilité est déléguée à des régulateurs techniquement compétents, précisément parce qu'il est difficile pour des parlementaires non spécialisés de suivre ces innovations. Dans de nombreux autres secteurs, notamment les domaines techniquement complexes que sont la recherche pharmaceutique, les infrastructures de télécommunications ou l'ingénierie nucléaire, les gouvernements ont créé des organes réglementaires habilités à élaborer des réglementations techniques, à inspecter le travail ou les produits des entreprises et à émettre des ordres d'exécution lorsque les normes minimales ne sont pas respectées.

Des règles sans garantie de leur application sont impuissantes. Tout cadre réglementaire doit tenir compte non seulement des règles à créer, mais aussi de ceux qui sont chargés de garantir leur application. Même si certaines juridictions, comme celles des États membres de l'Union européenne, ont créé des organes de régulation pour la protection des données, ce cadre s'est limité de lui-même car il ne s'intéresse pas à l'éventail plus large des risques que représentent les plateformes numériques au-delà des menaces pour la vie privée.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Envisager la création d'une « Agence d'application des normes numériques »** dotée d'une compétence réglementaire large, c'est-à-dire portant sur le secteur numérique dans son ensemble. À l'instar des régulateurs techniques d'autres secteurs, cette agence pourrait être dotée des pouvoirs suivants:
 - ◆ **Identifier et définir les préjudices et les risques pour la sécurité dans le contexte numérique ;**
 - ◆ **Rédiger, maintenir et mettre à jour les standards minimales de conception et d'architecture ;**
 - ◆ **Faire appliquer les standards professionnelles en matière d'ingénierie logicielle ;**
 - ◆ Enquêter sur les plaintes des utilisateurs et inspecter les entreprises technologiques ;
 - ◆ Émettre des ordres d'exécution en cas de non-conformité ; et
 - ◆ Poursuivre les contrevenants qui persistent à ne pas respecter les règles.

- > Le Forum sur l'information et la démocratie pourrait lancer une étude de faisabilité sur la mise en place d'une telle agence.

218 Il s'agit d'une référence à une expression commune dans les entreprises technologiques de la Silicon Valley en anglais : « move fast and break things ». Voir chapitre 1 sur l'évaluation obligatoire de l'impact sur les droits humains

2. PROMOUVOIR LES INFORMATIONS FIABLES

2.1. INTERDIRE LES CONFLITS D'INTÉRÊTS

Les fournisseurs de services en ligne doivent être soumis à une obligation de neutralité par rapport à leurs propres intérêts. Ils doivent être tenus de représenter la réalité avec sincérité, c'est-à-dire qu'ils ne doivent pas limiter sa représentation aux contenus, biens ou services avec lesquels ils entretiennent un intérêt. De plus, ils ne devraient pas pour cette raison favoriser ou défavoriser des contenus, biens et services.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Envisager d'imposer aux fournisseurs de services en ligne un ensemble d'obligations de neutralité à l'égard de leurs propres intérêts (voir ci-dessus).** Ces obligations devraient inclure les éléments suivants :
 - ◆ Lorsque les fournisseurs de services en ligne mettent en avant un contenu, un bien ou un service, ils doivent être tenus d'indiquer clairement les intérêts contractuels ou commerciaux qu'ils entretiennent avec eux. Ils doivent également faire référence à d'autres contenus, biens ou services.
 - ◆ Les fournisseurs de services en ligne ne devraient pas pouvoir promouvoir les intérêts commerciaux auxquels ils sont liés sans transparence claire.
 - ◆ La promotion des contenus, biens ou services auxquels ils sont liés (contractuellement ou commercialement) ne doit pas empêcher, limiter ou même influencer le référencement d'autres contenus, biens ou services.
 - ◆ Toute situation de conflit d'intérêt, c'est-à-dire tout manquement à cette obligation de neutralité et de transparence vis-à-vis de leurs intérêts, doit être l'objet de sanctions.



RECOMMANDATIONS AUX FOURNISSEURS DE SERVICES

- > **Mettre en œuvre leurs obligations de transparence pour permettre à l'autorité de régulation indépendante de vérifier le respect de l'obligation de neutralité** (voir le chapitre 1 sur les exigences de transparence pour les fournisseurs de services en ligne).

2.2. IDENTIFIER LES SOURCES D'INFORMATION FIABLES

Une approche structurelle visant à renforcer la fiabilité de l'information peut être suivie en **promouvant l'information qui a été produite conformément à un ensemble de bonnes pratiques et de normes éthiques acceptées au niveau international. Le journalisme d'intérêt public qui respecte des normes professionnelles et éthiques pourrait être considéré comme une source d'information fiable.** Une telle approche aiderait les consommateurs et les citoyens, les annonceurs, les distributeurs et les régulateurs à identifier et à récompenser les contenus dignes de confiance.²¹⁹



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Coopérer avec les initiatives existantes pour créer des instruments permettant d'assurer la fiabilité de l'information.** Ces instruments doivent générer des signaux lisibles par machines pour éclairer les décisions humaines et algorithmiques en matière de distribution et de consommation de contenu.²²⁰



RECOMMANDATIONS À LA **COMMUNAUTÉ JOURNALISTIQUE**

- > Participer à l'établissement de critères de référence unifiés sur la base des meilleures pratiques et des normes éthiques adoptées au niveau international.
- > Ces normes doivent s'appuyer sur des données, c'est-à-dire que les clauses des normes doivent être lisibles par machines afin d'offrir des informations pour la prise de décisions humaines et algorithmiques dans la distribution et la consommation de contenu.
- > **Ces normes techniques doivent répondre à deux garanties²²¹ :**
 - ◆ **(1) Légitimité :** Les producteurs de contenus journalistiques d'intérêt public peuvent être identifiés par le biais de normes volontaires et autorégulatrices, dont la source, la gouvernance et l'application sont transparentes. Ces normes doivent être basées sur les meilleures pratiques et les normes éthiques internationalement reconnues afin de servir de critères légitimes dans le cadre de l'obligation de bonne visibilité, comme définies dans la partie 2.3 de ce chapitre. L'application de ces normes techniques doit être attribuée et rendue publique par et à toutes les parties concernées.
 - ◆ **(2) Neutralité :** Les normes techniques d'application doivent être publiquement accessibles à toute partie intéressée (entités de conformité et fournisseurs de services, consommateurs ou utilisateurs, autorités publiques, etc.) En ce qui concerne l'évaluation de la conformité, les normes doivent être neutres, de sorte qu'elles

219 Contribution de Reporters sans frontières (RSF) à ce groupe de travail.

220 Steenfadt, O. (2020). Sustaining Journalism During COVID-19, How the EU Can Turn Digital Platform Regulation Into a Tool for Democracy. Friedrich-Ebert-Stiftung.

Consulté sur <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/budapest/16406.pdf> (Consulté le 2 octobre 2020).

221 Steenfadt, O., E. Mazzoli, & S. Luca. (2020). Ensuring The Visibility and Sustainability of Reliable, Accurate Information in the Online Sphere Through Voluntary Standards – A Co-Regulatory Approach (Consulté le 2 octobre 2020).

Il définit deux garanties principales formulées ci-contre.

ne prescrivent aucune méthode particulière d'évaluation de la conformité (c'est-à-dire l'autodéclaration, la vérification par l'acheteur ou le testi/la certification par un organisme indépendant conformément à l'accréditation existante).

Une telle approche a déjà été initiée par la Journalism Trust Initiative (JTI),²²² un processus collaboratif de standardisation visant à encourager le respect de l'éthique et des méthodes journalistiques et à renforcer le droit à l'information en promouvant les contenus en ligne produits conformément à ces principes. Le processus a été lancé sous l'égide du Comité européen de normalisation (CEN) pour rédiger un *workshop agreement*. Plus de 120 entités ont collaboré à sa rédaction, dont des agences de presse, des syndicats de médias, des groupes de consommateurs et des fournisseurs de services en ligne. La « norme » européenne JTI a été officiellement publiée le 19 décembre 2019 sous la forme d'un « workshop agreement CEN ».²²³

Une fois le standard publié et adopté, il peut être utilisé de différentes manières par différentes parties prenantes :

- ◆ les fournisseurs de services en ligne peuvent utiliser ce critère pour promouvoir les sources qui y sont conformes ;
- ◆ les annonceurs peuvent s'en servir pour orienter leurs dépenses, et ainsi renforcer la sécurité de la marque ;
- ◆ les régulateurs et les gouvernements peuvent l'utiliser comme un mécanisme normatif pour allouer des subventions (y compris les aides liées au Covid-19) aux médias éligibles ;
- ◆ les acteurs du développement des médias et les donateurs peuvent l'utiliser comme un outil d'évaluation des partenaires et des bénéficiaires, mais aussi pour le renforcement des capacités dans le domaine de la confiance, de la gouvernance et des systèmes de gestion des médias.

Les prochaines étapes de mise en oeuvre de cette norme consistent en deux niveaux :

- ◆ **L'auto-évaluation** : les médias peuvent volontairement et de manière proactive dévoiler leur identité et leur fonctionnement interne afin de renforcer la confiance qui leur est accordée en leur propre intérêt. Même s'il n'y a pas d'audit, cela constituerait déjà une avancée majeure en termes de transparence et de promotion de l'éducation aux médias et à l'information.
- ◆ **L'évaluation de conformité** : un audit des auto-évaluations par un tiers de confiance pour obtenir la reconnaissance de conformité.

2.3. PRENDRE EN COMPTE LA FIABILITÉ DANS LES ALGORITHMES

De la même manière que les règles de « *must-carry* » obligent les câblo-opérateurs à diffuser des chaînes de télévision locales pour qu'elles ne perdent pas de parts de marché, les législateurs pourraient créer une obligation pour les fournisseurs de services en ligne de mettre en œuvre de mécanismes visant à mettre en avant les sources d'information conformes aux normes d'autorégulation professionnelle et

222 Le processus a été lancé par Reporters sans frontières (RSF) sous l'égide du Comité européen de normalisation (CEN), avec l'aide de l'AFNOR, membre français du CEN, et du DIN, membre allemand du CEN, et en partenariat avec l'Agence France-Presse (AFP) et l'Union européenne de radio-télévision (EBU), afin de rédiger un « accord d'atelier ». Plus de 120 entités ont collaboré à la rédaction de cet accord, notamment des agences de presse (telles que l'Associated Press, DPA et EFE), des médias audiovisuels (tels que la BBC, RTL et France TV), des syndicats de médias (les fédérations de journalistes à Taiwan et en Corée du Sud), des groupes de consommateurs (le Bureau européen des unions de consommateurs) et des groupes technologiques (tels que le World Wide Web. Google et Facebook y ont participé, tout comme de nombreux organes de régulation de pays européens.

223 L'atelier CEN sur la Journalism Trust Initiative a publié son CWA 17493. (2019). Consulté sur <https://www.cen.eu/News/Workshops/Pages/WS-2019-018.aspx> (Consulté le 2 octobre 2020).

éthique standardisées (« *must-be-found* »), afin de leur accorder un traitement préférentiel en termes de hiérarchisation de contenus, et plus particulièrement de promotion et de visibilité dans les fils d'actualité et les résultats de recherche.²²⁴



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Envisager la mise en place d'un cadre de co-régulation pour la promotion du journalisme d'intérêt public, qui prévoirait des obligations juridiques similaires pour les fournisseurs de services en ligne** et qui devrait être stipulé par la loi, tandis que les spécificités de ces normes techniques devraient être déterminées dans un cadre d'autorégulation qui serait mentionné dans la loi.
- > L'adhésion des médias à ces normes techniques doit être volontaire, ne doit pas faire l'objet de discrimination et doit être possible sans limiter abusivement la concurrence.
- > Le cadre de co-régulation devrait concerner les plateformes offrant des services ayant recours à des logiciels qui influencent activement le flux d'informations en ligne entre les producteurs de contenus et les consommateurs, en structurant, sélectionnant et recommandant le contenu. Cette catégorie comprend potentiellement, mais pas exclusivement, les agrégateurs de contenu d'actualité, les moteurs de recherche et les réseaux sociaux.

Les obligations légales du cadre de co-régulation devraient inclure :

- > **(1) Bonne visibilité** : Les fournisseurs de services en ligne qui structurent ou sélectionnent activement le contenu doivent être obligés de garantir une bonne visibilité des contenus journalistiques d'intérêt public sur leurs services. Les services qui répondent à des intérêts particuliers peuvent être exemptés de cette obligation. Les mesures de mise en avant comprennent l'utilisation de normes techniques telles que stipulées dans la partie 1 de ce chapitre - des normes établies de manière participative et transparente afin d'identifier les entités opérant selon les plus hautes normes professionnelles internationalement reconnues, de manière à produire des informations fiables et précises.
- > **(2) Principe d'innocuité** : Les mesures appropriées au titre de cette disposition ne doivent pas être discriminatoires sur la base du contenu ou des opinions. Les fournisseurs de services en ligne ne doivent pas considérer le non-respect ou la non-utilisation des normes techniques permettant d'identifier des sources d'information fiables comme une raison d'exclusion, de déclasser, de rétrograder ou d'affecter activement la visibilité ou la monétisation de contenu de manière négative.
- > **(3) Transparence** : Afin de se conformer à leur obligation de garantir une place prépondérante au journalisme d'intérêt public sur leurs services, les intermédiaires en ligne devraient mettre en place – avec transparence et de manière obligatoire – des mécanismes et des mesures d'indexation pour ce qui est de la découvrabilité et de la visibilité de ces contenus dans les classements de recherche, les fils d'actualité et les produits, et notamment fournir des données et des informations sur les algorithmes

224 Ce cadre de corégulation a été proposé par Steenfadt et al. (2020). op. cit. où ils ont formulé les recommandations ci-dessous à l'intention des législateurs

de hiérarchisation, de personnalisation et de recommandation, ainsi que sur les audits et les plaintes, de manière responsable.

- > **(4) Application et évaluation** : Les autorités de régulation nationales devraient contrôler et évaluer si les mesures adoptées par les fournisseurs de services en ligne dans le cadre de leur obligation de bonne visibilité sont suffisantes pour contribuer au pluralisme et à la diversité sur leurs marchés nationaux respectifs.
 - ◆ Les autorités de régulation nationales devraient s'appuyer sur des mécanismes d'autorégulation et de corégulation tels que les conseils des réseaux sociaux ou les tribunaux spécialisés sur le numérique pour garantir une participation large, ouverte et transparente des parties prenantes dans le processus d'évaluation.
 - ◆ L'autorité de régulation est chargée d'évaluer l'efficacité et l'impact de l'obligation de bonne visibilité définie au paragraphe 1, notamment en rassemblant les informations provenant des autorités nationales de régulation dans un rapport public deux fois par an.
- > **(5) Choix du consommateur** : les utilisateurs individuels doivent toujours avoir la possibilité de se soustraire des mesures destinées à assurer la bonne visibilité du journalisme d'intérêt public et cela doit pouvoir être fait de façon claire et facilement accessible.



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > Coopérer avec les initiatives existantes pour créer des instruments permettant d'obtenir des informations dignes de confiance sur leurs services.
- > Les mesures prises par les plateformes pour promouvoir les nouvelles et les sources d'information faisant autorité devraient être fondées sur des normes basées sur les bonnes pratiques et normes éthiques reconnues au niveau international.
- > Lorsqu'elles intègrent des standards dans leurs mécanismes algorithmiques, les plateformes devraient être transparentes quant à la manière dont elles sont appliquées dans les algorithmes de recommandation. Cela devrait être expliqué de manière proactive dans un langage facilement compréhensible par toutes les personnes concernées.
- > Les plateformes devraient analyser l'efficacité de la mise en œuvre de ces normes techniques dans leurs mécanismes de recommandation algorithmique afin d'éviter des problèmes involontaires qui pourraient découler de leur utilisation.

3. CRÉER DES FRICTIONS

Des exemples récents de rumeurs virales sur le COVID-19 ont montré les défis auxquels sont confrontés les fournisseurs de services en ligne pour contrer la diffusion de certains contenus.²²⁵ **Les fournisseurs de services en ligne améliorent constamment leurs interfaces pour supprimer toute friction, afin d'optimiser l'expérience des utilisateurs et de maximiser le temps qu'ils passent sur leur plateforme. Mais pour lutter contre la désinformation, les fournisseurs de services en ligne envisagent désormais la création de frictions comme un moyen pour empêcher la diffusion de contenus potentiellement peu fiables, pour offrir des informations plus contextualisées aux utilisateurs et pour leur donner les moyens d'agir.**²²⁶

“ Du point de vue du capitalisme de surveillance, toute friction signifie moins de données comportementales, et donc moins de profits. ”

Gelo Gonzales, rédacteur en chef du service technologie de Rappler²²⁷

3.1. CONTEXTUALISER ET LABELLISER

3.1.a CONTEXTUALISER

Les utilisateurs devraient bénéficier de davantage de contexte pour pouvoir mieux traiter les informations. Les fournisseurs de services en ligne ont tendance à présenter toutes les informations de la même manière - malgré la diversité des sources, des relations, de l'histoire ou de la finalité des médiation entre les producteurs et les consommateurs de contenu.²²⁸

Par exemple, l'Institut *Reuters* pour l'étude du journalisme a récemment constaté que 59 % des messages sur Twitter qui ont été classés comme faux par les vérificateurs de faits sont restés affichés sans avertissement, alors que sur Facebook, 24 % du contenu classé comme faux dans un échantillon particulier est resté affiché sans bandeau d'avertissement.²²⁹

225 En mai 2020, malgré les efforts de Facebook et de YouTube, la seule mise en ligne de la vidéo « Plandemic » a obtenu 7,1 millions de vues avant d'être supprimée. Voir, e, Newton, C. (2020). A Plandemic Sequel Goes Viral. The Verge. Consulté sur <https://www.getrevue.co/profile/caseynewton/issues/a-plandemic-sequel-goes-viral-267019> (Consulté le 10 octobre 2020).

En juillet 2020, la promotion d'un mystérieux remède prétendu contre le Covid-19 par le groupe America's Frontline Doctors a atteint 20 millions de vues sur Facebook en moins de 24 heures. Voir Newton, C. (2020). New Ideas for Fighting COVID-19 Misinformation. The Verge. Retrieved from <https://www.getrevue.co/profile/caseynewton/issues/new-ideas-for-fighting-covid-19-misinformation-272134> (Consulté le 9 octobre 2020).

226 En octobre 2020, Twitter a annoncé des mesures supplémentaires pour « ralentir la façon dont les informations circulent sur son réseau, voire modifier certaines de ses fonctionnalités les plus basiques ». Conger, K. (2020). Twitter Will Turn Off Some Features to Fight Election Misinformation. New York Times.

227 Gonzales, G., op. cit.

228 Simpson, E., & A. Conner. (2020). Fighting Coronavirus Misinformation and Disinformation. Center For American Progress. Consulté sur <https://www.americanprogress.org/issues/technology-policy/reports/2020/08/18/488714/fighting-coronavirusmisinformation-disinformation/> (Consulté le 8 octobre 2020).

229 Brennen, S. et al. (2020). Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation. Reuters Institute. Consulté sur <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation> (Consulté le 20 octobre 2020).



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Proposer automatiquement une pluralité de sources d'information ou des centres d'information spécifiques pour des publications sur des sujets liés aux processus électoraux et à la santé.**
- > **Si possible, fournir des informations de contexte sur l'utilisateur qui publie, y compris des détails tels que la localisation, la relation avec le lecteur, la durée de présence sur la plateforme, les affiliations institutionnelles ainsi qu'une vérification de l'expertise dans des domaines clés pour l'intérêt public.²³⁰**
- > Fournir des informations contextuelles sur la source de contenu tiers, telles que les dates de publication du contenu, les sites hôtes, les détails déduits des domaines de premier et de second niveau, et les détails sur la plateforme, ainsi que des informations provenant de programmes de vérification par tierce partie, par exemple si l'URL est fréquemment vérifiée sur une plateforme, ou si les informations hors plateforme proviennent de groupes ayant des processus de vérification solides, tels que Wikipedia.²³¹
- > **Fournir des informations de contexte sur la façon dont le contenu a été partagé ou promu sur le réseau du fournisseur de services en ligne.**
- > Les grandes plateformes de réseaux sociaux devraient dédommager toute entité indépendante dont le travail est utilisé pour contribuer à améliorer la qualité ou fournir des informations de contexte, notamment les organisations de fact checking, Wikipédia et les groupes de médias indépendants - même si la licence permet une utilisation gratuite.²³²
- > **Lorsque des *fact checkers* indépendants déterminent qu'un contenu constitue de la désinformation, les plateformes devraient montrer une correction à chaque utilisateur qui y a été exposé, c'est-à-dire à toute personne qui l'a visionné, a interagi avec ce contenu ou l'a partagé. Cela pourrait réduire de près de moitié la croyance dans les informations fausses et trompeuses.²³³**

3.1.b IDENTIFIER CLAIREMENT LES CONTENUS CIBLÉS

Les utilisateurs ignorent souvent à quel point le contenu qui leur est présenté est ciblé ou sélectionné par le biais d'un profilage algorithmique basé sur leurs données personnelles. Il s'agit pourtant d'un élément de contexte important qui, s'il est rendu plus saillant, pourrait avoir un impact sur la façon dont les utilisateurs interagissent avec une publicité ou un élément de leur fil d'actualité. Certaines plateformes ont commencé à offrir aux utilisateurs des informations de base sur les raisons pour lesquelles des publicités leur sont montrées, mais trop souvent ces informations ne sont pas détaillées et offrent des explications vagues, telles que le fait que l'annonceur voulait atteindre des

230 Simpson, E. & A. Conner. op. cit.

231 Simpson, E. & A. Conner. op. cit.

232 Simpson, E. & A. Conner. op. cit.

233 Contribution d'Avaaz à ce groupe de travail.

utilisateurs « semblables à leurs clients ». Les utilisateurs devraient plutôt avoir le droit de consulter un ensemble complet et détaillé des critères utilisés par les moteurs de recommandation ou les algorithmes de ciblage pour décider de leur montrer du contenu. Cela pourrait également conduire à obliger les plateformes à afficher les scores spécifiques associés à « l'importance des variables » d'un algorithme, afin de mettre en évidence non seulement les caractéristiques de l'utilisateur que l'algorithme utilise, mais également l'importance qui leur est donnée dans un contexte précis.²³⁴



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Rendre public une liste complète et détaillée des critères que les moteurs de recommandation ou les algorithmes de ciblage utilisent pour décider des contenus présentés aux utilisateurs.**

3.1.C IDENTIFIER ET DISTINGUER LES MÉDIAS SOUS CONTRÔLE ÉTATIQUE

Pour tenter de lutter contre la propagande d'État, YouTube²³⁵, Facebook²³⁶ et plus récemment Twitter²³⁷ ont commencé à « étiqueter » les médias qui sont respectivement « financés par l'État », « contrôlés par l'État » et « affiliés à l'État ». Cependant, cette approche présente de nombreux défauts, notamment l'incohérence des critères, leur application arbitraire entre les médias, et un manque de transparence sur leur gouvernance et leur mise en œuvre. Si les définitions diffèrent d'un fournisseur de services en ligne à l'autre, elles excluent souvent les médias contrôlés par des partis politiques (au pouvoir ou dans l'opposition) et des groupes alignés sur des intérêts politiques, économiques et religieux, tout en négligeant les médias régionaux, voire locaux, qui peuvent promouvoir un programme politique et avoir un impact tout aussi fort sur les élections locales. Ils excluent également les incohérences de marque qui pourraient apparaître entre les différentes branches régionales d'un même média.



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > **S'accorder sur une définition commune à l'ensemble du secteur. Cette définition ne doit pas être subjective mais basée sur des critères tangibles, accessibles publiquement et définis en coopération avec la communauté journalistique et la société civile.**
- > **Faire une distinction entre les médias « contrôlés par l'État » et les médias de service public.**

234 En modélisation statistique, le classement par importance des caractéristiques montre la pertinence de chaque variable d'entrée utilisée par un algorithme, y compris le degré d'impact positif ou négatif de cette variable sur la prédiction ou la classification.

235 En février 2018, YouTube a ajouté en plus des publications vidéo individuelles un label d'information pour les « financés par l'État », y compris les médias publics.

Voir, Samek, G. (2018). Greater Transparency for Users Around News Broadcasters. YouTube Official Blog. Consulté sur <https://blog.youtube/news-and-events/greater-transparency-for-users-around?m=1> (Consulté le 2 octobre 2020).

236 En 2019, Facebook a annoncé sa nouvelle politique visant à labelliser les médias « contrôlés par l'État », qui a été mise en œuvre en juin 2020. Les labels peuvent se trouver dans les sections de transparence des pages de profil, et depuis peu, aux États-Unis, les publications apparaissant dans les fils d'actualité sont étiquetées individuellement.

237 En août 2020, Twitter a introduit des labels « affilié à un État » sur les pages de profil et les messages.

> **Être transparent sur :**

- ◆ les critères utilisés pour définir les médias « contrôlés par l'État » ;
- ◆ la gouvernance et la mise en œuvre des critères utilisés ;
- ◆ les effets de l'étiquetage sur la visibilité des médias et leur capacité à faire de la publicité ;
- ◆ la liste des médias labellisés.

> **Signaler les comptes de médias lorsqu'ils sont identifiés et labellisés comme tels.**

> Créer des procédures d'appel et des mécanismes de recours, et y garantir une procédure équitable.

> Analyser les données pour évaluer l'impact et l'efficacité de ces labels sur l'éducation du public et la réduction des campagnes de désinformation. Les résultats généraux devraient être publiés dans le rapport périodique de transparence des fournisseurs de services en ligne. Des données plus approfondies pourraient être fournies à des universitaires sélectionnés pour mener des recherches plus approfondies (voir chapitre 1).²³⁸

3.2. FRICTION LOGICIELLE

3.2.1. PÉRIODES DE REFROIDISSEMENT

Une approche possible²³⁹ pour réduire l'impact des bulles de contenu (voir la partie 4 de ce chapitre) pourrait être d'**imposer des « périodes de refroidissement », au terme desquelles, après un certain nombre de diffusions provenant d'un annonceur commun, le moteur de recommandation d'une plateforme serait tenu de passer délibérément à l'affichage d'un contenu différent.** Cela pourrait aller au-delà de la simple publicité ciblée, et exiger que les algorithmes de fil d'actualité ou de chronologie se comportent de la même manière dans leur sélection de contenu originaux. Cela pourrait se faire en utilisant des tests statistiques de similarité de contenu, ce qui est déjà un domaine bien développé de l'apprentissage automatique (en anglais *machine learning*).²⁴⁰



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

> **Mettre en œuvre des périodes de refroidissement pour la publicité ciblée et les contenus originaux, de sorte qu'au-delà d'un certain seuil de diffusion, le moteur de recommandation d'une plateforme soit obligé de passer délibérément à l'affichage d'un autre contenu.**

238 Radsch, C. (2020). Tech Platforms Struggle to Label State-Controlled Media. Committee to Protect Journalists.

Consulté sur <https://cpj.org/2020/08/tech-platforms-struggle-to-label-state-controlled-media/> (Consulté le 2 octobre 2020).

239 Cette approche a été proposée par Christopher Wylie, membre du comité de pilotage de ce groupe de travail en infodémique

240 Par exemple, dans le domaine du traitement du langage naturel (NLP), il existe un large éventail de techniques qui peuvent être utilisées pour atteindre cet objectif.

- > **Limiter le nombre de fois où un utilisateur voit des contenus originaux de type similaire ou des publicités provenant des mêmes annonceurs.**

3.2.2. COUPE-CIRCUIT

Lorsqu'un contenu devient viral, il atteint un large public sur le réseau avant que les fournisseurs de services en ligne ne puissent l'évaluer et appliquer leurs conditions générales d'utilisation.

Les chercheuses Ellen P. Goodman et Karen Kornbluh ont comparé le contenu viral en ligne au *trading* à haute fréquence. Sur les marchés financiers, des coupe-circuits ont été utilisés pour prévenir la panique associée à la volatilité du marché et aux gains ou pertes spéculatifs excessifs. **Un coupe-circuit se déclenche lorsque le cours des actions baisse d'un certain pourcentage par rapport au cours de clôture de la veille. Il arrête les transactions pendant un certain temps, afin que les investisseurs aient la possibilité de comprendre ce qui se passe sur le marché et d'agir en conséquence.**²⁴¹ Un mécanisme similaire pourrait être mis en œuvre par les fournisseurs de services en ligne pour ralentir la diffusion de contenus viraux potentiellement dangereux jusqu'à ce qu'ils puissent être examinés par des modérateurs humains.



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > **Envisager de créer une obligation, pour les fournisseurs de services en ligne, de perturber le trafic au-delà d'un certain seuil de portée d'un contenu. Un examen humain serait alors nécessaire pour vérifier sa conformité avec les lois et les conditions d'utilisation et règles de la communauté.**²⁴²



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

Mettre en œuvre des coupe-circuits pour les contenus viraux.

- > Lorsque le contenu atteint un certain seuil de diffusions, **les fournisseurs de services en ligne devraient déclencher un coupe-circuit de viralité interne**, qui empêcherait temporairement le contenu d'être amplifié par les algorithmes dans les fils d'actualité, et dans les sujets tendance – ou par d'autres moyens d'agrégation et de promotion algorithmiques. La publication individuelle ou le partage de messages pourraient encore avoir lieu. La pause algorithmique laisserait le temps nécessaire à la plateforme pour examiner le contenu.²⁴³
- > **Le contenu viral devrait automatiquement être placé en tête d'une file d'attente pour la vérification des faits par des tiers.**

241 Goodman, E. & K. Kornbluh. (2020). Social Media Platforms Need to Flatten the Curve of Dangerous Misinformation. Slate. Consulté sur <https://slate.com/technology/2020/08/facebook-twitter-youtube-misinformation-virality-speed-bump.html> (Consulté le 8 octobre 2020).

242 Goodman, E. (2020). Digital Information Fidelity and Friction. Knight First Amendment Institute at Columbia University. Retrieved from <https://knightcolumbia.org/content/digital-fidelity-and-friction> (Consulté le 8 octobre 2020).

243 Simpson, E., & A. Conner. op. cit.

- > Les fournisseurs de services en ligne devraient être transparents sur la façon dont leurs coupe-circuits fonctionnent. Ils devraient analyser l'efficacité de la mise en œuvre de ces outils et devraient s'associer à des chercheurs pour permettre la conduite d'études indépendantes sur leurs fonctionnements.
- > Afin de créer une base de travail pour suivre le développement des coupe-circuits de viralité, les fournisseurs de services en ligne devraient commencer par utiliser les données internes sur les interactions passées des utilisateurs et des exemples spécifiques de désinformation virale afin d'examiner rétroactivement la désinformation engendrée. Cette analyse devrait ensuite être utilisée pour identifier les schémas communs à la désinformation virale afin de modéliser l'impact des potentielles interventions. Les fournisseurs de services en ligne devraient rapidement et de manière transparente, collaborer, tester et identifier des indicateurs fiables de messages nuisibles pour affiner de tels systèmes de détection - en ouvrant ce processus à la contribution des chercheurs, des journalistes, des experts en technologie et des groupes de la société civile du monde entier. Les publications liées à des sujets tendance qui présentent des indicateurs fiables de més/désinformation devraient être examinées rapidement par les équipes de modération du contenu et faire l'objet d'un traitement prioritaire de *fact-checking*.²⁴⁴

4. BRISER LES BULLES DE CONTENU

4.1. IMPOSER UN NIVEAU DE BRUIT OBLIGATOIRE

« Le problème avec certains de ces algorithmes est qu'ils deviennent trop bons et trop orientés sur des attributs particuliers des utilisateurs. Ils ne vous donneront que ce que l'algorithme sait que vous aimerez et avec lequel vous vous engagerez », explique Christopher Wylie²⁴⁵. D'où l'idée qu'il est nécessaire de **désorienter les algorithmes en imposant un niveau de bruit obligatoire : un niveau obligatoire de contenu aléatoire inclus dans l'algorithme.**

Lorsqu'un algorithme est développé, il est « entraîné » sur un ensemble de données. Dans les ensembles d'apprentissage, il existe deux types d'informations : le signal (information utile) et le bruit (informations aléatoires ou inutiles). L'ajout d'un niveau de bruit obligatoire dans les ensembles d'apprentissage des algorithmes empêcherait tout moteur de recommandation de devenir trop ciblé ou trop orienté, et permettrait de disperser l'orientation des informations vues par les utilisateurs et empêcherait la création de bulles de filtrage.

Le contenu aléatoire introduit dans l'algorithme pourrait être potentiellement issu de contenus publiés par des entités relevant du journalisme d'intérêt public et identifiées par leur respect de règles de conduite basées sur les meilleures pratiques et normes éthiques internationalement reconnues dans la production d'information fiable, telles que définies dans la partie 2.2 du présent chapitre.

²⁴⁴ Simpson, E., & A. Conner. op. cit

²⁴⁵ Citation d'une interview avec les rapporteurs.



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

> Envisager l'élaboration de normes techniques pour un bruit minimal dans les ensembles d'apprentissage utilisés pour former les algorithmes des moteurs de recommandation sur les réseaux sociaux.



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

> Intégrer un certain niveau de sérendipité dans les ensembles d'apprentissage des algorithmes concernés afin d'éviter la création de bulles de filtres.

4.2. ENVISAGER DE LIMITER LE MICRO-CIBLAGE

Certains experts considèrent que l'interdiction ou la limitation du micro-ciblage pourrait réduire la diffusion de la désinformation et de la mésinformation, tout en reconnaissant que **le micro-ciblage est au cœur du modèle économique des plateformes numériques. Il est également important de garder à l'esprit qu'il existe des utilisations bénéfiques du micro-ciblage, par exemple pour aider les électeurs non inscrits à s'inscrire sur les listes électorales. Cette réflexion sur le micro-ciblage devrait commencer par l'exercice difficile de définir quel micro-ciblage devrait être limité et de comprendre les conséquences involontaires potentielles.**

Néanmoins, le micro-ciblage peut être dangereux non seulement parce qu'il porte atteinte à la vie privée de l'utilisateur, mais aussi parce que les informations présentées sont façonnées pour le public ciblé, note Anya Schiffrin, directrice de la spécialisation Technologie, médias et communication du département des affaires internationales et publiques de l'université Columbia.²⁴⁶ L'avocate internationale spécialisée dans les droits humains, Susie Alegre, met en garde : « **l'intention d'accéder à nos pensées à un niveau individuel à notre insu et d'utiliser ces informations pour modifier nos pensées, nos états émotionnels, nos opinions et donc notre comportement électoral sans que nous nous en rendions compte équivaut certainement à une tentative d'interférence avec la liberté de pensée à grande échelle...** Le micro-ciblage comportemental est particulièrement préoccupant car il vise à influencer nos opinions à des fins politiques et constitue une menace pour le socle fondateur de nos démocraties ».²⁴⁷

Alex Campbell, chercheur au *Center for Global Security Research* du Lawrence Livermore National Laboratory, estime que les lois sur la protection des données pourraient constituer « une flèche élégante dans le carquois des réponses à la désinformation en ligne, puisque celles-ci interviennent directement dans le mécanisme de micro-ciblage essentiel aux campagnes de désinformation. Parce qu'elles ne concernent pas un adversaire en particulier, ces lois protègent à la fois contre les *trolls* étrangers et nationaux, tout en évitant les problèmes de cohérence et de censure qui se posent aux approches réactives ».²⁴⁸

246 Schiffrin, A. (2020). PhD dissertation (University of Navarra).

247 Alegre, S. (2017). Rethinking Freedom of Thought for the 21st Century. *European Human Rights Law Review*

248 Campbell, A. (2019). How Data Privacy Laws Can Fight Fake News. *Just Security*.

Consulté sur <https://www.justsecurity.org/65795/how-data-privacy-laws-can-fight-fake-news/> (Consulté le 12 octobre 2020).



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > Protéger la liberté de pensée comme un droit absolu issu des standards internationaux des droits de l'homme.²⁴⁹
- > **Envisager de limiter le micro-ciblage par le biais des lois sur la protection des données et de la vie privée.**



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > Les plateformes numériques devraient permettre des audits indépendants réalisés par des chercheurs habilités sur l'impact du micro-ciblage, afin de comprendre si leurs cadres doivent être contrôlés ou limités.

4.3. STOPPER LES « AMIS D'AMIS »

Les plateformes numériques font des recommandations aux utilisateurs afin de les mettre en relation avec d'autres utilisateurs et groupes, sur la base des hypothèses des plateformes numériques concernant l'identité des utilisateurs, les intérêts qu'ils partagent avec d'autres utilisateurs et d'autres critères similaires.



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > Arrêter de recommander ou d'amplifier de quelque manière que ce soit auprès des utilisateurs des groupes ou du contenu provenant de groupes associés à la haine, à la désinformation ou à des théories conspirationnistes.²⁵⁰
- > Les plates-formes numériques devraient permettre des audits indépendants, réalisés par des chercheurs agréés, sur l'impact des caractéristiques de conception visant à créer des interconnexions sociales, afin de comprendre si les cadres de ces recommandations sociales doivent être contrôlés ou limités.

249 Alegre, S. op. cit.

250 Stop Hate for Profit. (2020). Recommended Next Steps.

Consulté sur <https://www.stophateforprofit.org/productrecommendations> (Consulté le 15 octobre 2020)

4.4. DONNER LE CHOIX AUX UTILISATEURS

Comme nous l'avons vu au chapitre 1, les utilisateurs des plateformes numériques ont le droit de savoir comment les informations leur sont distribuées, comment elles les ciblent et selon quels critères.

Actuellement, les plateformes numériques font des hypothèses pour déterminer les informations qui intéressent les utilisateurs, et ce, de manière totalement opaque. En d'autres termes, les entreprises décident de l'identité des utilisateurs sans leur donner la parole.



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Laisser aux utilisateurs, de manière simple et intelligible, le choix de décider des informations qu'ils veulent voir et la manière dont ils sont ciblés.** Le droit de choisir leur identité et quelles informations ils veulent voir, s'étend au droit de choisir avec qui la plateforme leur recommande de se connecter.

Chapitre 4:

Les espaces mixtes privés et publics sur les applications de messagerie privées

La viralité de la désinformation partagée sur les applications de messagerie est renforcée par l'utilisation de groupes qui comptent parfois des milliers de membres. Il est important de définir des règles minimales pour les applications de messagerie qui exploitent les possibilités du domaine public en ligne tout en respectant les normes internationales en matière de liberté d'opinion et d'expression.

Sommaire

1. DÉFINIR LES APPLICATIONS DE MESSAGERIE PRIVÉES

2. PRÉVENIR LES VIOLATIONS DES DROITS HUMAINS

3. RESPECTER LES PRINCIPES DE LA LIBERTÉ D'EXPRESSION EN CE QUI CONCERNE LA MODÉRATION DES CONTENUS ILLÉGAUX

- 3.1. Définir des conditions de service claires
- 3.2. Renforcer les mécanismes de signalement des contenus illicites
- 3.3. Renforcer les mécanismes d'appel
- 3.4. Les techniques de modération automatisée

4. LIMITER LA VIRALITÉ DU CONTENU

- 4.1. Ajouter des frictions
- 4.2. Renforcer le rôle des utilisateurs

5. PROTÉGER LES SERVICES DE MESSAGERIE CHIFFRÉE DE BOUT EN BOUT

- 5.1. Défis techniques
- 5.2. Mécanismes de notification
- 5.3. Systèmes de détection de contenus connus
- 5.4. Le débat sur le traçage du contenu

6. CLARIFIER LES OBLIGATIONS DE TRANSPARENCE

7. RENFORCER LA RECHERCHE

INTRODUCTION

Les évolutions récentes ont vu la montée en puissance des applications de messagerie privées comme des moyens de communication et d'échange d'idées, d'opinions et d'informations. **En 2019, 2,52 milliards d'utilisateurs de téléphones mobiles ont accédé à des applications de messagerie en ligne pour communiquer.** En janvier 2020, 1,6 milliard d'utilisateurs étaient actifs chaque mois sur WhatsApp, envoyant plus de 55 milliards de messages chaque jour, tandis que Facebook Messenger, WeChat et Telegram totalisaient respectivement 1,3 milliard, 1,15 milliard et 400 millions d'utilisateurs dans le monde.²⁵¹ **Dans certains pays comme le Brésil, l'Inde et l'Espagne, les applications de messagerie privées sont même devenues la première source d'information.**²⁵² **En Afrique, WhatsApp et Facebook Messenger sont parmi les applications les plus populaires.**²⁵³

Au fil des ans, les services de messagerie sont allés au-delà des petits groupes soutenant les relations existantes entre différents types d'individus identifiés - comme les membres de la famille, les amis, les collègues - pour devenir de grands groupes que les non-membres peuvent découvrir et rejoindre, tant qu'il y a de la place dans le groupe.

Bien que les utilisateurs profitent de ces systèmes de communication pour leur correspondance privée, la taille de certains groupes permet de considérer que le contenu qui transite par ces services n'est ni privé ni confidentiel. Ces nouveaux services ont brouillé les frontières entre les communications privées et publiques et se distinguent de la correspondance privée traditionnelle.

La capacité des utilisateurs à former de grands groupes, associée aux mécanismes de partage viral des plateformes, fait de ces services des outils efficaces pour diffuser des informations trompeuses. Ces informations peuvent atteindre une grande partie du réseau et influencer l'opinion publique sans aucune sorte de modération ou de moyen de diminuer la viralité. Bien que les services de messagerie chiffrés de bout en bout, où seuls les destinataires prévus peuvent lire le contenu des messages, offrent une forte confidentialité et sécurité aux utilisateurs et sont nécessaires à l'exercice du droit à la liberté d'opinion et d'expression à l'ère numérique, ils posent des difficultés pour limiter la diffusion d'informations trompeuses. Il est important de noter que la création de vulnérabilités ou de contraintes sur le chiffrage est problématique et incompatible avec les règles relatives aux droits humains.²⁵⁴

De nombreux exemples confirment le potentiel de ces outils pour être utilisés de façon abusive. En 2018, en Inde, de fausses rumeurs sur des kidnappeurs d'enfants diffusées sur WhatsApp ont alimenté des lynchages collectifs qui ont conduit à la mort de plus de 20 personnes sur une période de deux mois.²⁵⁵ Au Brésil, lors des élections de 2018, WhatsApp a été utilisé pour diffuser à grande échelle de fausses rumeurs, des photos manipulées et des vidéos décontextualisées.²⁵⁶ Plus récemment, pendant la pandémie de COVID-19, des applications de messagerie privées ont été utilisées pour diffuser des informations inexacts. WhatsApp a été utilisé pour diffuser des théories du complot sur la 5G, ce qui a

251 Le 25 janvier 2020, sur la base des utilisateurs actifs mensuels, des comptes d'utilisateurs actifs, des audiences publicitaires ou des visiteurs uniques mensuels. Slide 95 of Kemp, S. (2020). Digital 2020: Global Digital Overview. Data Reportal.

Consulté sur <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview> (Consulté le 1 septembre 2020)

252 Wardle, C. (2019). Monitoring and Reporting Inside Closed Groups. Verification Handbook For Disinformation And Media Manipulation. (Chapter 7). Data Journalism. Consulté sur <https://datajournalism.com/read/handbook/verification-3/investigatingplatforms/7-monitoring-and-reporting-inside-closed-groups-and-messaging-apps> (Consulté le 21 octobre 2020).

253 Boyd, C. (2019). WhatsApp in Africa. The Startup. Consulté sur <https://medium.com/swlh/whatsapp-in-africa-3c8626f4980e> (Consulté le 21 octobre 2020).

254 Kaye, D. (2015). Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression. Consulté sur https://freedex.org/wp-content/blogs.dir/2015/files/2015/10/Dkaye_encryption_annual_report.pdf (Accessed 17 août 2020). para 56.

255 Hern, A. (2020). WhatsApp to Restrict Message Forwarding after India Mob Lynchings. The Guardian. Consulté sur <https://www.theguardian.com/technology/2018/jul/20/whatsapp-to-limit-message-forwarding-after-india-moblynchings> (Consulté le 17 septembre 2020).

256 Boadle, A. (2018). Facebook's WhatsApp Flooded with Fake News in Brazil Election. Reuters. Consulté sur <https://www.reuters.com/article/us-brazil-election-whatsapp-explainer-idUSKCN1MU0UP> (Consulté le 17 septembre 2020).

conduit des personnes à attaquer des infrastructures de télécommunications au Royaume-Uni.²⁵⁷ LINE a été utilisé par l'opération *Qiqi News Network*, basée en Malaisie, pour créer et diffuser de la désinformation sur la COVID-19 sur des groupes.²⁵⁸

Récemment, **les applications de messagerie privées ont commencé à s'attaquer à ces problèmes en mettant en place diverses mesures d'autorégulation visant à ajouter des frictions dans les échanges.** Ces nouvelles frictions, introduites par le biais de modifications de leurs fonctionnalités, sont conçues pour dissuader, perturber et ralentir la diffusion d'informations à travers le réseau, permettant ainsi aux utilisateurs d'analyser et de réfléchir aux contenus qu'ils partagent. L'introduction de frictions dans les échanges ralentit la diffusion d'informations trompeuses à travers le réseau, au bénéfice de la fiabilité de l'information.²⁵⁹

Cependant, **les décisions arbitraires de ces plateformes dans la manière dont elles structurent les communications privées et publiques appellent un contrôle démocratique renforcé.**

1. DÉFINIR LES APPLICATIONS DE MESSAGERIE PRIVÉES

Une application de messagerie privée est un service qui est fourni au moyen d'un réseau de communications électroniques avec, comme objectif principal ou fonctionnalité essentielle du service, une section dissociable qui offre une composante de communication bidirectionnelle ou multidirectionnelle entre un nombre fini (c'est-à-dire non potentiellement illimité) de personnes physiques. Ce nombre est déterminé par l'expéditeur de la communication.

Une application de messagerie privée n'est pas un service pour lequel le fournisseur a la responsabilité éditoriale ou le contrôle éditorial du contenu inclus dans le service, et n'est pas un service de téléphonie individuelle.

Les applications de messagerie privées comprennent des applications telles que Facebook Messenger, Kakao Talk, LINE, Signal, Telegram, WhatsApp et WeChat. Ils ont une forte composante de communication bidirectionnelle ou multidirectionnelle, délivrent et affichent du contenu généré par les utilisateurs à une large audience de membres ou d'utilisateurs. Ce chapitre ne couvre pas les services qui sont déjà soumis à un régime réglementaire existant et détaillé.

La communication d'une personne à une autre - toute conversation entre deux personnes - n'est pas le sujet de ce rapport, qui se concentre sur les discussions de groupe et les discussions virales. La communication individuelle relève du modèle de l'article 17 du Pacte international relatif aux droits civils et politiques et de l'article 8 de la Convention européenne des droits de l'homme.

257 Parveen, N. & Waterson, J. (2020). UK Phone Masts Attacked Amid 5G-Coronavirus Conspiracy Theory. The Guardian. Consulté sur <https://www.theguardian.com/uk-news/2020/apr/04/uk-phone-masts-attacked-amid-5g-coronavirus-conspiracy-theory> (Consulté le 10 septembre 2020).

258 Coca, N. (2020). Disinformation from China Floods Taiwan's Most Popular Messaging App. Coda Story. Consulté sur <https://www.codastory.com/authoritarian-tech/taiwans-messaging-app/> (Consulté le 13 octobre 2020).

259 Goodman, Ellen (2020). Digital Information Fidelity and Friction. Knight First Amendment Institute at Columbia University. Consulté sur <https://knightcolumbia.org/content/digital-fidelity-and-friction> (Consulté le 8 octobre 2020).

Il aborde les nouvelles sources de friction dans les flux d'information pour favoriser la fidélité de l'information sur les plateformes numériques.

Généralement, les applications de messagerie privées offrent une variété de services, notamment des conversations individuelles, la possibilité de former des groupes, des canaux (caractérisés par des conversations de type un-vers-plusieurs), la possibilité de diffuser du contenu et de transférer des messages reçus à un large public, ainsi que la possibilité de créer des canaux de *bots* auxquels les utilisateurs peuvent s'abonner.

De nombreuses applications de messagerie privées se caractérisent par l'utilisation du chiffrement, qui protège les communications grâce à un processus mathématique rendant le message illisible, sauf pour le récepteur et l'expéditeur, qui seuls disposent de la clé pour le déchiffrer sous une forme lisible. C'est le cas, par exemple, de l'option « Conversation secrète » de Facebook Messenger, Signal, Telegram et WhatsApp.

Contrairement aux réseaux sociaux, les applications de messagerie ne sont pas guidées par l'auto-sélection. Elles n'offrent pas de recommandations ou une chronologie algorithmique qui pourrait exposer du contenu créé aux utilisateurs qui ne sont pas abonnés à des canaux particuliers.

La taille des groupes diffère selon le service, mais leur grande échelle suggère que l'échange va au-delà des communications privées et que le contenu échangé n'est ni privé ni confidentiel. En bref, les applications de messagerie privées accueillent simultanément des correspondances privées, des contenus relevant de la diffusion de masse, et même parfois des contenus diffusés à de larges audiences sous la forme de correspondances privées.

En raison de la nature fluide de ces espaces, le présent rapport ne vise pas à les caractériser, mais plutôt à mettre en évidence les règles minimales que les fournisseurs de services et les États devraient suivre afin de contenir la propagation de la désinformation et de la mésinformation, tout en respectant les normes internationales en matière de liberté d'opinion et d'expression.



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > Au niveau national, des autorités de régulation indépendantes, dont les décisions devraient être fondées sur l'application de principes internationalement reconnus, devraient contrôler et évaluer si les fournisseurs de services respectent leurs obligations légales prévues dans le cadre d'une réglementation nationale. Cette autorité de régulation nationale indépendante pourrait être une autorité existante déjà chargée de réguler le numérique, avec un mandat élargi, ou une nouvelle entité.
- > Les obligations légales, définies tout au long de ce chapitre, devraient s'appliquer aux applications de messagerie privées qui répondent à un ensemble de critères et de seuils établis. Ceux-ci devraient être examinés plus avant par le Forum sur l'information et la démocratie, et être définis en accord avec la société civile.

2. PRÉVENIR LES VIOLATIONS DES DROITS HUMAINS

Comme les réseaux sociaux, les applications de messagerie privées font des choix de conception qui peuvent encourager ou décourager certains comportements chez leurs utilisateurs



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

Empêcher la violation des droits humains

- > **Appliquer les Principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme**, et prendre en compte par défaut les droits humains dans leurs produits et systèmes, dès leur conception, à travers l'élaboration et la mise en œuvre de leurs politiques, procédures et processus.²⁶⁰
- > Inclure les protections des droits humains dans toutes les nouvelles politiques et services, plutôt que de s'appuyer sur un modèle qui consiste à développer d'abord et à traiter les abus ensuite.²⁶¹
- > **Consulter régulièrement des tiers experts en droits humains et des organisations de la société civile, notamment avant de lancer de nouveaux produits, fonctionnalités ou services**²⁶², et lors de la révision des politiques existantes, afin d'élaborer des mesures techniques et organisationnelles pertinentes à mettre en œuvre pour prévenir, traiter et pallier les risques et les effets négatifs de leurs activités.

Évaluation d'impact

- > Lors de l'évaluation des risques, effectuer notamment des évaluations publiques participatives et périodiques pour déterminer comment les décisions de modération de contenu (c'est-à-dire les décisions concernant la légalité du contenu ou sa conformité aux conditions de service du fournisseur de services, et les opérations qui s'en suivent) ont un impact sur les droits fondamentaux des utilisateurs, et prendre les mesures nécessaires pour atténuer tout préjudice.

260 Kaye, D. (2019). Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression. OHCHR. Consulté sur https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Opinion/A_74_486.pdf (Consulté le 17 août 2020). para 42

261 Pírková, E. & Pallero, J. (2020). 26 Recommendations on Content Governance, a Guide for Lawmakers, Regulators and Company Policy Makers. Access Now. Consulté sur <https://www.accessnow.org/cms/assets/uploads/2020/03/Recommendations-On-ContentGovernance-digital.pdf> (Consulté le 22 septembre 2020). p. 36.

Il propose des recommandations pour prévenir les atteintes aux droits humains sur les plateformes numériques. Les recommandations spécifiques qui pourraient être appliquées aux applications de messagerie privées sont énumérées dans cette section.

262 Pírková, E. & J. Pallero. op. cit. p.36

- > Partager de manière proactive des informations avec les chercheurs et la société civile pour leur permettre d'évaluer de manière indépendante les impacts sur les droits humains des décisions de modération de contenu.²⁶³
- > Contribuer, y compris par un soutien économique, au travail des chercheurs et des groupes de la société civile réalisant des évaluations indépendantes.²⁶⁴
- > Élaborer et intégrer de manière transparente des protocoles d'évaluation de l'impact sur les droits humains dans leurs activités afin de rationaliser le travail des chercheurs, de la société civile et des régulateurs.²⁶⁵

3. RESPECTER LES PRINCIPES DE LA LIBERTÉ D'EXPRESSION EN CE QUI CONCERNE LA MODÉRATION DES CONTENUS ILLÉGAUX

Lors de la création de politiques et de réglementations pour les applications de messagerie privées, les États et les fournisseurs de services devraient s'assurer que toute mesure prise est nécessaire et proportionnée au problème abordé.²⁶⁶ **Les fournisseurs de services ne devraient pas avoir une obligation générale et anticipée de surveiller le contenu de manière proactive.**

A la suite de signalements, les fournisseurs de services interdisent aux utilisateurs l'accès à leur service selon leurs propres conditions, parfois en violation des principes de la liberté d'expression. Les fournisseurs de services ne devraient pourtant jamais être autorisés à bloquer l'accès à leur service sans justification, transparence ni responsabilité.

Plusieurs organisations ont formulé des recommandations à l'intention des États et des fournisseurs de services en ligne pour améliorer la définition des conditions de service, renforcer les mécanismes de notification et d'appel, et limiter les effets néfastes des techniques de modération automatisée sur les plateformes de réseaux sociaux. Sur la base des rapports du rapporteur spécial des Nations unies sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'expression et d'opinion, et du travail d'organisations de la société civile telles que *Access Now*,²⁶⁷ *Center for Democracy and Technology*,²⁶⁸ *EDRi*,²⁶⁹ et *Global Partners Digital*,²⁷⁰ des recommandations et des mécanismes similaires sont proposés ci-dessous pour les applications de messagerie privées.

263 Ibid

264 Ibid.

265 Ibid.

266 7 The International Principles on the Application of Human Rights to Communications Surveillance. (2013).

Consulté sur <https://necessaryandproportionate.org/principles/> (Consulté le 10 septembre 2020).

267 Pírková, E. & Pallero, J., op. cit

268 Center for Democracy and Technology. (2017). Mixed messages? The Limits of Automated Social Media Content Analysis.

Consulté sur <https://cdt.org/wp-content/uploads/2017/11/Mixed-Messages-Paper.pdf> (Consulté le 21 août 2020)

269 Contribution d'EDRi à ce groupe de travail sur les infodémies.

270 Contribution de Global Partners Digital à ce groupe de travail sur les infodémies.

3.1. DÉFINIR DES CONDITIONS DE SERVICE CLAIRES

Les fournisseurs de services définissent des conditions générales²⁷¹ pour encadrer l'utilisation de leurs services, en précisant les différents comportements et types de contenus qui ne sont pas autorisés sur leurs plateformes.²⁷²



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > Encourager l'institution internationale compétente à énoncer un principe selon lequel les conditions d'utilisation des fournisseurs de services devraient être établies sur la base de critères conformes aux normes internationales en matière de liberté d'expression, en particulier celles définies à l'article 19 du *Pacte international relatif aux droits civils et politiques*, tel qu'interprété par le Comité des droits de l'homme dans son Observation générale n° 34.²⁷³



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > Les fournisseurs de services devraient élaborer des conditions d'utilisation claires, facilement accessibles, rédigées en termes clairs et compréhensibles et disponibles dans toutes les langues et tous les dialectes où le service est proposé (voir chapitre 1 et chapitre 2).
- > Ces conditions d'utilisation devraient être conformes au droit et aux normes internationales en matière de droits humains.
- > Ces conditions d'utilisation devraient spécifier clairement quels types de contenus et d'activités sont interdits sur les services du fournisseur.
- > Les fournisseurs de services devraient informer les utilisateurs lorsque ces conditions d'utilisation sont mises à jour.
- > Ces conditions d'utilisation devraient spécifier clairement quels types d'opérations de modération de contenu (bannissement d'un utilisateur, fermeture d'une conversation, etc.) peuvent être mises en œuvre, dans quel cas et pour quelles raisons.

271 Les termes utilisés peuvent différer d'un fournisseur de services à l'autre : Conditions de service/conditions d'utilisation ou normes/règles de la communauté.

272 Voir par exemple :

WhatsApp. (2018). Terms of Service. Consulté sur <https://www.whatsapp.com/legal/#terms-of-service> (Consulté le 23 septembre 2020).

Telegram. (n. d.). Terms of Service. Consulté sur <https://telegram.org/tos> (Consulté le 23 septembre 2020).

Viber. (n. d.). Conditions d'utilisation de Viber. Consulté sur <https://www.viber.com/terms/viber-terms-use/> (Consulté le 23 septembre 2020).

Line (n. d.). LINE Terms and Conditions of Use.

Consulté sur https://terms.line.me/line_terms/ (Consulté le 23 septembre 2020). Kakao Talk (n. d.). Kakao Operation Policy.

Consulté sur <https://www.kakao.com/policy/oppolicy?lang=en> (Consulté le 23 septembre 2020).

Kakao Talk (n. d.). Kakao Comprehensive Terms of Service. Consulté sur <https://www.kakao.com/en/terms> (Consulté le 23 septembre 2020).

273 United Nations Human Rights Committee. (2011). General comment No. 34. Article 19: Freedoms of opinion and expression. Consulté sur <https://www2.ohchr.org/english/bodies/hrc/docs/GC34.pdf> (Consulté le 10 septembre 2020).

- > Terms of service must clearly specify which types of content moderation operations (banning a user, closing a conversation, etc.) may be exercised, in which case and for what reasons.

3.2. RENFORCER LES MÉCANISMES DE SIGNALEMENT DES CONTENUS ILLICITES

Compte tenu de la capacité des applications de messagerie fermées à favoriser la communication entre plusieurs personnes, un utilisateur qui reçoit un message dont il pense qu'il contient du contenu préjudiciable doit pouvoir signaler ce message au fournisseur de services. Des mécanismes de signalement existent déjà sur la plupart des services de messagerie fermée, mais il existe des différences entre eux.

Les décisions de modération prises par les fournisseurs de service restent souvent opaques et peuvent être exécutées sans avertissement. Par exemple, sur WhatsApp, toute activité du compte considérée comme étant en violation des conditions d'utilisation entraîne le bannissement de l'utilisateur du service.²⁷⁴ La plupart du temps, les utilisateurs ne reçoivent aucune notification, hormis le message suivant lorsqu'ils essaient d'utiliser l'application : « Votre numéro de téléphone est interdit d'utilisation de WhatsApp. Contactez le service d'assistance pour obtenir de l'aide. »²⁷⁵

Pour les services de messagerie chiffrée de bout en bout, des recommandations spécifiques sont formulées dans la partie 5.2 de ce chapitre.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

Procédures de notification et d'exécution

- > **Au niveau national, la loi devrait exiger des fournisseurs de services qu'ils mettent en place des procédures adéquates de notification et d'exécution. Une entité internationale, telle que le Forum sur l'information et la démocratie, pourrait être chargée de définir des principes et des normes pour ces procédures de notification et d'exécution. Les détails devraient être précisés par les autorités réglementaires nationales indépendantes, en accord avec la société civile.**
- > Le respect des normes internationales en matière de liberté d'expression exige que les fournisseurs de services, sous peine de sanction, agissent contre les contenus illégaux qui leur sont signalés, et qu'ils préservent les contenus légitimes.
- > Les utilisateurs qui ont été bannis devraient pouvoir contester leur bannissement, éventuellement auprès du fournisseur de services en première instance, avec la

²⁷⁴ Dans certains cas, le blocage peut être temporaire. Les utilisateurs qui utilisent des applications non officielles développées par des tiers pour accéder à WhatsApp peuvent être temporairement bannis de leur service. Dans ce cas, les utilisateurs reçoivent un message dans l'application indiquant que [leur] compte est « temporairement interdit ». See, WhatsApp. (n.d.). About Temporarily Banned Accounts. Consulté sur <https://faq.whatsapp.com/android/temporarily-banned/about-temporarily-banned-accounts/?lang=en> (Consulté le 10 septembre 2020).

²⁷⁵ WhatsApp. (n. d.). Account and Profile. Consulté sur <https://faq.whatsapp.com/general/account-and-profile/seeing-the-messageyour-phone-number-is-banned-from-using-whatsapp-contact-support-for-help/?lang=en> (Consulté le 10 septembre 2020).

possibilité de faire appel de la décision auprès d'un régulateur indépendant, sous le contrôle d'un juge.

- > Différents types de contenus et d'activités en ligne illégaux peuvent nécessiter des réponses différentes, spécifiquement adaptées au type de contenu généré par l'utilisateur qu'elles sont censées traiter. Toutefois, la loi doit définir clairement les procédures et prévoir des garanties appropriées concernant leur application par les fournisseurs de services.²⁷⁶
- > Les États devraient évaluer régulièrement les éventuels effets non intentionnels de toute restriction avant et après l'application de procédures particulières de notification et d'exécution.²⁷⁷

Mécanismes de notification et de révision

- > Les conditions d'utilisation des contre-notifications (voir ci-dessous) spécifiées dans la loi ne devraient pas être trop exigeantes, car cela pourrait décourager les utilisateurs dont le contenu a été modéré d'utiliser ce mécanisme. La loi doit préciser quel type de contenu et de situation peut conduire à une exception à l'utilisation de contre-notifications.²⁷⁸
- > Pour contrer les notifications abusives et les signalements de mauvaise foi, la loi devrait exiger des fournisseurs de services qu'ils respectent un ensemble d'obligations de transparence, qui sont définies dans la partie 6 de ce chapitre.
- > Un régime contre les signalements abusifs et de mauvaise foi devrait être mis en place. Des procédures de protection contre l'utilisation abusive des règles de signalement et des mécanismes de modération doivent être imposées aux fournisseurs de services.



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

Mise en place de mécanismes de signalement

- > Les fournisseurs de services devraient s'assurer de l'existence d'une fonctionnalité permettant aux utilisateurs de signaler facilement tout contenu qu'ils considèrent comme une violation des conditions d'utilisation et des lois applicables.
- > Ces mécanismes devraient être visibles, facilement accessibles et bien conçus pour les utilisateurs. Ils ne devraient pas être inutilement chronophages au point de décourager les utilisateurs de les utiliser.

276 Pírková, E. & J. Pallero. op. cit. p.27

Y sont proposées des recommandations détaillées pour les procédures de notification et d'action des plateformes en ligne en cas de contenu illégal qui leur est notifié.

277 Ibid., p.28

278 Ibid., p.32

Y est défini les contre-notifications comme un mécanisme qui « permet aux fournisseurs de contenu de s'opposer aux plaintes individuelles visant leur contenu. »

- > Pour rendre les mécanismes de signalement plus efficaces, les fournisseurs de services devraient fournir un formulaire détaillé pour le signalement comprenant, notamment, une liste de raisons pour soumettre un signalement, et demander des informations sur le contexte du contenu signalé.
- > Les personnes qui ne sont pas membres de groupes pouvant être rejoints via une URL devraient être autorisées à signaler ces groupes au fournisseur de services (le cas échéant) si le nom du groupe comporte une connotation négative. Les groupes dont le titre viole les normes internationales en matière de liberté d'expression (par exemple, s'il contient des appels à la haine, à la violence, etc.) pourraient être fermés.

Créer des mécanismes de contre-notification

- > Tout signalement de contenu devrait faire l'objet d'une notification à l'auteur ou aux membres du groupe, qui leur permettrait de contester cette notification (« contre-notification »).

Créer des mécanismes de notification et de révision

- > Les fournisseurs de services devraient notifier à la fois l'utilisateur qui a signalé le contenu et l'utilisateur qui a téléchargé ou généré le contenu lorsqu'une décision de modération a été prise concernant le contenu ou le discours signalé, et cette notification devrait contenir les informations nécessaires pour demander une révision de la décision.
- > La notification devrait contenir, au moins :
 - ◆ les raisons du bannissement temporaire ou définitif de l'utilisateur, y compris la règle spécifique qui a été enfreinte et la manière dont les règles de modération du contenu ont été interprétées ;
 - ◆ une explication précise sur les droits du producteur du contenu ;
 - ◆ une explication claire des possibilités de contester la décision ;
 - ◆ la possibilité clairement énoncée d'un recours judiciaire.
- > Les sanctions appliquées par les fournisseurs de services doivent être proportionnées à l'infraction commise par l'utilisateur. Les standards internationaux des droits de l'homme exigent que les limites de l'expression soient uniquement celles qui sont nécessaires pour atteindre un objectif légitime.²⁷⁹ Les restrictions ne doivent pas être trop larges et les moyens les moins intrusifs doivent être utilisés pour limiter l'expression.²⁸⁰ (voir la partie 1.2 du chapitre 2).

279 Article 19(3), ICCPR.

280 United Nations Human Rights Committee, General Comment no. 34: Article 19: Freedoms of Opinion and Expression, CCPR/C/GC/34 (12 septembre 2011), para. 34.

3.3. RENFORCER LES MÉCANISMES D'APPEL

Les utilisateurs d'applications de messagerie fermées ont peu de possibilités pour contester les décisions des fournisseurs de services en matière de modération du contenu.



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > **Imposer aux fournisseurs de services la mise en place de mécanismes de recours internes.**
- > **Les fournisseurs de services devraient être tenus d'informer les détenteurs de comptes interdits de la possibilité de contester ces décisions, et de la possibilité de contester en justice la décision d'un fournisseur de services sur ce recours.**
- > Une fois que les mécanismes internes des applications de messagerie privées sont épuisés, les fournisseurs de services devraient avoir l'obligation d'informer les utilisateurs des voies de recours judiciaires dont ils disposent dans leur juridiction nationale. Les utilisateurs doivent avoir la possibilité de faire appel de cette décision devant un régulateur indépendant ou un tribunal.



RECOMMANDATIONS AUX **FURNISSEURS DE SERVICES**

- > Les utilisateurs doivent avoir la possibilité de faire un recours effectif contre la décision d'un fournisseur de services. La procédure de recours doit être facilement compréhensible et accessible.

3.4. LES TECHNIQUES DE MODÉRATION AUTOMATISÉE

Les initiatives législatives visant à réglementer les fournisseurs de services en ligne favorisent souvent l'utilisation d'analyses automatisées s'appuyant sur l'IA en matière de contenus. De même, les applications de messagerie privées sont soumises à la même pression de la part des autorités réglementaires.

Les techniques de modération automatisée sur les plateformes sont utilisées pour lutter contre la diffusion de contenus nuisible, notamment les contenus terroristes, extrémistes violents et pédopornographiques. Toutefois, ces techniques présentent des limites à plusieurs égards et peuvent s'avérer peu fiables pour évaluer des contenus qui nécessitent davantage de contexte et de nuances de langage. En outre, la technologie en elle-même peut présenter des biais structurels, entraînant des erreurs et une suppression excessive de contenu.



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > **Le recours à des outils automatisés ne devrait pas engendrer une obligation générale de surveillance des communications par les fournisseurs de services.**
- > Le recours à des outils d'analyse de contenus automatisés pour détecter ou supprimer les contenus illégaux ne devrait jamais être imposé par la loi.²⁸¹
- > Les États devraient être conscients des limites techniques des technologies de modération automatisées et prendre en compte les vulnérabilités découlant de la dépendance à l'égard de l'intelligence artificielle et des hypothèses intégrées au niveau de la conception des interfaces utilisateur.²⁸²



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > Être transparent quant à l'utilisation d'outils automatisés pour les opérations de modération de contenu. Ces outils devraient fonctionner et utiliser des critères conformes aux standards internationaux en matière de droits de l'homme.
- > Pour éviter les faux positifs, toute utilisation d'outils d'analyse de contenu automatisés doit s'accompagner d'un examen humain des résultats ou des conclusions produits par l'outil.
- > Le recours à des outils automatisés ne devrait être accepté que dans des cas limités concernant des contenus manifestement illégaux qui ne dépendent pas du contexte.²⁸³
- > Développer des mécanismes pour renforcer la responsabilité des outils d'analyse automatisés utilisés, dont la surveillance par la société civile de tout modèle de partage d'information qui affecte les droits numériques (voir la partie 6 de ce chapitre pour plus d'informations).²⁸⁴

281 Center for Democracy and Technology. (2017). op. cit. p.6.

282 Heller, B. (2019). Combating Terrorist-Related Content Through AI and Information Sharing. Transatlantic Working Group. Consulté sur https://www.ivir.nl/publicaties/download/Hash_sharing_Heller_April_2019.pdf (Consulté le 29 septembre 2020). p.7

283 Pírková, E. & J. Pallero. op. cit. p.31.

284 Heller, B., op. cit. p.6.

4. LIMITER LA VIRALITÉ DU CONTENU

Même si les applications de messagerie privées ne comportent pas de système de recommandations ou de curation qui « poussent » le contenu vers les utilisateurs, une certaine forme de viralité y existe. **Les applications de messagerie privées devraient continuer d'adopter des mesures visant à limiter la viralité des contenus faux ou trompeurs qui sont partagés sur leurs réseaux, sans toutefois porter atteinte aux droits au respect de la vie privée et à la liberté d'opinion et d'expression de leurs utilisateurs.**

4.1. AJOUTER DES FRICTIONS

Ajouter des frictions pour limiter la diffusion d'informations trompeuses dans les applications de messagerie privées semble être une solution adoptée dernièrement par plusieurs entreprises.

Ces nouvelles frictions, introduites par le biais de changements dans les fonctionnalités offertes par les applications de messagerie, sont conçues pour dissuader, perturber et ralentir le flux d'information à travers le réseau, ce qui permet aux utilisateurs d'analyser et de réfléchir aux contenus qu'ils partagent. L'introduction de frictions dans les échanges ralentit la diffusion d'informations trompeuses à travers le réseau, au bénéfice de la fiabilité de l'information.²⁸⁵

Les fournisseurs de services ont déjà mis en œuvre plusieurs mesures :

Ils limitent le nombre d'utilisateurs dans les groupes pour empêcher la création de *hubs* géants.

Les fournisseurs de services ont imposé des limites variables : iMessage - 20 ; Facebook Messenger - 150 ; WhatsApp - 256 ; LINE - 500 ; Telegram - 200 000. Ces limitations n'empêchent toutefois pas le contenu d'atteindre une grande partie de la plateforme.²⁸⁶

Ils limitent la capacité des utilisateurs à transférer des messages à plus d'un certain nombre de groupes à la fois afin de ralentir la propagation des messages.

Au début de la pandémie du COVID-19, WhatsApp a imposé de nouvelles limites à la possibilité de transférer des messages. Les utilisateurs qui recevaient un message fréquemment transféré - un message qui avait été transféré plus de cinq fois - ne pouvaient l'envoyer qu'à un seul groupe de conversation à la fois.²⁸⁷ En septembre 2020, Facebook Messenger a également réduit le nombre de transferts à cinq groupes à la fois.²⁸⁸ Une étude, basée sur des données publiques, a montré que le fait d'imposer des limites basses au transfert de messages - par rapport à la limite originale fixée à 256 qui était utilisée dans la première version de WhatsApp - entraîne un ralentissement de la propagation des messages pouvant aller jusqu'à deux ordres de grandeur. Lorsque la limite de transfert a été réduite à cinq, 80% des messages ont expiré dans les deux jours.

285 Goodman, Ellen (2020). op. cit.

Il examine les nouvelles sources de friction dans les flux d'information afin de favoriser la fiabilité de l'information sur les plateformes numériques.

286 De Freitas Melo, P., C. Coimbra Vieira, K. Garimella, P. O. S.Vaz de Melo, & F. Benevenuto. (2019). Can WhatsApp Counter Misinformation by Limiting Message Forwarding.

Consulté sur <https://arxiv.org/pdf/1909.08740.pdf> (Consulté le 23 septembre 2020).

287 Hern, A. (2020). WhatsApp to Impose New Limit on Forwarding to Fight Fake News. The Guardian.

Consulté sur <https://www.theguardian.com/technology/2020/apr/07/whatsapp-to-impose-new-limit-on-forwarding-to-fight-fake-news> (Consulté le 7 octobre 2020).

288 Sullivan, J. (2020). Introducing a Forwarding Limit on Messenger. Facebook Newsroom.

Consulté sur <https://about.fb.com/news/2020/09/introducing-a-forwarding-limit-on-messenger/> (Consulté le 7 octobre 2020)

Cependant, 20 % étaient encore très viraux et ont atteint l'ensemble du réseau pendant cette période.²⁸⁹ Imposer de faibles limites au transfert permet de retarder la propagation des messages, mais selon la viralité du contenu, ces limites ne sont pas efficaces pour empêcher un message d'atteindre rapidement l'ensemble du réseau.²⁹⁰ Cela dépend également du fournisseur de services. Une autre étude portant sur la propagation de « *junk news* », c'est-à-dire des informations de mauvaise qualité, publiées sur Telegram en langue anglaise a révélé que le partage d'un message entre canaux n'augmente pas significativement l'audience.²⁹¹

Ils luttent également contre les comportements automatisés,²⁹² fournissent des paramètres permettant aux utilisateurs de configurer qui peut les ajouter dans les groupes²⁹³ et mettent en œuvre des fonctionnalités d'*opt-in* (mécanisme de consentement à l'adhésion) pour les utilisateurs lorsqu'ils sont ajoutés dans les groupes.

Cependant, comme ces applications de messagerie privées combinent des mécanismes de partage viral avec des fonctionnalités de correspondance privée utilisant parfois un chiffrement de bout en bout, des mesures supplémentaires sont proposées ci-dessous.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

Afin de préserver l'utilité du service en tant que service de messagerie privée tout en rendant son exploitation plus difficile afin de limiter les potentielles utilisations abusives de ses propriétés, certaines fonctionnalités doivent être limitées :

- > Les États devraient imposer aux fournisseurs de services une obligation légale de fixer des limites à certaines de leurs fonctionnalités (par exemple, fixer des limites au nombre maximum d'utilisateurs autorisés dans des groupes et aux fonctionnalités de transfert de message). Une entité internationale, telle que le Forum sur l'information et la démocratie, pourrait être chargée de définir les limites appropriées. Les spécifications réelles pourraient être déterminées par des autorités réglementaires nationales indépendantes, telles que définies dans la partie 1 de ce chapitre.
- > Les autorités de régulation nationales indépendantes pourraient veiller à ce que les entreprises respectent leurs obligations sur la base des informations fournies par les fournisseurs de services (voir la partie 6 du présent chapitre)

289 Chen, A. (2019). Limiting Message Forwarding on WhatsApp Helped Slow Disinformation. MIT Technology Review. Consulté sur <https://www.technologyreview.com/2019/09/26/434/whatsapp-disinformation-message-forwarding-politicstechnology-brazil-india-election/> (Consulté le 29 septembre 2020).

290 De Freitas Melo, P., et al., op. cit.

291 Knuutila, A., A. Herasimenka, J. Bright, R. Nielsen, & P. N. Howard. (2020). Junk News Distribution on Telegram. Consulté sur <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2020/07/Junk-News-Distribution-on-Telegram.-Data-Memo.pdf> (Consulté le 23 septembre 2020).

292 Voir par exemple les mesures de WhatsApp pour combattre les utilisations abusives de ces services.

WhatsApp (2019). Stopping Abuse: How WhatsApp Fights Bulk Messaging and Automated Behavior. Consulté sur https://scontent.whatsapp.net/v/t61.22868-34/69510151_652112781951150_6923638360331596993_n.pdf/Stopping-Abuse-white-paper.pdf?_nc_sid=2fbf2a&_nc_ohc=8kN5Smy85pYAX-yQdzz&_nc_ht=scontent.whatsapp.net&oh=80a9f74996b72496ebbb84fa27787c2b&oe=5F872CCF (Consulté le 13 octobre 2020).

293 The Economic Times. (2019). WhatsApp Users Can Now Decide Who Can Add Them To Groups. Consulté sur <https://economictimes.indiatimes.com/tech/internet/whatsapp-users-can-now-decide-who-can-add-them-to-groups/articleshow/71947671.cms?from=mdr> (Consulté le 13 octobre 2020)



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Se conformer aux obligations légales concernant les limitations des fonctionnalités de leurs services (voir ci-dessus).**
- > **Mettre en œuvre d'autres mesures pertinentes telles que :**
 - ◆ **Demander aux utilisateurs d'accepter de recevoir des messages de groupe**²⁹⁴ et ce avant que leurs informations personnelles (noms, photos de profil, numéros de téléphone) ne soient révélées au reste du groupe.
 - ◆ **Permettre aux utilisateurs de choisir qui peut les ajouter dans des groupes** grâce à des paramètres leur permettant de définir quels types de contacts peuvent les ajouter. Par défaut, cette option doit être définie de manière à ce que seuls les contacts du répertoire téléphonique de l'utilisateur puissent ajouter ce dernier à des groupes.
 - ◆ **Limiter les fonctionnalités de transfert de messages** pour réduire les risques d'utilisation abusive. Les fournisseurs de services pourraient limiter les transferts des utilisateurs à un seul groupe de discussion à la fois afin de préserver l'utilité des plateformes en tant que service de messagerie privée tout en rendant leur exploitation plus difficile.²⁹⁵
 - ◆ **Labelliser les messages créés par des bots (robots) ou les messages envoyés par des comptes professionnels.**²⁹⁶
 - ◆ **Lutter contre les messages de masse** et les comportements automatisés en interdisant l'utilisation d'outils externes non approuvés par le fournisseur de services pour gérer les comptes.

4.2. RENFORCER LE RÔLE DES UTILISATEURS

Il est crucial de fournir aux utilisateurs des sources d'information crédibles et des moyens de prendre des décisions en connaissance de cause. Les fournisseurs de services ont déjà adopté certaines mesures à cet égard.

Ils qualifient les messages de « transférés » pour indiquer qu'ils ne proviennent pas d'un contact proche. Cette fonctionnalité, lancée par WhatsApp à la mi-2018, ajoute une icône en forme de flèche simple accompagnée du mot « Transféré » à chaque message transféré²⁹⁷ et, à partir de la mi-2019, une icône en forme de double flèche pour marquer les messages qui sont à au moins cinq transferts de l'expéditeur initial.²⁹⁸ Cependant, la conception de l'application ne fournit pas d'informations détaillées sur la signification de cette icône.

Ils créent des mécanismes pour faciliter la vérification des informations transmises aux utilisateurs. WhatsApp a récemment lancé une fonctionnalité donnant aux utilisateurs la possibilité d'exporter facilement un message vers leur navigateur afin de rechercher plus de contexte.²⁹⁹ Cependant, l'utilisation d'Internet diffère selon les régions du monde. En raison du coût élevé des données, certains utilisateurs achètent des forfaits Internet spécifiques valables pour une durée déterminée : ces forfaits sont largement utilisés pour

294 Contribution d'Avaaz au groupe de travail sur les infodémies.

295 Barrett, P. M. (2019). Disinformation and the 2020 Election: How the Social Media Industry Should Prepare. NYU Stern Center. Consulté sur https://issuu.com/nyusterncenterforbusinessandhumanri/docs/nyu_election_2020_report?fr=sY2QzYzI0MjMwMA (Consulté le 29 septembre 2020).

296 Contribution d'Avaaz au groupe de travail sur les infodémies.

297 WhatsApp Blog (2018). Labeling Forwarded Messages. Consulté sur <https://blog.whatsapp.com/labeling-forwarded-messages> (Consulté le 24 août 2020).

298 WhatsApp FAQ. About forwarding limits. Consulté sur <https://faq.whatsapp.com/general/coronavirus-product-changes/aboutforwarding-limits> (Accessed 30 septembre 2020).

299 WhatsApp Blog. (2020). Search the Web. Consulté sur <https://blog.whatsapp.com/search-the-web> (Consulté le 23 août 2020)

accéder à WhatsApp. Ils couvrent tout ce qui est reçu sur Facebook et WhatsApp, mais ne permettent pas aux utilisateurs d'aller sur Internet pour effectuer des recherches supplémentaires, ou d'accéder au contenu des sites web partagés dans les conversations.

Ils permettent la création de *bots* (robots) pouvant être utilisés pour fournir des informations aux utilisateurs.

De nombreuses applications de messagerie privées offrent cette fonctionnalité, comme WhatsApp, LINE, Telegram et Viber. Plusieurs gouvernements - comme celui de l'Inde,³⁰⁰ qui a lancé un chatbot automatisé sur WhatsApp, et celui de la Serbie³⁰¹ sur Viber - ont créé des *bots* pour partager les informations importantes sur la pandémie, sensibiliser au COVID-19 et répondre aux questions posées par les utilisateurs à ce sujet. Des organisations de la société civile et des agences de *fact-checking* ont également lancé des *bots* similaires, comme CoFacts³⁰² sur LINE ou Comprova³⁰³ sur WhatsApp. Les *bots* sont facilement accessibles aux utilisateurs, qui peuvent envoyer un message à un numéro spécifique ou cliquer sur un lien pour commencer à recevoir des mises à jour et poser des questions spécifiques. Ils sont également faciles à mettre en place pour les organisations. Ces canaux peuvent être particulièrement utiles, notamment dans le contexte de la pandémie de COVID-19. Une étude³⁰⁴ menée au Zimbabwe dans ce contexte a révélé que les messages WhatsApp provenant d'une source de confiance et visant à contrecarrer la désinformation peuvent accroître à la fois les connaissances sur le COVID-19 et les comportements préventifs. Cela confirme le rôle important que jouent les sources fiables dans la lutte contre la désinformation dans des situations internationales confuses.

Cependant, les *bots* ne représentent pas à eux seuls une solution suffisante pour promouvoir la fiabilité de l'information sur les applications de messagerie privées.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

> Les États devraient imposer aux fournisseurs de services :

- ◆ **Une obligation d'informer les utilisateurs de toute nouvelle fonctionnalité ayant un impact sur la conception de l'application, dans toutes les langues et dialectes où le service opère.** Cela peut se faire par le biais de notifications ou d'un canal spécifique dans l'application où le fournisseur de services peut envoyer des mises à jour aux utilisateurs.
- ◆ **Une obligation de protéger la liberté d'opinion des utilisateurs en leur fournissant des moyens de prendre des décisions éclairées sur leurs services.** Les États devraient envisager à cette fin des mesures telles que des obligations de :
 - **labelliser les messages comme étant « transférés » pour indiquer qu'ils ne proviennent pas d'un contact proche.** Et lorsqu'ils labellent des messages comme étant « transférés », les fournisseurs de services devraient fournir des explications détaillées sur la signification du logo ou visuel utilisé.
 - **Labelliser les messages créés par des comptes d'entreprise ou des *bots* (robots).**
 - **Créer des mécanismes pour faciliter la vérification des informations transférées aux utilisateurs.** Il est essentiel de permettre aux utilisateurs

300 1 Singh, M. (2020). India Launches Whatsapp Chatbot to Create Awareness About Coronavirus, Asks Social Media Services to Curb Spread of Misinformation. TechCrunch. Consulté sur <https://techcrunch.com/2020/03/21/india-whatsapp-mygov-corona-helpdesk-bot/> (Consulté le 23 août 2020).

301 Viber. (2020). COVID-19 Info Srbija. Consulté sur <https://chats.viber.com/covid19info> (Consulté le 13 octobre 2020)

302 Coca, N. (2020). op. cit.

303 First Draft News. (n. d.). Comprova. Consulté sur <https://firstdraftnews.org/project/comprova/> (Consulté le 13 octobre 2020).

304 Bowles J., H. Larreguy, & S. Liu. (2020). Countering Misinformation via WhatsApp: Evidence From the COVID-19 Pandemic in Zimbabwe. Center for International Development at Harvard University. Consulté sur <https://www.hks.harvard.edu/sites/default/files/centers/cid/files/publications/faculty-working-papers/2020-05-CID-WP-380-Countering%20Misinformation%20Via%20WhatsApp-Evidence%20from%20the%20COVID-19%20Pandemic%20in%20Zimbabwe.pdf> (Consulté le 3 septembre 2020).

d'accéder à des informations plus contextuelles, mais ces mécanismes ne doivent pas révéler le contenu du message au fournisseur de services.

- ◆ Lorsqu'ils imposent des obligations aux plateformes pour protéger la liberté d'opinion des utilisateurs, les États devraient toujours s'assurer que ces mesures ne puissent pas avoir d'impact négatif sur les droits à la liberté d'opinion et d'expression.
- > Les autorités de régulation nationales indépendantes doivent veiller à ce que les entreprises respectent leurs obligations sur la base des informations fournies par les fournisseurs de services (voir la partie 6 du présent chapitre).



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

Mettre en œuvre d'autres mesures pertinentes telles que :

- > **Fournir des fonctionnalités qui permettent aux utilisateurs de définir le caractère du message et de limiter sa capacité à devenir viral.** Si les utilisateurs peuvent décider si leur message peut être transféré ou non, ils peuvent définir s'ils souhaitent ou non que le message devienne viral. Cela définit un seuil clair entre les messages interpersonnels et les messages viraux, et permet d'appliquer des mesures proportionnelles pour identifier les auteurs en cas de contenu viral illicite.
- > **Restreindre l'utilisation de *bots* (robots) dont le but est de répondre à des demandes d'information** à certains types de sujets tels que les informations scientifiques, les informations sur la santé ou les règles de vote. Les *bots* ne doivent pas devenir un moyen, par exemple, de contrôler le discours politique.
- > **Créer des programmes spécifiques pour subventionner la mise en place de *bots* (robots)** par les agences de *fact-checking*, les organisations locales de la société civile et les médias. Les sources d'information promues doivent répondre à des normes éthiques et professionnelles de production d'informations fiables. Leur identification devrait être basée sur une norme telle que la Journalism Trust Initiative (JTI), établie sous l'égide du Comité européen de normalisation (CEN) en coopération avec des journalistes et des médias du monde entier (voir la section 2.2. du chapitre 3 pour plus de détails).
- > **Permettre aux utilisateurs de signaler les photos reçues dans les conversations à un canal spécifique du service.** Les fournisseurs de services pourraient alors analyser la photo par rapport à une base de données de photos truquées analysées par des agences indépendantes de *fact-checking* et envoyer à l'utilisateur toutes les informations disponibles sur la photo (comme la date à laquelle elle a été prise ou publiée/distribuée, le lieu, etc.)

5. PROTÉGER LES SERVICES DE MESSAGERIE CHIFFRÉE DE BOUT EN BOUT

Récemment, certains États ont proposé une législation inquiétante visant à réglementer les applications de messagerie privées offrant des communications chiffrées de bout en bout. Parmi les cas récents, citons la *Loi sur les fausses nouvelles* brésilienne,³⁰⁵ qui prévoit l'obligation pour les fournisseurs de services de suivre toutes les chaînes de communication et de conserver les métadonnées ; les amendements proposés aux règles indiennes relatives aux technologies de l'information (directives pour les intermédiaires) dans le cadre de la *Loi sur les technologies de l'information*³⁰⁶, qui obligerait les entreprises à être en mesure de tracer l'auteur d'un contenu diffusé sur leur plateforme³⁰⁷ ; et la loi *EARN IT* actuellement en discussion aux États-Unis, qui obligerait les fournisseurs de services à identifier et à retirer les contenus pédopornographiques, une obligation qui pourrait entraîner la mise en place d'une analyse des contenus des clients afin de vérifier l'empreinte digitale (également appelée *hash*) des images et des vidéos envoyées par les utilisateurs par rapport à un ensemble de données de contenus préjudiciables connus.³⁰⁸

L'accès au contenu des messages dans le contexte de la résolution des crimes et de la prévention du terrorisme est une question qui ne sera pas abordée dans ce chapitre. Cette question pourrait faire l'objet d'un futur groupe de travail du Forum sur l'information et la démocratie.

305 Le 30 juin 2020, le Sénat brésilien a adopté le projet de loi n° 2.630, de 2020 (PL 2630/2020), connu sous le nom de « loi sur les fausses nouvelles », visant à lutter contre la propagation de la désinformation sur les réseaux sociaux en ligne, et qui prévoit des obligations de traçage des communications. Voir Aleixo, G., A. Guimarães Gobbato, I. Garcia de Souza, N. Langenegger, R. Lemos, & F. Steibel. (2019). *The Encryption Debate in Brazil*. Carnegie Endowment for International Peace. Consulté sur <https://carnegieendowment.org/2019/05/30/encryption-debate-inbrazil-pub-79219> (Consulté le 20 septembre 2020).

Hartmann, I. A., Y. Curzi, J. Lunes, L. Abbas, & B. Diniz. (2020). Draft Bill no. 2.630, of 2020. Consulté sur <https://docs.google.com/document/d/1MHMDHsVjBi45P11R5IAyoLmZvZk8eULHisYFqGy9X2s/edit> (Consulté le 20 septembre 2020).

306 « Connue en anglais sous le nom de *Information Technology (Intermediaries Guidelines) Rules* encadré par la loi *Information Technology Act*.

307 En décembre 2018, le ministère de l'Électronique et des Technologies de l'information a publié le *Intermediary Liability Guidelines (Amendment) Rules*. Son objectif est de lutter contre la propagation de la désinformation en ligne. Entre autres obligations concernant, il inclut des exigences de traçage pour les entreprises. Voir Arun, C. & N. Nayak. (2016). *Preliminary Findings on Online Hate Speech and the Law in India*. Berkman Klein Center, Harvard. Consulté sur https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2882238 (Consulté le 13 septembre 2020). Quay-de la Vallee, H. (2020). *Proposed Indian Internet Regulations Would Harm Global Internet Security*. Center for Democracy & Technology. Consulté sur <https://cdt.org/insights/proposed-indian-internet-regulations-would-harm-global-internet-security/> (Consulté le 28 septembre 2020).

308 « Pour que les fournisseurs identifient et suppriment les contenus pédopornographiques sur leurs services, le projet de loi exige soit qu'un tiers signale ces contenus, soit que le fournisseur soit en mesure de visualiser chaque élément de contenu passant par son service. » selon Quay-de la Vallee, H. & M. Azarmi. (2020). *The New EARN IT Act Still Threatens Encryption and Child Exploitation Prosecutions*. Center for Democracy & Technology. Consulté sur <https://cdt.org/insights/the-new-earn-it-act-still-threatens-encryption-and-child-exploitation-prosecutions/> (Consulté le 18 septembre 2020). Mullin, J. (2020). *The New EARN IT Bill Still Threatens Encryption and Free Speech*. Electronic Frontier Foundation. Consulté sur <https://www.eff.org/fr/deeplinks/2020/07/new-earn-it-bill-still-threatens-encryption-and-free-speech> (Consulté le 18 septembre 2020).

5.1. DÉFIS TECHNIQUES

Les obligations légales imposées par le régulateur nécessiteraient des changements dans l'architecture technique des applications de messagerie privée. **Il est essentiel de préserver le cryptage de bout en bout, car il s'agit d'un outil essentiel à la protection des droits humains.**³⁰⁹ Dans le monde entier, des journalistes et leurs sources dépendent fortement de la sécurité du chiffrement de bout en bout établi dans les applications de messagerie privées. Alors que les criminels peuvent facilement décider d'utiliser un autre service de messagerie, l'établissement d'un autre canal de communication sécurisé entre un journaliste et une source est compliqué, source d'erreurs, et globalement très difficile à réaliser.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > Les obligations légales imposées par les États ne devraient pas aboutir à la mise en œuvre de protocoles techniques qui pourraient affaiblir le chiffrement de bout en bout, créer de nouvelles vulnérabilités, ou porter atteinte aux normes internationales en matière de liberté d'expression et d'opinion des utilisateurs.
- > Toute mesure imposée par la loi doit être nécessaire, proportionnée et légitime par rapport à l'objectif poursuivi.

5.2. MÉCANISMES DE NOTIFICATION

Dans un système de messagerie chiffrée de bout en bout, un fournisseur de services ne peut pas lire le contenu des messages, mais leurs destinataires le peuvent. Si un utilisateur reçoit un message dont il estime qu'il contient un élément qui va à l'encontre des conditions d'utilisation de l'entreprise, il peut signaler ce message au fournisseur de services par le biais d'un mécanisme de notification. L'un des défis techniques pour permettre aux utilisateurs de faire des signalements réside dans l'authentification du signalement en s'assurant qu'un expéditeur spécifique a bien envoyé le message spécifique à un moment spécifique.³¹⁰ D'un point de vue scientifique, la compréhension de la sécurité de ces mécanismes en est à ses débuts.³¹¹

WhatsApp et la fonction « Conversation secrète » de Facebook Messenger, qui permet aux utilisateurs de créer une conversation chiffrée de bout en bout, permettent tous deux aux utilisateurs de signaler des conversations. Sur WhatsApp, une photo des derniers messages de la conversation est prise du côté client et envoyée au fournisseur de services pour évaluation. Avec la fonction « Conversation secrète », les messages récents dans des conversations sont « déchiffrés et envoyés en toute sécurité depuis l'appareil [de l'utilisateur] à l'équipe d'aide [de Facebook] pour être examinés. »³¹² L'équipe utilise un processus appelé « mécanisme d'affranchissement » (*franking mechanism*)³¹³ pour authentifier

309 Global Partners Digital. (2017). Encryption Policy for Human Rights Defenders. Consulté sur <https://www.gp-digital.org/wp-content/uploads/2017/09/TRAVELGUIDETOENCRYPTIONPOLICY.pdf> (Consulté le 21 août 2020).

310 Mayer, J. (2019). Content Moderation for End-to-End Encrypted Messaging. Consulté sur https://www.cs.princeton.edu/~jrmayer/papers/Content_Moderation_for_End-to-End_Encrypted_Messaging.pdf (Consulté le 29 août 2020).

311 Les premiers travaux à ce sujet semblent être de :

Grubbs, et al. (2017). Message Franking via Committing Authenticated Encryption. Consulté sur <https://eprint.iacr.org/2017/664.pdf> (Consulté le 23 octobre 2020).

312 Facebook. Help Center. (n. d.). How do I report a secret conversation in Messenger?

Consulté sur <https://www.facebook.com/help/messenger-app/android/498828660322839> (Consulté le 29 août 2020).

313 Facebook. (2017). Messenger Secret Conversations, Technical Whitepapers. Version 2.0. Consulté sur <https://fbnewsroom.us.files.wordpress.com/2016/07/messenger-secret-conversations-technical-whitepaper.pdf> (Consulté le 29 août 2020).

les messages reçus. Cela leur permet d'associer chaque message à une déclaration cryptographique d'authenticité, confirmant qu'il a été envoyé par un expéditeur particulier à un moment particulier, sans révéler le contenu du message. Si un utilisateur signale un message au fournisseur de services, ce dernier peut alors vérifier la déclaration d'authenticité et vérifier le message signalé. Facebook n'aura jamais accès aux messages en clair, sauf si un participant à une conversation secrète signale volontairement la conversation. Cependant, les recherches ont montré que ce mécanisme est peu sécurisé.³¹⁴



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > Préciser que les protocoles techniques mis en œuvre pour authentifier les signalements dans les mécanismes de notification des fournisseurs de services doivent être conformes à un ensemble de mesures de protection à mettre en place et à définir en accord avec la société civile et des chercheurs indépendants (voir la partie 7 de ce chapitre sur le renforcement de la recherche).
- > Les États devraient s'abstenir de se livrer à la désinformation en ligne et envisager des mesures qui encouragent les entreprises à lutter contre la désinformation (voir ci-dessous).



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > Les fournisseurs de services qui proposent des mécanismes de signalement doivent permettre qu'un régulateur, des auditeurs indépendants et la communauté des chercheurs procèdent à un audit des protocoles mis en œuvre pour authentifier les rapports. (voir la partie 6 sur les exigences de transparence).
- > Les fournisseurs de services qui offrent des mécanismes de signalement doivent permettre aux utilisateurs de signaler d'éventuels contenus relevant de la désinformation, même sur des canaux privés et chiffrés. Cela permettrait aux fournisseurs de services de répondre à ces signalements en fournissant aux utilisateurs des sources d'information fiables qui ont été publiées sur le sujet qui leur a été signalé. Il est essentiel que les sources d'information promues respectent des normes éthiques et professionnelles de production d'informations fiables. Leur identification devrait s'appuyer sur une norme telle que la *Journalism Trust Initiative (JTI)* établie sous l'égide du CEN et en coopération avec des journalistes et des médias du monde entier. (voir section 2.2. du chapitre 3 pour plus de détails)

314 Des recherches publiées ont montré des moyens de casser le mécanisme d'affranchissement de Facebook. Voir Langkemper, S. (2019). Breaking Message Franking. Consulté sur <https://www.sjoerdlangkemper.nl/2019/11/20/message-franking/> (Consulté le 23 octobre 2020). Grubbs, et al. (2019). Fast Message Franking: From Invisible Salamanders to Encryptment. Consulté sur <https://eprint.iacr.org/2019/016.pdf>. (Consulté le 23 octobre 2020).

5.3. SYSTÈMES DE DÉTECTION DES CONTENUS CONNUS

Cette technique, également appelée *hash-matching*, est déjà une pratique courante parmi les services de courrier électronique, d'hébergement, les réseaux sociaux et certaines applications de messagerie privées, comme Facebook Messenger, qui analyse chaque image envoyée pour détecter les contenus pédopornographiques connus.³¹⁵ Cependant, sur les applications de messagerie chiffrée de bout en bout, les fournisseurs de services ne peuvent pas utiliser les mêmes systèmes de détection de contenus, car ils ne peuvent pas et ne doivent pas accéder au contenu des utilisateurs.

La mise en œuvre technique de tels mécanismes pour identifier les contenus illégaux comme les contenus pédopornographiques, terroristes et extrémistes violents obligerait les fournisseurs de services à modifier l'architecture de leurs applications. Un tel changement aurait plusieurs conséquences, dont le fait d'introduire de nouvelles vulnérabilités dans l'architecture des services. De plus, le système de vérification, censé fonctionner sur l'appareil de l'utilisateur (« côté client »), ne fonctionnerait probablement pas sur le serveur en raison de la taille des bases de données, qui, même dans un format compressé, prendraient trop d'espace.³¹⁶ En outre, un tel système briserait la promesse du chiffrement de bout en bout - le fait que seuls les destinataires prévus puissent lire et comprendre le contenu d'un message - puisque le serveur serait en mesure de décrypter une partie du message.³¹⁷ Enfin, les systèmes de détection de contenu ont toujours un taux de faux positifs et de faux négatifs.³¹⁸ Sur les services non chiffrés, les fournisseurs peuvent examiner manuellement tout signalement et décider s'il s'agit d'un faux-positif ou d'un vrai-positif. Pour les messages chiffrés de bout en bout, il faudrait que le fournisseur soit en mesure de déchiffrer le message, même dans les cas où le test des images se fait uniquement sur l'appareil de l'utilisateur.

Récemment, des chercheurs ont étudié la faisabilité d'un système de détection de contenus connus pour la désinformation en s'appuyant sur des contenus analysés par des agences indépendantes de *fact-checking*. Un tel système vérifierait le « hachage » (également appelé empreinte digitale ou *hash* en anglais) des images et des vidéos envoyées dans la conversation par un utilisateur par rapport à une base de données d'images et de vidéos analysées et connues.³¹⁹



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

> Ne pas imposer de systèmes de détection de contenus connus qui porteraient atteinte au chiffrement de bout en bout.



RECOMMANDATIONS AUX FOURNISSEURS DE SERVICES

> Refuser de mettre en place des systèmes de détection de contenus connus qui remettraient en question le chiffrement de bout en bout. Accepter la détection de contenus connus uniquement sur la base d'un signalement.

315 Frier, S. (2018). Facebook Scans the Photos and Links You Send on Messenger. Bloomberg. Consulté sur <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-04-04/facebook-scans-what-you-send-to-other-people-on-messenger-app> (Consulté le 23 août 2020)

316 Quay-de la Vallee, H., Azarmi, M. (2020), op. cit.

317 Portnoy, E. (2019). Why Adding Client-Side Scanning Breaks End-To-End Encryption. Electronic Frontier Foundation. Consulté sur <https://www.eff.org/deeplinks/2019/11/why-adding-client-side-scanning-breaks-end-end-encryption> (Consulté le 18 septembre 2020)

Crocker, A. & G. Gebhart. (2019). Don't Let Encrypted Messaging Become a Hollow Promise. Electronic Frontier Foundation. Retrieved from <https://www.eff.org/deeplinks/2019/07/dont-let-encrypted-messaging-become-hollow-promise> (Consulté le 18 septembre 2020)

318 Le système de détection de contenu pédopornographique le plus connu est PhotoDNA de Microsoft. Ce système n'est pas documenté publiquement mais, selon les rapports, le taux de faux positifs se situe entre un sur un milliard et un sur dix milliards.

319 Reis, J. C. S., P. Melo, K. Garimella, F. Benevenuto. (2020). Can WhatsApp Benefit from Debunked Fact-Checked Stories to Reduce Misinformation?. The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review. Consulté sur <https://doi.org/10.37016/mr-2020-035> (Consulté le 23 août 2020).

5.4. LE DÉBAT SUR LE TRAÇAGE DU CONTENU

Pour contourner les actions coordonnées malveillantes sur les applications de messagerie privées, plusieurs initiatives réglementaires ont vu le jour afin de tracer l'origine des messages envoyés.³²⁰ Ces projets présentent de nombreux défauts. D'un point de vue technique, de telles obligations encouragent les fournisseurs de services à stocker des quantités massives de métadonnées sur toutes les communications des utilisateurs, allant ainsi à l'encontre de la protection du droit à la vie privée des utilisateurs, les métadonnées étant des données personnelles. De plus, en raison des incertitudes quant aux protocoles techniques que les fournisseurs de services utiliseraient pour satisfaire ces obligations de traçabilité, la technologie de traçage de l'origine du contenu pourrait ajouter des vulnérabilités à leurs services, ce qui affaiblirait la sécurité globale de leurs applications. Enfin, leur mise en œuvre technique pourrait également porter atteinte au chiffrement de bout en bout en lui-même.³²¹



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Ne pas encourager la collecte, le stockage et l'utilisation des métadonnées de toutes les communications des utilisateurs. Tout traitement des métadonnées devrait être pertinent et proportionné en fonction des objectifs pour lesquels ces données sont traitées.**³²²
- > Ne pas criminaliser le partage d'informations sur les applications de messagerie privées. L'existence d'une intention est difficile à prouver et personne ne devrait être puni par la loi pour avoir involontairement diffusé des informations fausses, inexactes ou trompeuses. En outre, l'efficacité des protocoles de traçabilité n'a pas encore été prouvée. Il se pourrait donc que des utilisateurs qui ne sont pas l'expéditeur initial soient accusés.



RECOMMANDATIONS AUX FOURNISSEURS DE SERVICES

- > Limiter la collecte, le stockage et l'utilisation des métadonnées des utilisateurs à des fins légitimes, spécifiques et explicites.³²³

³²⁰ Voir la partie 5.1 de ce chapitre pour plus de détails sur les projets réglementaires du Brésil et de l'Inde.

³²¹ Rodriguez, K. & S. Schoen. (2020). FAQ: Why Brazil's Plan to Mandate Traceability in Private Messaging Apps Will Break User's Expectation of Privacy and Security. Consulté sur <https://www.eff.org/fr/deeplinks/2020/08/faq-why-brazils-plan-mandatetraceability-private-messaging-apps-will-break-users> (Consulté le 18 septembre 2020).

Maheshwari, N. (2020). Traceability Under Brazil's Proposed Fake News Law Would Undermine Users' Privacy and Freedom of Expression. Center for Democracy and Technology. Consulté sur <https://cdt.org/insights/traceability-under-brazils-proposed-fakenews-law-would-undermine-users-privacy-and-freedom-of-expression/> (Consulté le 18 septembre 2020)

³²² Rodriguez, K. & S. Schoen. (2020). op. cit.

³²³ Ibid.

6. CLARIFIER LES OBLIGATIONS DE TRANSPARENCE

Comme les réseaux sociaux, les applications de messagerie privées doivent être soumises à des obligations de transparence claires. Ces obligations plus larges sont détaillées dans le premier chapitre de ce rapport. Des recommandations spécifiques sont détaillées ci-dessous.



RECOMMANDATIONS AUX ÉTATS

- > **Imposer par la loi des obligations de transparence aux applications de messagerie privées** (voir la partie 1.1 du chapitre 1). Les obligations de transparence devraient inclure **la manière dont les fournisseurs de services mettent en œuvre et respectent leurs propres conditions d'utilisation de service et leurs politiques internes, la manière dont les protocoles et algorithmes techniques fonctionnent et avec quels objectifs, la manière dont les métadonnées des utilisateurs sont utilisées, les activités menées pour identifier les risques de préjudice et les effets négatifs de leurs activités sur les utilisateurs et d'autres personnes.**
- > La gouvernance de la transparence devrait suivre un modèle similaire à celui présenté dans la partie 2 du chapitre 1. Le cadre de transparence devrait être supervisé par une autorité de régulation indépendante. La partie 2 du chapitre 1 fournit une explication détaillée de la manière dont, dans différentes parties du monde, les États peuvent mettre en œuvre ce régime de responsabilité.
- > Afin de permettre à des auditeurs et chercheurs indépendants ainsi qu'aux autorités de régulation indépendantes d'effectuer des audits sur les obligations de transparence tout en préservant la vie privée des utilisateurs, un système d'accès à l'information à trois niveaux similaire à celui présenté ci-avant, pourrait être proposé (voir la partie 2.3 du chapitre 1).³²⁴ Les informations et les données qui devraient être divulguées par les fournisseurs de services sont détaillées ci-dessous.
- > Les mêmes sanctions pour le non-respect des obligations de transparence doivent être appliquées que celles définies dans la partie 2.5 du chapitre 1.

³²⁴ Dans ce système à trois niveaux défini dans la partie 2.3. du chapitre 1, les trois niveaux d'information définis sont : (1) pour les utilisateurs ; (2) pour les chercheurs, les auditeurs indépendants et les régulateurs ; (3) l'accès aux données restreintes dans des circonstances limitées, comme pour une enquête.

Obligations de transparence des États

- > **Les États devraient publier des rapports de transparence détaillés sur toutes les demandes relatives au contenu adressées aux fournisseurs de services.**³²⁵ Ces rapports devraient être mis à la disposition du public et devraient inclure :
 - ◆ Le nombre et la nature des demandes de restriction adressées aux fournisseurs. Les États devraient justifier ces demandes en indiquant les fondements juridiques sur lesquels elles s'appuient, y compris celles fondées sur les traités internationaux d'assistance judiciaire mutuelle.
 - ◆ Les réponses et les mesures prises par les fournisseurs de services à la suite des demandes des États.
 - ◆ Un accès public à tous les accords passés avec les fournisseurs de services.



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

Les informations et les données qui devraient être rendues accessibles par les fournisseurs de services à chaque niveau du cadre de transparence sont les suivantes :

	(1) Tous les utilisateurs	(2) Chercheurs habilités & régulateurs	(3) Accès restreint aux régulateurs & chercheurs approuvés par les régulateurs
Nature de l'information			
Conditions générales d'utilisation, règles de la communauté, politiques internes, règles d'application, notification de changements	Oui	Standards de mise en œuvre	
Notification pour violation des conditions générales d'utilisation (CGU) ou des lois	Utilisateur qui fait le signalement et utilisateur dont le contenu est visé	Oui	
Comptes bloqués et bannis, groupes supprimés, comptes et groupes maintenus		Oui	

325 Voir le principe 6.c des Principes de Manille : <https://www.manilaprinciples.org/> Kaye, D. (2018). Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression. United Nations. Consulté sur <https://www.undocs.org/A/HRC/38/35> (Consulté le 17 septembre 2020). para 69. Pírková, E. & J. Pallero. (2020). op. cit. Il propose une liste détaillée des catégories de données qui devraient être incluses dans les rapports périodiques de transparence des États.

Notification des utilisateurs et mécanisme de recours	Si le compte d'un utilisateur est banni, ou si un groupe est supprimé, avec des explications sur les procédures de recours	Oui	
Protocoles techniques et techniques automatisées de modération de contenu		Oui	Oui
Information sur l'utilisation des données des utilisateurs	Oui	Oui	
Évaluation en matière de droits humains	Résumé	Oui	

Les fournisseurs de services devraient :

- > Mettre à la disposition du public, dans toutes les langues et tous les dialectes des pays où leurs services sont fournis, **les conditions générales d'utilisation, les règles de la communauté, les politiques internes, les règles d'application et des notifications de changements** (voir la partie 1.2 du chapitre 1 pour plus de détails).
- > Expliquer clairement la procédure permettant de signaler les contenus ou les groupes **en violation des conditions d'utilisation** ou de la loi (voir la partie 3.2 de ce chapitre et la partie 1.3 du chapitre 1 pour plus de détails).
 - ◆ Les fournisseurs de services doivent être transparents quant aux sanctions appliquées lorsque des utilisateurs ou des groupes enfreignent leurs conditions de service ou les lois. Ils devraient préciser :
 - dans quels cas un groupe est fermé ;
 - dans quels cas un utilisateur est banni temporairement ou définitivement ;
 - dans quels cas ces deux situations se sont produites simultanément ;
 - les raisons de ces sanctions.
- > Rendre accessibles **des données granulaires et standardisées concernant les demandes et les procédures liées au contenu**, notamment en ce qui concerne les comptes bloqués et interdits, les suppressions de groupes, ainsi que les comptes et les groupes maintenus (voir les parties 1.3.a et 1.3.b du chapitre 1). Ces données devraient comprendre :
 - ◆ le nombre de tous les signalements reçus, dont :
 - le nombre de conversations d'une personne à une autre signalées ;
 - le nombre de groupes signalés (avec le nombre moyen d'utilisateurs dans chaque groupe) ;
 - ◆ le nombre de comptes et de groupes qui ont été supprimés, ainsi qu'une ventilation des raisons pour lesquelles il y a eu violation des conditions de service :
 - par décision automatisée, en précisant les critères appliqués, et en publiant le taux d'exactitude ;
 - par décision humaine, en précisant les critères appliqués et en publiant le taux d'exactitude. Les fournisseurs de services devraient partager les statistiques sur la fiabilité individuelle de chaque examinateur humain ;
 - ◆ le type d'entités ayant émis le signalement, notamment les parties privées, les organes administratifs ou les tribunaux ;

- ◆ les éléments d'appréciation de la légalité du contenu, ou de la manière dont il enfreint les conditions générales d'utilisation ;
 - ◆ le nombre de recours reçus et la manière dont ils ont été résolus ;
 - ◆ dans le cas de services de messagerie chiffrée :
 - le nombre de demandes qui n'ont pu être résolues en raison d'un manque d'informations.
- > Rendre accessibles des informations relatives à leurs politiques de collecte, de stockage, de conservation, d'utilisation, de vente et de partage **des données des utilisateurs**, y compris des métadonnées.
- ◆ Ces informations devraient comprendre :
 - quelles métadonnées sont collectées, et dans quel but ;
 - où et comment les données sont stockées ;
 - la durée de conservation ;
 - la durée de leur utilisation (dans le cadre d'opérations de modération des contenus, ou entre les services de la plateforme) ;
 - avec qui les données sont partagées (y compris entre leurs propres services) et sous quelles conditions ;
 - ◆ Les utilisateurs devraient avoir la possibilité d'exporter un rapport sur les informations et paramètres relatifs à leur compte.
- > **Notifier les utilisateurs et les informer sur les mécanismes de recours** (voir la partie 3.2 de ce chapitre pour plus de détails).
- > **Fournir les protocoles techniques et les techniques automatisées de modération du contenu, si possible** (voir la partie 1.4 du chapitre 1 pour plus de détails).
- ◆ Les fournisseurs de services devraient publier de manière claire et transparente des informations importantes et facilement compréhensibles sur les processus utilisés, leurs objectifs, et comment les décisions sont prises par ces processus.³²⁶
 - ◆ Les protocoles techniques et l'automatisation, ainsi que leurs résultats, devraient être régulièrement examinés, et leurs processus affinés, afin d'atténuer les risques identifiés ci-dessus.³²⁷
 - ◆ L'accès peut être réservé à des auditeurs qui sont soumis à une obligation de confidentialité.
- > **Permettre la transparence de leurs activités afin d'identifier les risques de préjudices et les effets négatifs de leurs activités** (voir la partie 1.8 du chapitre 1 pour plus de détails).

326 Global Partners digital. (2018). A rights-respecting model of online content regulation by platforms. Consulté sur <https://www.gp-digital.org/wp-content/uploads/2018/05/A-rights-respecting-model-of-online-content-regulation-byplatforms.pdf> (Consulté le 21 août 2020). p.22.

327 Ibid.

7. RENFORCER LA RECHERCHE

Les applications de messagerie privées restent un champ d'étude assez peu exploré. Les recherches actuelles se concentrent principalement sur WhatsApp et, dans une moindre mesure, sur Telegram. Cela est dû en partie au manque d'informations et de données disponibles pour les chercheurs, en raison de la nature fermée de ces systèmes de messagerie. Les recherches actuelles se concentrent sur les données des groupes publics, c'est-à-dire les URL des groupes qui peuvent être trouvés sur Internet,³²⁸ ou sur des enquêtes, des groupes de discussion et des entretiens menés avec les utilisateurs locaux.³²⁹



RECOMMANDATIONS AUX **ÉTATS**

- > Augmenter le financement et le soutien de la recherche indépendante dans le domaine des applications de messagerie privées afin de permettre une analyse et une prise de décision s'appuyant sur des connaissances scientifiques.
- > **Financer un institut de recherche international spécialisé dans le domaine des applications de messagerie privées, afin d'élaborer des recommandations de politiques publiques et de mener plus de recherches sur des options permettant de limiter la viralité de la désinformation tout en respectant les droits humains.**
- > Promouvoir la recherche indépendante et les collaborations multipartites.
- > Encourager les fournisseurs de services à mener des recherches pour limiter la viralité de la désinformation sur leurs services dans le respect des droits.³³⁰



RECOMMANDATIONS AUX **FOURNISSEURS DE SERVICES**

- > **Coopérer avec des chercheurs indépendants et la société civile par le biais de financements et de programmes visant à mener des recherches scientifiques sur leurs services.**
- > Partager des métadonnées non privées, telles que des données anonymisées ou des statistiques globales de trafic, afin de leur permettre d'étudier ces services et le mouvement des informations sans aucune information d'identification.

328 Voir par exemple

Garimella, K. & G. Tyson. (2018). WhatsApp, Doc? A First Look at WhatsApp Public Group Data. Consulté sur <https://arxiv.org/abs/1804.01473> (Consulté le 20 août 2020).

Moreno, A., P. Garrison, & K. Bhat. (2017). Whatsapp for Monitoring and Response During Critical Events: Aggie in the Ghana 2016 Election. Consulté sur https://collections.unu.edu/eserv/UNU:6189/iscram_unu_cs.pdf (Consulté le 20 août 2020).

329 Voir par exemple

Pasquetto, I. V. et al. (2020). Understanding Misinformation on Mobile Instant Messengers (MIMs) in Developing Countries. Shorenstein Center. Consulté sur <https://shorensteincenter.org/misinformation-on-mims/> (Consulté le 30 septembre 2020).

330 Contribution de Global Partners Digital au groupe de travail sur les infodémies.

- > Partager des métadonnées non privées par le biais d'environnements virtuels fermés³³¹ ou de zones sécurisées pour la recherche,³³² dans lesquelles les chercheurs peuvent accéder à des données sensibles et les analyser (voir la partie 2 du chapitre 1 sur l'audit des obligations de transparence).
- > Investir davantage dans les recherches consacrées à la mise en œuvre de la confidentialité différentielle - une norme permettant d'anonymiser les données individuelles des utilisateurs tout en garantissant le respect de la vie privée - afin de partager les métadonnées avec les institutions universitaires de manière privée et sécurisée (voir la partie 1.1 du chapitre 1).³³³
- > Investir davantage dans la recherche afin de comprendre comment leurs services sont utilisés dans les contextes locaux. Cela permettrait aux fournisseurs de services d'être plus proactifs que réactifs face aux utilisations abusives de leurs services.



RECOMMANDATIONS À LA **COMMUNAUTÉ ACADÉMIQUE**

- > Développer des normes éthiques - ou adapter celles déjà existantes - qui permettraient de mener à bien des recherches sur les groupes fermés au sein de services de messagerie.³³⁴
- > Faire des recherches sur les répercussions des mécanismes et protocoles (tels que le « mécanisme d'affranchissement » ou franking mechanism - voir la partie 5.2 de ce chapitre) mis en œuvre par les entreprises sur la sécurité des systèmes de messagerie chiffrés de bout en bout.

331 Contribution d'AlgorithmWatch au groupe de travail sur l'infodémie, définissant un cadre complet d'accès aux données pour les plateformes.

332 Aral, S. (2020). The Hype Machine. London: Random House. p.312

333 Aral, S. (2020). op. cit., p.216.

Y est définie la confidentialité différentielle comme « une norme permettant de rendre les données des individus anonymes, afin qu'elles puissent être examinées pour comprendre les schémas de manipulation électorale et de criminalité, tout en garantissant l'anonymat des consommateurs individuels ».

334 Riedel, A. C. (2020). Behind Closed Curtains, Disinformation on Messaging Services. Consulté sur <https://shop.freiheit.org/#!/Publikation/918> (Consulté le 5 octobre 2020). p. 22

PROCHAINES ÉTAPES

Une nouvelle structure de gouvernance mondiale pour les technologies numériques est nécessaire afin d'assurer un contrôle démocratique efficace et coordonné sur les plateformes. Les recommandations de ce groupe de travail pourraient servir d'inspiration pour établir son cadre initial.

La « désinformation »³³⁵ et la « mésinformation »³³⁶ sont endémiques chez les fournisseurs de services en ligne qui structurent l'espace mondial de l'information et de la communication,³³⁷ car leur modèle économique repose sur la collecte de données et l'engagement émotionnel pour capter l'attention des utilisateurs. Les fournisseurs de services en ligne monétisent les publicités et le ciblage des utilisateurs. Ce modèle économique a été qualifié par certains de « modèle économique de désinformation à but lucratif. »³³⁸

La désinformation à grande échelle pourrait être considérée comme le revers de la médaille des prouesses produites par les plateformes numériques. Le professeur Sinan Aral³³⁹ du MIT a constaté que les fausses informations sur Twitter se propagent six fois plus vite que les vraies³⁴⁰ et touchent en moyenne 100 000 personnes, contre 1 000. « Les fausses informations se diffusent plus loin, plus vite, plus profondément et plus largement que les vraies, dans toutes les catégories d'informations que nous avons étudiées », explique M. Aral.³⁴¹ « Et ce, parfois d'un ordre de grandeur. »

Il est temps de compléter le cadre actuel d'autorégulation dont les entreprises privées tirent profit. Il est temps de réglementer et de co-réguler³⁴² de manière intelligente et proportionnée, voire d'envisager d'interdire certaines pratiques actuellement utilisées afin de protéger les utilisateurs et nos démocraties. Il est temps de donner la priorité à la sécurité des utilisateurs et de nos démocraties.

Les annonces quasi quotidiennes de nouvelles politiques de modération des contenus par Facebook, Twitter et d'autres fournisseurs de services en ligne ne sont que des mesures de lutte pour tenter de calmer le feu, ce qui ne fait que renforcer l'urgence de créer un nouveau modèle de régulation. L'incendie n'est pas maîtrisé.

Les entreprises devraient appliquer des principes de précaution. Certains considèrent même que les plateformes devraient avoir une obligation fiduciaire envers les utilisateurs, et que certaines devraient être réglementées comme des monopoles naturels, des services publics ou des fournisseurs d'infrastructures de services essentiels.

Ce groupe de travail s'est penché sur quatre défis structurels, mais il est urgent de s'attaquer à des problèmes interconnectés tels que les moyens de financer davantage le journalisme indépendant³⁴³ et la recherche universitaire indépendante sur l'impact des plateformes, le développement de l'éducation aux médias et à l'information³⁴⁴ et le *fact-checking*.

335 Désinformation : Informations fausses et délibérément créées pour nuire à une personne, un groupe social, une organisation ou un pays, telle que définie par l'UNESCO:
UNESCO. (2020). Journalism, 'Fake News' and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training.
Consulté sur <https://en.unesco.org/fightfakenews> (Consulté le 21 octobre 2020).

336 Mésinformation : Informations fausses mais non créées dans l'intention de nuire, telle que définie par l'UNESCO, op. cit.

337 Tel que défini dans le Partenariat pour l'information et la démocratie :

International Partnership on Information & Democracy (2019).

Consulté sur <https://informationdemocracy.org/international-partnership-on-information-democracy/> (Consulté le 21 octobre 2020)

338 Par certains experts interrogés dans le documentaire Netflix, *The Social Dilemma*.

339 Membre du comité de pilotage..

340 Blanding, M. (2020). How Hype Proliferates. Spectrum. Consulté sur <https://spectrum.mit.edu/spring-2020/how-hype-proliferates/> (Consulté le 5 octobre 2020)

341 Le livre le plus récent d'Aral est *The Hype Machine*, publié en septembre 2020 par Random House

342 Régulation des États, appliquée par les gouvernements ; autorégulation, exercée par les plateformes ; et la co-régulation, entreprise par les gouvernements et les plateformes ensemble par le biais d'accords obligatoires ou volontaires, comme résumé dans Pirková, E. & J. Palleró. (2020). 26 Recommendations on Content Governance: a Guide for Lawmakers, Regulators, and Company Policy Makers. Access Now. Consulté sur <https://www.accessnow.org/cms/assets/uploads/2020/03/Recommendations-On-ContentGovernance-digital.pdf> (Consulté le 21 octobre 2020).

343 EURACTIV (2020). Media Recovery Beyond Regulation: a NEWS Bundle Across Creative Europe and Horizon, like MEDIA. Consulté sur <https://www.euractiv.com/section/digital/opinion/media-recovery-beyond-regulation-a-news-bundle-across-creativeeurope-and-horizon-like-media/> (Consulté le 21 octobre 2020).

344 Posetti, J. & K. Bontcheva. (2020). Freedom of Expression and Addressing Disinformation on the Internet. Chapter 8 : Balancing Act: Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression. Broadband Commission. Consulté sur https://en.unesco.org/sites/default/files/8_challenges_and_recommended_actions_248_266_balancing_act_disinfo.pdf (Consulté le 19 octobre 2020)

Plus important encore, il est urgent d'aborder les sujets de la concurrence, la question de la responsabilité des plateformes³⁴⁵ et la protection réelle des données.³⁴⁶ Les données sont les richesses du monde numérique.³⁴⁷ Comme l'a dit l'ancien président de la Commission fédérale des communications (FCC), Tom Wheeler : « Il est temps de se concentrer sur l'accaparement des données par les plateformes et non sur ses effets »³⁴⁸ Il serait probablement souhaitable à court terme que le Forum sur l'information et la démocratie crée un groupe de travail consacré à la protection des données dans le contexte mondial.³⁴⁹

De nouvelles approches en matière de sécurité et des standards de qualité dans la conception devraient être davantage explorées. Les applications de messagerie privées sont la source de défis complexes dans la lutte contre la désinformation. Le chiffrement de bout en bout, le secret de la correspondance et le droit à la vie privée des personnes doivent être protégés dans ces nouveaux espaces mixtes privés-publics. De nombreuses réponses doivent encore être trouvées.

Sur tous ces enjeux interdépendants, la réglementation et la co-régulation doivent continuer à être étudiées avec soin, et il convient de s'abstenir de suivre une voie exclusivement centrée sur les suppressions de contenu, ce qui pourrait mener à la création d'un cadre de censure. L'innovation ne doit pas être étouffée par la réglementation. Dans le même temps, il est crucial d'empêcher un transfert des obligations des États vers les plateformes, comme la privatisation de l'application de la loi ou la régulation de l'expression. Les projets actuels de régulation dans des régimes autoritaires et des démocraties consolidées à cet égard sont préoccupants. « Un système de régulation démocratique et équilibré devrait également protéger les plateformes des pressions illégitimes des gouvernements et des autres parties prenantes, » souligne à juste titre OBSERVACOM dans sa contribution à ce groupe de travail.³⁵⁰

Le Forum sur l'information et la démocratie peut jouer un rôle de premier plan dans l'invention de nouveaux modèles de régulation publique et de co-régulation³⁵¹ pour le cadre de gouvernance mondiale dont nous avons tant besoin.³⁵²

Cela a été fait lors des précédentes révolutions technologiques, que ce soit avec la radio, les avions, les produits pharmaceutiques ou l'énergie nucléaire. L'un des nouveaux défis à relever est de pouvoir s'adapter au caractère constamment évolutif de l'intelligence artificielle (IA) et des algorithmes d'apprentissage automatique (en anglais *machine learning*). Cela est possible.

Les étapes vers un changement concret seront menées par un groupe de gouvernements partageant les mêmes idées et travaillant en étroite collaboration avec la société civile, tels que les États qui ont signé le Partenariat international pour l'information et la démocratie.

Ces recommandations devraient les guider dans la création d'une nouvelle structure de gouvernance mondiale pour la technologie numérique.

345 Actuellement, en vertu du droit international, la responsabilité des entreprises ne s'applique pas à l'égard des plateformes dont les produits, les services ou les opérations causent, contribuent ou sont directement liés à la commission de violations des droits humains. En parallèle, plusieurs États ont lancé ou étudient actuellement l'imposition d'une responsabilité aux plateformes pour la modération du contenu.

346 Il y a eu des derniers développements intéressants avec le California Consumer Privacy Act, le Global Privacy Control, etc.

347 « La richesse extraite des individus dans le contexte de l'internet grand public n'est généralement pas monétaire, mais plutôt une combinaison nouvelle et complexe de données personnelles et d'attentions individuelles. Voir Ghosh, D. (2020). *Terms of Disservice*. Washington, DC : Brookings. p. 216.

348 Lors du débat Breaking Up Big Tech, organisé par la Brookings Institution le 4 août 2020. Voir, <https://www.brookings.edu/events/breaking-up-big-tech/>

349 L'exploration de la limitation de la collecte de données, du micro-ciblage néfaste, de la réglementation du courtage de données, de l'industrie de l'influence numérique et de l'application de la portabilité des données.

350 Observacom et al., (juillet 2020). *Standards for the Democratic Regulation of Large Content Platforms to Ensure Freedom of Expression Online and an Open and Free Internet*. Contribution à ce groupe de travail.

351 Par exemple, un Conseil de stabilité numérique (voir : <https://www.cigionline.org/articles/digital-platforms-require-global-governance-framework/>), un ou plusieurs Conseils des réseaux sociaux (voir : [https://www.cigionline.org/articles/social-media-council-bringing-human-rights-standards-content-modération-médias-sociaux/](https://www.cigionline.org/articles/social-media-council-bringing-human-rights-standards-content-moderation-médias-sociaux/)) et un Médiateur de l'Internet (voir : <https://pace.coe.int/en/files/28728/html>).

352 La co-régulation fait référence à un système dans lequel les orientations générales et les résultats attendus des politiques des plateformes sont définis dans un instrument juridique, avec la contribution de multiples secteurs, qui doit être appliqué directement par les plateformes en tenant compte du contexte local et régional et conformément aux principes des droits humains. Un organisme approprié, présentant des garanties d'indépendance et d'autonomie, doit superviser l'application de ces normes par les entreprises. Observacom et al. (juillet 2020), op. cit.

BIBLIOGRAPHIE SÉLECTIVE

CHAPITRE 1

Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania (2020). *Freedom and Accountability A Transatlantic Framework for Moderating Speech Online*. Retrieved from: <https://www.annenbergpublicpolicycenter.org/feature/transatlantic-working-group-freedom-and-accountability/> (Consulté le 3 août 2020).

Bradford, B., F. Grisel, T. Meare, E. Owens, B. Pineda, J. Shapiro, T. Tyler, & D. Peterman. (2019). *Report Of The Facebook Data Transparency Advisory Group*. The Justice Collaboratory. Retrieved from https://law.yale.edu/sites/default/files/area/center/justice/document/dtag_report_5.22.2019.pdf (Consulté le 5 septembre 2020).

Creating a French Framework to Make Social Media Platforms More Accountable: Acting in France with a European Vision. (2019) . Retrieved from: https://minefi.hosting.augure.com/Augure_Minefi/r/ContenuEnLigne/Download?id=AE5B7ED5-2385-4749-9CE8-E4E1B36873E4&filename=Mission%20Re%CC%81gulation%20des%20re%CC%81seaux%20sociaux%20-ENG.pdf (Consulté le 20 Septembre 2020).

European Partnership for Democracy. (March 2020). *Virtual Insanity? The Need to Guarantee Transparency in Digital Political Advertising*. Retrieved from <https://epd.eu/wp-content/uploads/2020/04/Virtual-Insanity-synthesis-of-findings-on-digital-political-advertising-EPD-03-2020.pdf> (Consulté le 6 Septembre 2020).

Kaye, D. (2018). *Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression*. Retrieved from <https://www.undocs.org/A/HRC/38/35> (Consulté le 10 Août 2020).

Pírková, E. & J. Pallero. (2020). *26 Recommendations on Content Governance: a Guide for Lawmakers, Regulators, and Company Policy Makers*. Access Now. Retrieved from <https://www.accessnow.org/cms/assets/uploads/2020/03/Recommendations-On-Content-Governance-digital.pdf> (Consulté le 21 Octobre 2020).

MacCarthy, M. (2020). *Transparency Requirements for Digital Social Media Platforms: Recommendations for Policy Makers and Industry*. Annenberg Public Policy Center. Retrieved from https://cdn.annenbergpublicpolicycenter.org/wp-content/uploads/2020/06/Transparency_TWG_MacCarthy_Feb_2020.pdf (Consulté le 18 Août 2020).

MacCarthy, M. (2020). *A Dispute Resolution Program for Social Media Companies*. Brookings. Retrieved from <https://www.brookings.edu/research/a-dispute-resolution-program-for-social-media-companies/> (Consulté le 20 Octobre 2020).

Maréchal, N. & E. Roberts Biddle. (2020). *It's Not Just the Content, It's the Business Model: Democracy's Online Speech Challenge*. Key Transparency Recommendations for Content Shaping and Moderation. *Ranking Digital Rights*. Retrieved from <https://www.newamerica.org/oti/reports/its-not-just-content-its-business-model/key-transparency-recommendations-for-content-shaping-and-moderation/> (Consulté le 2 Septembre 2020).

Maréchal, N., R. MacKinnon, & J. Dheere. (2020). *Getting to the Source of Infodemics: It's the Business Model*. Key Recommendations for Policymakers. *New America*. Retrieved from <https://www.newamerica.org/oti/reports/getting-to-the-source-of-infodemics-its-the-business-model/key-recommendations-for-policymakers> (Consulté le 1 Septembre 2020).

Observacom. (July 2020). *A Latin American Perspective for Content Moderation Processes that are Compatible with International Human Rights Standards—Contribution to this working group*.

Posetti, J. & K. Bontcheva. (2020). *Freedom of Expression and Addressing Disinformation on the Internet*. Chapter 8 : *Balancing Act: Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression*. Broadband Commission. Retrieved from https://en.unesco.org/sites/default/files/8_challenges_and_recommended_actions_248_266_balancing_act_disinfo.pdf (Consulté le 19 Octobre 2020).

Wheeler, T., P. Verveer, & G. Kimmelman. (2020). *New Digital Realities; New Oversight Solutions*. Retrieved from <https://shorensteincenter.org/new-digital-realities-tom-wheeler-phil-verveer-gene-kimmelman/> (Consulté le Septembre 1, 2020).

CHAPITRE 2

Barrett, Paul M. (June 2020). *Who Moderates the Social Media Giants? A Call to End Outsourcing*. NYU Stern Center for Business and Human Rights. Retrieved from <https://bhr.stern.nyu.edu/tech-content-moderation-june-2020>. (Consulté le Octobre 25, 2020).

Council of Europe Parliamentary Assembly. (2020). *Towards an Internet Ombudsman Institution*. Retrieved from <https://pace.coe.int/en/files/28728/html> (Consulté le 12 Octobre 2020).

Domino, J. (2 January 2020). *How Myanmar's Incitement Landscape can Inform Platform Regulation in Situations of Mass Atrocity*. *Opinio Juris*. Retrieved from <http://opiniojuris.org/2020/01/02/how-myanmars-incitement-landscape-can-inform-platform-regulation-in-situations-of-mass-atrocity/> (Consulté le Octobre 12, 2020).

Douek, E. (2020). *COVID-19 and Social Media Content Moderation*. *Lawfare*. Retrieved from <https://www.lawfareblog.com/covid-19-and-social-media-content-moderation> (Consulté le 12 Octobre 2020).

Fay, R. (2019). *Digital Platforms Require a Global Governance Framework (on Creating a Digital Stability Board)*. Center for International Governance Innovation. Retrieved from <https://www.cigionline.org/articles/digital-platforms-require-global-governance-framework> (Consulté le 12 Octobre 2020).

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media*. Retrieved from: <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300173130/custodians-internet>

Gonzales, G. (2020). Increasing Sharing Friction, Trust, and Safety Spending may be Key Facebook Fixes. Rappler. Retrieved from <https://www.rappler.com/technology/features/tristan-harris-aza-raskin-maria-ressa-undivided-attention-podcast> (Consulté le 1 Novembre 2020).

Kaye, D., (2015). *Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression*. Retrieved from https://freedex.org/wp-content/blogs.dir/2015/files/2015/10/Dkaye_encryption_annual_report.pdf (Accessed 17 Août 2020).

Kaye, D. (2019). *Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression*. Retrieved from https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Opinion/A_74_486.pdf (Consulté le 17 Août 2020).

Observacom. (2020). A Latin American Perspective for Content Moderation Processes that are Compatible with International Human Rights Standards—Contribution to this working group.

Ong, J. C. & R.Tapsell. (May 2020). *Mitigating Disinformation in Southeast Asian Elections: Lessons from Indonesia, Philippines and Thailand*. NATO StratCom Centre of Excellence. Retrieved from www.stratcomcoe.org/mitigating-disinformation-southeast-asian-elections (Consulté le 12 Octobre 2020).

Organization for Security and Cooperation in Europe (OSCE). (2020). *Joint Declaration on Freedom of Expression and Elections in the Digital Age*. Retrieved from: <https://www.osce.org/representative-on-freedom-of-media/451150> (Consulté le 2 Novembre 2020).

Marantz, A. (2020). Why Facebook Can't Fix Itself. *The New Yorker*. Retrieved from https://www.newyorker.com/magazine/2020/10/19/why-facebook-cant-fix-itself?mc_cid=a2705e31cc&mc_eid=dd9bd17d22 (Consulté le 20 Octobre 2020).

Scheinin, M. (2010). *Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms While Countering Terrorism. Ten Areas of Best Practices in Countering Terrorism*. A/HRC/16/51 Human Rights Council. Retrieved from <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G10/178/98/PDF/G1017898.pdf?OpenElement>

Schiffirin, A. (2020). *Beyond Transparency: Regulating Online Political Advertising*. Roosevelt Institute. Retrieved from <https://rooseveltinstitute.org/publications/beyond-transparency-regulating-online-political-advertising/> (Consulté le 27 Octobre 2020).

Wingfield, R., I. Tuta, & T. Bansal, (2020). *The Tech Sector and National Action Plans on Business and Human Rights*. The Danish Institute of Human Rights. Retrieved from <https://www.humanrights.dk/publications/tech-sector-national-action-plans-business-human-rights> (Consulté le 12 Octobre 2020).

United Nations. (2011). The UN Guiding Principles on Business and Human Rights: Implementing the 'Protect, Respect, Remedy' Framework was Unanimously Endorsed by the UN Human Rights Council in Resolution 17/4. Retrieved from <https://undocs.org/en/A/HRC/RES/17/4> (Consulté le 12 Octobre 2020).

United Nations. (2019). *UN Strategy and Plan of Action on Hate Speech*. Retrieved from: <https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/UN%20Strategy%20and%20Plan%20of%20Action%20on%20Hate%20Speech%2018%20June%20SYNOPSIS.pdf> (Consulté le 1 Novembre 2020).

United Nations. (2020). *United Nations Guidance Note on Addressing and Countering COVID-19-Related Hate Speech*. Retrieved from: <https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/Guidance%20on%20COVID-19%20related%20Hate%20Speech.pdf> (Consulté le 1 Novembre 2020).

United Nations Human Rights Office of the High Commissioner. (2020). *Rabat Plan of Action on the Prohibition of Advocacy of National, Racial or Religious Hatred that Constitutes Incitement to Discrimination, Hostility or Violence*. Retrieved from: <https://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/TheRabatPlanofAction.aspx> (Consulté le 1 Novembre 2020).

CHAPITRE 3

Goodman, E. (2020). Digital Information Fidelity and Friction. Knight First Amendment Institute at Columbia University. Retrieved from <https://knightcolumbia.org/content/digital-fidelity-and-friction> (Consulté le 8 Octobre 2020).

Posetti, J. & K. Bontcheva. (2020). *Freedom of Expression and Addressing Disinformation on the Internet*. Chapter 8 : Balancing Act: Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression. Broadband Commission. Retrieved from https://en.unesco.org/sites/default/files/8_challenges_and_recommended_actions_248_266_balancing_act_disinfo.pdf (Consulté le 9 Octobre 2020).

Radsch, Courtney C. (2020). Tech Platforms Struggle to Label State-controlled Media. Committee to Protect Journalists. Retrieved from <https://cpj.org/2020/08/tech-platforms-struggle-to-label-state-controlled-media/> (Consulté le 2 Octobre 2020).

Simpson, E., & A. Conner. (2020). Fighting Coronavirus Misinformation and Disinformation. Center For American Progress. Retrieved from <https://www.americanprogress.org/issues/technology-policy/reports/2020/08/18/488714/fighting-coronavirus-misinformation-disinformation/> (Consulté le 8 Octobre 2020).

Steenfadt, O. (2020). Sustaining Journalism During COVID-19, How the EU Can Turn Digital Platform Regulation Into a Tool for Democracy. *Friedrich-Ebert-Stiftung*. Retrieved from <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/budapest/16406.pdf> (Consulté le 2 Octobre 2020).

Steenfadt, O., E. Mazzoli, & S. Luca. (2020). Ensuring The Visibility and Sustainability of Reliable, Accurate Information in the Online Sphere Through Voluntary Standards – A Co-Regulatory Approach (Consulté le 2 Octobre 2020).

Wylie, C. (2019). *Mindf*ck – Cambridge Analytica and the Plot to Break America*. New York: Random House.

CHAPITRE 4

- Barrett, P. M. (2019). *Disinformation and the 2020 Election: How the Social Media Industry Should Prepare*. NYU Stern Center. Retrieved from https://issuu.com/nyusterncenterforbusinessandhumanri/docs/nyu_election_2020_report?fr=sY2QzYzI0MjMwMA (Consulté le 29 Septembre 2020).
- Bowles J., H. Larreguy, & S. Liu. (2020). *Countering Misinformation via WhatsApp: Evidence From the COVID-19 Pandemic in Zimbabwe*. Center for International Development at Harvard University. Retrieved from <https://www.hks.harvard.edu/sites/default/files/centers/cid/files/publications/faculty-working-papers/2020-05-CID-WP-380-Countering%20Misinformation%20Via%20WhatsApp-Evidence%20from%20the%20COVID-19%20Pandemic%20in%20Zimbabwe.pdf> (Consulté le 3 Septembre 2020).
- Coca, N. (2020). *Disinformation from China Floods Taiwan's Most Popular Messaging App. Coda Story*. Retrieved from <https://www.codastory.com/authoritarian-tech/taiwans-messaging-app/> (Consulté le 13 Octobre 2020).
- De Freitas Melo, P., C. Coimbra Vieira, K. Garimella, P. O. S.Vaz de Melo, & F. Benevenuto. (2019). *Can WhatsApp Counter Misinformation by Limiting Message Forwarding*. Retrieved from <https://arxiv.org/pdf/1909.08740.pdf> (Consulté le 23 Septembre 2020).
- Global Partners Digital. (2017). *Encryption Policy for Human Rights Defenders*. Retrieved from <https://www.gp-digital.org/wp-content/uploads/2017/09/TRAVELGUIDETOENCRYPTIONPOLICY.pdf> (Consulté le 21 Août 2020).
- Kaye, D., (2015). *Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression*. Retrieved from https://freedex.org/wp-content/blogs.dir/2015/files/2015/10/Dkaye_encryption_annual_report.pdf (Accessed 17 Août 2020).
- Kaye, D. (2019). *Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression*. Retrieved from https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Opinion/A_74_486.pdf (Consulté le 17 Août 2020).
- Knuutila, A., A. Herasimenka, J. Bright, R. Nielsen, & P. N. Howard. (2020). *Junk News Distribution on Telegram*. Retrieved from <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2020/07/Junk-News-Distribution-on-Telegram.-Data-Memo.pdf> (Consulté le 23 Septembre 2020).
- Pírková, E. & J. Pallero. (2020). *26 Recommendations on Content Governance: a Guide for Lawmakers, Regulators, and Company Policy Makers*. Access Now. Retrieved from <https://www.accessnow.org/cms/assets/uploads/2020/03/Recommendations-On-Content-Governance-digital.pdf> (Consulté le 21 Octobre 2020).
- Portnoy, E. (2019). *Why Adding Client-Side Scanning Breaks End-To-End Encryption*. Electronic Frontier Foundation. Retrieved from <https://www.eff.org/deeplinks/2019/11/why-adding-client-side-scanning-breaks-end-end-encryption> (Consulté le 18 Septembre 2020).
- Reis, J. C. S., P. Melo, K. Garimella, F. Benevenuto. (2020). *Can WhatsApp Benefit from Debunked Fact-Checked Stories to Reduce Misinformation?. The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*. Retrieved from <https://doi.org/10.37016/mr-2020-035> (Consulté le 23 Août 2020).
- Riedel, A. C. (2020). *Behind Closed Curtains, Disinformation on Messaging Services*. Retrieved from <https://shop.freiheit.org/#!/Publikation/918> (Consulté le 5 Octobre 2020).
- Rodriguez, K. & S. Schoen. (2020). *FAQ: Why Brazil's Plan to Mandate Traceability in Private Messaging Apps Will Break User's Expectation of Privacy and Security*. Retrieved from <https://www.eff.org/fr/deeplinks/2020/08/faq-why-brazils-plan-mandate-traceability-private-messaging-apps-will-break-users> (Consulté le 18 Septembre 2020).

REMERCIEMENTS

Le Forum tient à remercier chaleureusement les membres du comité de pilotage de ce groupe de travail, en particulier ses co-présidents, ainsi que les plus de 60 experts que nous avons interrogés et les 30 organisations et experts qui ont préparé des contributions écrites, pour leur temps, leurs pertinentes analyses et leur soutien.

PARMI EUX :

- ◆ Susan Juliet Agwang, *Africa Freedom of Information Centre*
- ◆ Kamel Ajjji, *doctorant, Université Paris 2 Panthéon-Assas*
- ◆ Susie Alegre, *avocate associée, Doughty Street Chambers*
- ◆ Veridiana Alimonti, *analyste de politiques publiques sur l'Amérique latine, Electronic Frontier Foundation*
- ◆ Ian Barber, *responsable juridique, Global Partners Digital*
- ◆ Paul Barrett, *directeur adjoint, NYU Stern Center for Business and Human Rights*
- ◆ Chris Bealls, *responsable politiques publiques, CIGI*
- ◆ Susan Benesch, *directrice exécutive, Dangerous Speech Project*
- ◆ Priyanjana Bengani, *chargée de recherche principale, Columbia Journalism School's Tow Center for Digital Journalism*
- ◆ Max Beverton-Palmer, *responsable des politiques numériques, Tony Blair Institute*
- ◆ Constance Bommelaer, *vice-présidente régionale - relations institutionnelles, The Internet Society*
- ◆ Charles Bradley, *directeur exécutif, Global Partners Digital*
- ◆ Emma Briant, *chercheuse, Bard College*
- ◆ Nadia Cabral, *consultante en plaidoyer et relations médias, Avaaz*
- ◆ Scott Campbell, *professeur en communication et médias, Université du Michigan*
- ◆ Lucien Castex, *co-président, French Internet Governance Forum*
- ◆ Julie E. Cohen, *Georgetown University Law Center*
- ◆ Paul Coppin, *responsable du service juridique, Reporters sans frontières (RSF)*
- ◆ Noemi Dado, *membre de la rédaction, BlogWatch*
- ◆ Emma Daly, *directrice de la communication, Human Rights Watch*
- ◆ Camille Darche, *doctorant, Université Paris-Nanterre*
- ◆ Giovanni De Gregorio, *doctorant en droit public, Université de Milano-Bicocca*
- ◆ Agustina Del Campo, *directrice, Center for Studies on Freedom of Expression and Access to Information (CELE) - Université de Palermo*
- ◆ Emmanuel Didier, *directeur de recherche, CNRS*
- ◆ Tidiane Diouh, *responsable du programme d'assistance aux médias et aux associations de journalistes, Organisation internationale de la Francophonie*
- ◆ Pierre François Docquir, *ARTICLE 19*
- ◆ Cécile Dolbeau, *chercheur, Caen University*
- ◆ Evelyn Douek, *Harvard Law School*
- ◆ Robert Fay, *directeur exécutif pour l'économie numérique, CIGI*
- ◆ Frederic Filloux, *entrepreneur, rédacteur en chef de mondaynote.com*
- ◆ Kiran Garimella, *chercheur, MIT Institute for Data, Systems, and Society*
- ◆ Akriti Gaur, *consultant indépendant, India*
- ◆ Dipayan Ghosh, *co-directeur du Platform Accountability Project, Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy - Harvard Kennedy School*
- ◆ Gustavo Gomez, *directeur, Observacom*
- ◆ David Greene, *directeur des Libertés Civiques, EFF*
- ◆ Joao Brant, *chercheur, Observacom*
- ◆ Tonei Glavinic, *directeur des opérations, Dangerous Speech Project*
- ◆ Tristan Harris, *président, Center for Humane Technology*
- ◆ Jonathan Hew, *avocat*
- ◆ Dunstan Allison-Hope, *BSR*
- ◆ Jamie Joyce, *directeur exécutif, the Society Library*
- ◆ Argyro Karanasiou, *directeur, LETS Lab*

- ◆ Roukaya Kasenally, *PDG, African Media Initiative*
- ◆ Usama Khilji, *directeur, Bolo Bhi*
- ◆ Claude Kirchner, *directeur, National Pilot Committee for Digital Ethics*
- ◆ Anunay Kulshrestha, *étudiant en doctorat, Université de Princeton*
- ◆ Tawana Kupe, *vice chancelier, Université de Pretoria*
- ◆ Ozan Kuru, *professeur adjoint, Université Nationale de Singapour*
- ◆ Horacio Larreguy, *professeur associé au gouvernement, Université d'Harvard*
- ◆ Théophile Lenoir, *responsable du programme numérique, Institut Montaigne*
- ◆ Gabrielle Lim, *Harvard Kennedy School's Shorenstein Center*
- ◆ Benoît Loutrel, *inspecteur général, INSEE and ancien directeur, ARCEP*
- ◆ Mark MacCarthy, *chercheur associé, Institute for Technology Law and Policy – Georgetown Law*
- ◆ Megan MacDuffee Metzger, *directrice associée pour la recherche au Global Policy Incubator, Stanford*
- ◆ Dani Madrid-Morales, *professeur adjoint de journalisme, Jack J. Valenti School of Communication – Université de Houston*
- ◆ Pere Masip, *membre du corps enseignant, Blanquerna Faculty of Communication – Université Ramon Llull*
- ◆ Anna Mazgal, *conseillère en politique européenne, Wikimedia*
- ◆ Nathan Miller, *directeur de campagne, Avaaz*
- ◆ Blaise Ndola, *directeur de programme, programmes TIC chez Rudi International*
- ◆ Rasmus Nielsen, *directeur, Reuters Institute for the Study of Journalism*
- ◆ Onora O'Neill, *professeur de philosophie, Université de Cambridge*
- ◆ Aviv Ovadya, *fondateur, the Thoughtful Technology Project*
- ◆ Javier Pallero, *directeur politique, Access Now*
- ◆ Smriti Parsheera, *chercheur en politique publique, National Institute of Public Finance and Policy*
- ◆ Torry Pedersen, *chef de la rédaction, Schibsted*
- ◆ Jan Penfrat, *conseiller politique senior, European Digital Rights*
- ◆ Eliska Pirkova, *analyste politique Europe, Access Now*
- ◆ Andres Piazza, *Observacom*
- ◆ Jack Poulson, *ancien chargé de recherche scientifique, Google*
- ◆ Ruth Price, *chef de projet, Digital Action*
- ◆ Courtney Radsch, *directeur de plaidoyer, Committee to Protect Journalists*
- ◆ Friederike Reinhold, *conseillère politique senior, Algorithm Watch*
- ◆ Katitza Rodriguez, *directrice des droits internationaux, Electronic Frontier Foundation*
- ◆ Gilbert Sendugwa, *Africa Freedom of Information Centre*
- ◆ Sonja Solomun, *directeur de recherche, Centre for Media, Technology and Democracy, McGill*
- ◆ Antonia Staats, *chargée de campagne senior, Avaaz*
- ◆ Alice Stollmeyer, *directrice exécutive, Defend Democracy*
- ◆ Ross Tapsell, *Université nationale australienne*
- ◆ Heidi Tworek, *professeur adjoint en histoire Université de British Columbia*
- ◆ José Van Dijck, *professeur en médias et société numérique, Université d'Utrecht*
- ◆ Serena Villata, *membre, National Pilot Committee for Digital Ethics*
- ◆ Ben Wagner, *directeur, Privacy & Sustainable Computing Lab – Vienna University of Economics and Business*
- ◆ Maeve Walsh, *Carnegie UK Trust*
- ◆ Jeremy West, *analyste politique senior, Direction des Sciences, de la Technologie et de l'Innovation - OCDE*
- ◆ Richard Wingfield, *responsable juridique, Global Partners Digital*
- ◆ Lorna Woods, *professeur en droit numérique, Université d'Essex*
- ◆ Narasimha Sai Yamanoor, *ingénieur d'application IoT, Linde*
- ◆ Srihari Yamanoor, *ingénieur de développement, Think Surgical*
- ◆ Jillian York, *directeur pour la liberté d'expression internationale, Electronic Frontier Foundation*
- ◆ Nicolo Zingales, *professeur en droit et régulation de l'information of information, Fundação Getulio Vargas*
- ◆ Célia Zolynski, *membre, National Pilot Committee for Digital Ethics*

LE PARTENARIAT INTERNATIONAL POUR L'INFORMATION ET LA DÉMOCRATIE

- 1.** Nous, États participant au « Partenariat international pour l'information et la démocratie » ;
- 2.** Rappelant le droit à la liberté d'opinion et d'expression, qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit ;
- 3.** Reconnaissant que l'espace global de l'information et de la communication connaît une rapide évolution, notamment avec le développement de l'internet ;
- 4.** Reconnaissant que l'espace global de l'information et de la communication est un bien commun de grande valeur pour la démocratie, qui exige une protection spécifique pour qu'il demeure global, ouvert et accessible à tous, et que les activités des autorités publiques ou des acteurs privés ne doivent pas, directement ou indirectement, le restreindre de façon indue ;
- 5.** Soulignant que ce nouvel espace global de l'information et de la communication a davantage permis d'exercer le droit à la liberté d'opinion et d'expression et a amélioré l'accès à l'information à bien des égards ;
- 6.** Reconnaissant qu'il n'est toutefois pas à l'abri des nouvelles formes de censure, de manipulation et de contrôle de l'information ;
- 7.** Réaffirmant notre attachement à la protection de tous les droits humains, notamment du droit à la liberté d'opinion et d'expression, garanti par les articles 19 de la Déclaration universelle des droits de l'Homme et du Pacte international relatif aux droits civils et politiques ;
- 8.** Saluant les efforts unissant différents acteurs qui visent à édifier au niveau international « une société de l'information à dimension humaine, inclusive et privilégiant le développement, dans laquelle chacun ait la possibilité de créer, d'obtenir, d'utiliser et de partager l'information et le savoir », comme ils s'y sont engagés lors du Sommet mondial sur la société de l'information du 12 décembre 2003 ;
- 9.** Prenant acte de toutes les conventions et résolutions pertinentes des Nations unies relatives à la sécurité des journalistes et à la promotion, la protection et l'exercice des droits humains sur l'internet, et rappelant en particulier le principe directeur de la Convention de 2005 de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles selon lequel la diversité culturelle ne peut être protégée et promue que si les droits humains et les libertés fondamentales, tels que le droit à la liberté d'opinion et d'expression, sont garantis ;
- 10.** Saluant l'adoption du Programme de développement durable à l'horizon 2030 et des engagements qui y sont énoncés, consistant entre autres à promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, notamment en garantissant l'accès de la population à l'information et en protégeant les libertés fondamentales, dans le respect de la législation nationale et des accords internationaux, ainsi qu'en reconnaissant la contribution essentielle que représentent à cet égard la promotion et la protection de la sécurité des journalistes ;
- 11.** Rappelant la Déclaration internationale sur l'information et la démocratie adoptée le 5 novembre 2018 par la Commission internationale indépendante sur l'information et la démocratie, initiée par l'organisation non gouvernementale Reporters sans frontières (RSF) ;
- 12.** Considérant la Déclaration conjointe publiée par douze chefs d'État et de gouvernement le 11 novembre 2018 à l'occasion du Forum de Paris sur la paix, annonçant leur décision de lancer une initiative s'inspirant des travaux de cette Commission ;

13. Soulignant que l'information peut être reconnue comme fiable dans la mesure où sa collecte, son traitement et sa diffusion sont libres, indépendants, divers et fondés sur le croisement de plusieurs sources, dans un paysage médiatique pluraliste où les faits peuvent donner lieu à des interprétations et à des points de vue variés ;

14. Considérant que le droit à la liberté d'opinion et d'expression est fondamental pour l'exercice des autres droits de l'homme et libertés fondamentales et que l'accès à une information fiable est essentiel à l'exercice de la liberté d'opinion ;

15. Saluant à ce titre le rôle essentiel joué par le journalisme pour la liberté d'opinion et d'expression et pour nourrir et promouvoir la discussion sur les questions d'intérêt public tant en ligne que hors ligne ;

16. Réaffirmant que des médias indépendants sont indispensables à une société libre et ouverte dans laquelle les institutions politiques rendent des comptes, et qu'ils sont particulièrement importants pour protéger les droits de l'homme et les libertés fondamentales ;

17. Exprimant notre préoccupation face aux dommages pouvant être causés par la propagation d'informations erronées ou manipulées dans l'intention délibérée de tromper, et reconnaissant que la collecte, le traitement et la diffusion de l'information menés de façon libre, indépendante, diverse et fondée sur le croisement de plusieurs sources peuvent jouer un rôle pour atténuer ces dommages ;

18. Soulignant l'importance de la transparence en matière de propriété, de financement et d'indépendance éditoriale des médias ;

19. Constatant que l'accès à l'espace global de l'information et de la communication revêt une importance cruciale pour la participation pleine et entière à la vie démocratique ;

20. Soulignant à cet égard l'importance de l'éducation aux médias et à l'information afin que chacun soit libre, critique, indépendant et capable de

se défendre face aux informations erronées, à la désinformation et à la manipulation de l'opinion publique ;

21. Reconnaisant également l'importance de la confiance du public dans le journalisme et de la crédibilité de celui-ci, et les difficultés que rencontrent les journalistes pour conserver leur professionnalisme dans un environnement où la désinformation ciblée et les campagnes de dénigrement visant à discréditer leur travail se multiplient ;

22. Prenant acte avec préoccupation du fait que toutes les formes de violation des droits de l'homme et d'abus commis contre les journalistes, qui nuisent directement à leur sécurité et les empêchent d'informer la population, ont une influence négative sur l'exercice du droit à la liberté d'expression ;

23. Saluant une approche multiacteurs de la gouvernance de l'internet ;

24. Confirmant que toutes les parties prenantes, en particulier les fournisseurs de services en ligne, qui contribuent à structurer l'espace de l'information et de la communication par la création des moyens techniques, des architectures et des normes de l'information et de la communication, ont des responsabilités afférentes à leur rôle ;

25. Affirmons les principes suivants :

a. L'espace global de l'information et de la communication, qui est un bien commun de grande valeur pour la démocratie, doit soutenir l'exercice des droits de l'homme, en particulier du droit à la liberté d'opinion et d'expression, et notamment le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de rechercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit, conformément à la Déclaration universelle des droits de l'homme (article 19) ;

b. L'accès à une information fiable doit être protégé et promu afin de permettre la participation à la vie

c. L'information peut être reconnue comme fiable dans la mesure où sa collecte, son traitement et sa diffusion sont libres, indépendants et fondés sur le croisement de plusieurs sources, dans un paysage

médiatique pluraliste où les faits peuvent donner lieu à des interprétations et à des points de vue variés ;

d. Conformément au droit international et aux normes concernant le droit à la liberté d'opinion et d'expression, les journalistes et les personnes travaillant dans les médias doivent être protégés dans l'exercice de leurs fonctions contre toute forme de violence, de menace et de discrimination, de détention arbitraire, de poursuite judiciaire abusive, ainsi que contre toute tentative excessive de les empêcher de faire leur travail et d'accéder aux moyens juridiques appropriés, notamment en ce qui concerne la confidentialité de leurs sources le cas échéant ;

e. Des modèles économiques durables permettant l'exercice d'un journalisme indépendant de qualité doivent être élaborés ;

26. Demandons aux fournisseurs de services en ligne qui structurent l'espace global de l'information et de la communication de :

a. Respecter les principes de transparence, de responsabilité et de neutralité politique, idéologique et religieuse, notamment vis-à-vis de leurs propres services, tout en demeurant conscients de leurs responsabilités en la matière, et mettre en place des mécanismes visant à promouvoir l'accès à une information fiable et à lutter contre la propagation d'informations erronées ou manipulatoires destinées à tromper le public ;

b. Respecter les responsabilités qui leur incombent, notamment en vertu des Principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme, en amont de la conception de nouveaux programmes, logiciels et objets connectés ;

c. Faire preuve de transparence et de responsabilité concernant l'organisation de contenu par algorithmes, notamment la modération des procédures de décision humaines et techniques, la promotion financière des contenus en ligne, la collecte de données personnelles et les accords pertinents passés avec des gouvernements ou des entités privées qui ont une incidence sur le respect des principes susmentionnés ;

d. Assurer la compatibilité avec les droits de l'Homme de leurs politiques, de leurs procédures, de la conception de leurs algorithmes et de leurs outils de modération et d'organisation de contenu,

en particulier avec les normes internationales relatives au droit à la liberté d'opinion et d'expression ;

e. Permettre l'accès à une pluralité de médias, d'informations et d'idées par des solutions d'indexation diverses et limitant le risque d'apparition de chambres d'écho médiatique et de bulles de filtres alimentées par les algorithmes ;

f. Promouvoir des outils afin de favoriser la visibilité et la diffusion d'une information fiable ;

27. Nous efforcerons de :

a. Mettre en œuvre les obligations internationales concernant le droit à la liberté d'opinion et d'expression et la liberté de la presse, notamment en respectant, en promouvant et en protégeant le droit de rechercher, de recevoir et de répandre des informations sans considération de frontières ;

b. Veiller à ce que nos législations, politiques et procédures permettent la promotion d'un espace global qui favorise l'accès à une information fiable conforme aux principes énoncés ci-dessus ;

c. Promouvoir les cadres juridiques nationaux et internationaux qui respectent et encouragent l'exercice du droit à la liberté d'opinion et d'expression susmentionné et permettent d'établir clairement les obligations et les responsabilités ;

d. Encourager la sensibilisation du public à ce droit et à son exercice ;

e. Œuvrer pour prévenir les actes de violence, les menaces et les attaques visant les journalistes et les personnes travaillant dans les médias, et combattre l'impunité pour les crimes commis contre les journalistes en menant des enquêtes impartiales, rapides, approfondies, indépendantes et efficaces ;

f. Condamner sans équivoque et combattre les attaques menées spécifiquement contre les femmes journalistes et travaillant dans les médias dans l'exercice de leurs fonctions, notamment la discrimination et la violence, l'intimidation et le harcèlement sexuels et sexistes en ligne et hors ligne ;

g. Instaurer et préserver un environnement sûr permettant aux journalistes et aux personnes travaillant dans les médias d'exercer leur activité de façon libre et indépendante, sans ingérence ou intimidation extérieure induite et sans aucune forme de discrimination ;

h. Lutter contre toute mesure de restriction excessive du droit à la liberté d'opinion et d'expression, prendre des mesures pour prévenir les manipula-

tions de l'information d'origine étatique ou non, et dénoncer, prévenir et combattre ces agissements ;

i. Faire perdurer et soutenir les conditions permettant d'assurer la viabilité financière du journalisme, tout en veillant à ce que ce soutien ne remette pas en cause l'indépendance éditoriale et la liberté du journalisme, mais les favorise ;

j. Promouvoir le présent partenariat en tant que moyen de renforcer les mécanismes internationaux et régionaux actuels qui contribuent à appliquer les instruments existants de défense des droits de l'Homme et l'Objectif de développement durable 16.10, de faciliter les échanges entre différents acteurs sur les moyens, les normes et l'échange d'expérience et d'encourager le développement de pratiques d'autorégulation parmi les acteurs de l'espace de l'information et de la communication ;

k. Saluer le travail réalisé par RSF pour encourager la mise en œuvre du présent partenariat par la création d'un Forum en collaboration avec d'autres organisations indépendantes, en particulier pour formuler des recommandations non contraignantes à l'intention des États et des fournisseurs de services en ligne ;

l. Organiser chaque année, en consultation avec les États signataires, une réunion dans un format convenu d'un commun accord ;

m. Promouvoir le Partenariat international pour l'information et la démocratie auprès de tous les États afin de les encourager à le rejoindre ;

28. L'adhésion au présent Partenariat est ouverte à l'ensemble des États, après accord des États signataires.

LA DÉCLARATION INTERNATIONALE SUR L'INFORMATION ET LA DÉMOCRATIE

PRÉAMBULE

L'espace global de l'information et de la communication est un bien commun de l'humanité qui doit être protégé comme tel. Son organisation relève de la responsabilité de l'humanité tout entière, par l'intermédiaire d'institutions démocratiques, dans le but de faciliter la communication entre les individus, les cultures, les peuples et les nations, au service des droits humains, de la concorde civile, la paix, la vie et l'environnement.

L'espace global de l'information et de la communication doit servir l'exercice de la liberté d'expression et d'opinion, en respectant les principes du pluralisme, de la liberté, la dignité, la tolérance et l'idéal de la raison et de la compréhension. La connaissance est nécessaire aux êtres humains pour développer leurs capacités biologiques, psychologiques, sociales, politiques et économiques. L'accès à la connaissance, en particulier celle de la réalité, est un droit fondamental.

Le contrôle politique sur les médias, l'assujettissement de l'information à des intérêts particuliers, l'influence croissante d'acteurs privés qui échappent au contrôle démocratique, la désinformation massive en ligne, la violence contre les reporters et l'affaiblissement du journalisme de qualité, menacent l'exercice du droit à la connaissance. Toute tentative de limiter abusivement cet exercice, par la force, la technologie ou le droit, est une violation du droit à la liberté d'opinion.

L'espace de l'information et de la communication doit être organisé de manière à permettre l'exercice des droits et de la démocratie. Il doit préserver et renforcer nos capacités à affronter les défis de notre temps, à anticiper notre destin commun et à rendre possible un développement durable prenant en compte les droits et intérêts des générations futures.

L'espace de l'information et de la communication doit garantir la liberté, l'indépendance et le pluralisme de l'information. Ce bien commun a une valeur sociale, culturelle et démocratique. A ce titre, il ne saurait être réduit à sa seule dimension commerciale. Les positions dominantes dans la production, la diffusion, le traitement et l'agrégation de l'information doivent être évitées si possible et contrôlées dans le cas contraire, de façon à préserver la diversité des faits et des points de vue.

PRINCIPES

DROIT À L'INFORMATION

La liberté d'opinion est garantie par l'échange libre des idées et des informations fondées sur des vérités factuelles. La vérité, susceptible de prendre des formes multiples, repose sur la correspondance entre la réalité et les perceptions ou sur les meilleures preuves disponibles, établies par des méthodes de recherche, scientifiques, journalistiques ou autres pratiques professionnelles, visant à produire de l'information fiable et de la connaissance.

L'information fiable est une condition de l'exercice de la liberté d'opinion, du respect des droits humains en général et des processus démocratiques, notamment la délibération, l'élection, la prise de décision et la redevabilité. L'intégrité du processus démocratique est atteinte quand des informations susceptibles de l'influencer sont manipulées.

Le droit à l'information consiste en la liberté de rechercher et de recevoir des informations fiables et d'y accéder. L'information ne saurait être considérée comme fiable que si sa collecte, son traitement et sa

diffusion sont libres et effectués conformément aux principes d'attachement à la vérité, de pluralité des points de vue et de rationalité des méthodes d'établissement et de vérification des faits.

L'engagement à la libre poursuite de la vérité, à l'exactitude factuelle et à l'absence d'intention de nuire est nécessaire à l'intégrité de l'information. Diffuser des informations trompeuses ou incorrectes, ou dissimuler des informations devant être connues, peut altérer l'aptitude des individus à comprendre leur environnement et développer leurs capacités.

Les conflits d'intérêts non-dits dans le champ de l'information sont une menace à la liberté d'opinion. Les contenus publicitaires ou promotionnels doivent être clairement identifiés comme tels.

LIBERTÉ D'EXPRESSION

La liberté d'expression est le droit fondamental des individus de s'exprimer. Conformément aux standards internationaux de la liberté d'expression, et en considération des droits et de la réputation d'autrui, ce droit comprend celui de critiquer les systèmes de pensée. Il ne saurait être entravé ou limité par les croyances ou les sensibilités d'autrui.

La propriété intellectuelle, qui n'est applicable qu'aux créations et inventions, ne saurait créer de système clos dans l'espace de l'information et de la communication, ni être utilisée pour restreindre la délibération publique. Le produit du travail de collecte, de traitement et de diffusion de l'information donne droit à une juste rémunération.

VIE PRIVÉE

Les participants au débat public doivent être en mesure de protéger la confidentialité de leurs informations ou de leurs échanges privés. Le droit à la vie privée ne peut être restreint que par des mesures proportionnées et nécessaires dans une société démocratique à la préservation de l'ordre public, à la sécurité des personnes, à la prévention des crimes, à la protection de la santé ou à la protection des droits et libertés d'autrui.

RESPONSABILITÉ

La responsabilité de tous les participants au débat public est un principe essentiel qui implique la transparence sur leur identité. Les exceptions au principe de transparence sont légitimes si elles facilitent la recherche de la vérité ou si elles contribuent à la sécurité des participants.

Les participants au débat public sont responsables de leurs propos et écrits, y compris des contenus qu'ils diffusent ou contribuent à diffuser. Cette responsabilité ne peut être établie que sur le fondement des restrictions à la liberté d'expression prévues par le droit international.

TRANSPARENCE DES POUVOIRS

Toute entité publique ou privée dotée de pouvoir ou d'influence a des obligations de transparence en proportion du pouvoir ou de l'influence qu'elle est en mesure d'exercer sur les individus ou les idées, dans les limites de l'intérêt public.

Cette transparence doit être assurée de façon rapide, sincère et systématique.

LES ENTITÉS QUI CRÉENT LES MOYENS TECHNIQUES, LES ARCHITECTURES DE CHOIX ET LES NORMES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

REDEVABILITÉ

Quand elles créent les moyens techniques, les normes et les architectures de choix, les entités structurantes – entendues comme les entités contribuant à la structuration de l'espace de l'information et de la communication – doivent respecter les principes et garanties qui assurent la nature démocratique de cet espace. Elles sont responsables à proportion de l'impact de leur contribution.

NEUTRALITÉ POLITIQUE, IDÉOLOGIQUE ET RELIGIEUSE

Les entités structurantes, telles les plateformes, doivent se conformer pleinement aux standards de la liberté d'expression et d'opinion et leurs activités doivent respecter à cette fin le principe de neutralité politique, idéologique et religieuse, quand elles participent de la structuration de l'espace de l'information et de la communication. Les systèmes qui diffusent et traitent l'information et les idées doivent être neutres à l'égard des intérêts de ceux qui les contrôlent, à l'exception de la publicité, qui doit être identifiée de façon explicite.

PLURALISME

Les entités structurantes doivent promouvoir la diversité des idées et informations, le pluralisme des médias et favoriser la sérendipité. Les outils utilisés pour l'indexation et la curation – c'est à dire l'agrégation, le tri et la hiérarchisation de l'information – doivent autoriser le recours à des solutions alternatives, permettant un pluralisme de l'indexation, favorisant ainsi la liberté de choix de l'utilisateur.

INFORMATIONS FIABLES

Les entités structurantes doivent mettre en œuvre des mécanismes pour favoriser la visibilité des informations fiables. Ces mécanismes doivent être basés sur des critères de transparence, d'indépendance éditoriale, de mise en œuvre de méthodes de vérification et de conformité à l'éthique journalistique. L'intégrité, l'authenticité, la traçabilité des idées et des informations doivent être favorisées, de sorte que leur origine et leur mode de production soient connus. Favoriser les informations fiables ne saurait porter atteinte à la neutralité politique, idéologique et religieuse.

TRANSPARENCE À L'INSPECTION

Les entités structurantes doivent être prévisibles pour ceux sur qui elles ont de l'influence, résistantes à toute manipulation et ouvertes à l'inspection. Les plateformes doivent être transparentes sur leurs algorithmes de curation, les opérations de modération et leurs modalités humaines et techniques, la promotion financière des contenus, la collecte de données personnelles et les accords qu'elles pourraient avoir passés avec des gouvernements.

INTÉGRATION DÈS LA CONCEPTION

Le respect des obligations des entités structurantes, telles les plateformes, doit être intégré autant que possible dès la conception des programmes informatiques, des algorithmes et des objets connectés. Ces entités et services privés doivent respecter le principe de diligence raisonnable.

MÉDIAS ET JOURNALISME

FONCTION SOCIALE DU JOURNALISME

La fonction sociale du journalisme est d'assurer un rôle de « tiers de confiance » des sociétés et des individus. Elle crée les conditions de l'équilibre des pouvoirs et rend possible la pleine participation des individus à la société. Elle a pour but de rendre compte de la réalité, de la révéler de la façon la plus large, la plus profonde et la plus pertinente possible pour favoriser l'exercice du droit à la liberté d'opinion.

Le journalisme n'a pas vocation à présenter uniquement les événements, mais il doit aussi s'attacher à exposer les situations et les évolutions, de façon complète et inclusive, permettant au public de distinguer l'important du futile. Il lui revient de refléter les aspects positifs et négatifs des activités humaines et de présenter de manière constructive les solutions envisageables pour répondre aux grands défis de l'humanité.

DÉONTOLOGIE DU JOURNALISME

Les journalistes peuvent remplir leur fonction sociale à la condition que leurs droits soient protégés, qu'ils puissent travailler librement et qu'ils respectent leurs obligations déontologiques telles que définies dans les grands textes éthiques de la profession. Le journalisme peut être pratiqué par une pluralité d'acteurs, sans considération de statut, qu'ils soient professionnels ou non.

Les journalistes doivent s'attacher à traiter l'information de manière à servir l'intérêt général et les droits fondamentaux du public. Ils ne doivent pas considérer l'information comme un produit commercial. Animés par l'exigence de vérité, ils doivent présenter les faits de façon impartiale, en faisant autant que possible abstraction de leurs propres intérêts et préjugés et en rejetant toute forme de connivence ou de conflit d'intérêt.

LIBERTÉ ET SÉCURITÉ DES JOURNALISTES

Le journalisme ne peut remplir sa fonction sociale que si la liberté et la sécurité des journalistes sont garanties, en ligne comme hors ligne. Les journalistes doivent être protégés contre toute forme de violence, de pression et de discrimination, contre toute forme de poursuite judiciaire abusive, et contre toute tentative d'affaiblissement de leurs capacités à remplir leur fonction sociale.

Les journalistes ont droit à la protection du secret de leurs sources. Une protection effective des lanceurs d'alerte est nécessaire pour garantir la transparence des pouvoirs.

INDÉPENDANCE ÉDITORIALE

Les journalistes agissent en complète indépendance à l'égard de tous les pouvoirs comme de toutes influences abusives, politiques, économiques, religieuses ou autres. Toute atteinte aux principes d'indépendance, de pluralisme et d'honnêteté de l'information, de la part d'autorités publiques, de propriétaires ou d'actionnaires, d'annonceurs ou de partenaires commerciaux de médias, est une atteinte à la liberté de l'information.

Le financement public ou privé du journalisme ne doit pas être accompagné de conditions de nature à dicter la substance d'un contenu ou à interférer avec l'appréciation de la réalité par un journaliste.

PÉRENNITÉ DU JOURNALISME

La fonction sociale du journalisme justifie un effort de la collectivité pour assurer sa viabilité financière.

VERS UN CADRE INTERNATIONAL POUR L'INFORMATION ET LA COMMUNICATION

Le devoir de responsabilité, s'agissant d'activités qui dépassent les frontières nationales, en particulier dans un domaine qui évolue rapidement, soulève des questions complexes. Le contrôle démocratique nécessitera la participation permanente d'experts qui auront vocation à assurer à la fois la représentation de la diversité de l'humanité et l'évaluation rigoureuse des pratiques et conditions de la production de connaissance dans l'espace de l'information et de la communication. A cette fin, un groupe international d'experts devrait être créé. Son financement et son mandat devraient permettre un niveau suffisant d'indépendance à l'égard des sociétés privées comme des gouvernements. Ce groupe devrait avoir le pouvoir d'enquêter, de façon continue, sur les pratiques et les incidences des moyens, architectures et normes de la communication. Il devrait publier des rapports périodiques et des recommandations sur les bonnes pratiques.

LA COMMISSION INTERNATIONALE SUR L'INFORMATION ET LA DÉMOCRATIE

Initiée par Reporters sans frontières (RSF) en septembre 2018, la Commission a publié la Déclaration internationale sur l'information et la démocratie le 5 novembre 2018. Elle est composée de 25 personnes de 18 nationalités, dont des lauréats du prix Nobel.

- ◆ Christophe Deloire, *co-président, Secrétaire général de Reporters sans frontières (RSF).*
- ◆ Shirin Ebadi, *co-présidente, fondatrice du Centre des défenseurs des droits de l'homme et lauréate du prix Nobel de la paix 2003.*
- ◆ Emily Bell, *professeure de pratique professionnelle à l'école de journalisme de l'université Columbia et directrice du Tow Centre for Digital Journalism.*
- ◆ Yochai Benkler, *co-directeur du Centre Berkman-Klein pour l'Internet et la Société, Université de Harvard.*
- ◆ Teng Biao, *avocat universitaire et militant des droits de l'homme, chercheur invité à l'US-Asia Law Institute.*
- ◆ Nighat Dad, *avocate, militante, fondatrice et directrice exécutive de la Digital Rights Foundation.*
- ◆ Primavera De Filippi, *membre de la faculté du Berkman-Klein Center for Internet & Society de l'Université de Harvard.*
- ◆ Mireille Delmas-Marty, *professeure émérite au Collège de France et membre de l'Institut de France.*
- ◆ Abdou Diouf, *ancien président de la République du Sénégal et ancien secrétaire général de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF).*
- ◆ Can Dündar, *ancien rédacteur en chef du journal indépendant de centre-gauche Cumhuriyet.*
- ◆ Francis Fukuyama, *politologue et économiste politique, professeur à l'université de Stanford.*
- ◆ Ulrik Haagerup, *journaliste et fondateur et PDG du Constructive Institute.*
- ◆ Hauwa Ibrahim, *avocate des droits de l'homme et lauréate 2005 du prix Sakharov du Parlement européen.*
- ◆ Ann Marie Lipinski, *conservatrice de la Fondation Nieman pour le journalisme à l'université de Harvard.*
- ◆ Adam Michnik, *historien, journaliste et essayiste, rédacteur en chef de Gazeta Wyborcza.*
- ◆ Eli Pariser, *Directeur général d'Upworthy, co-fondateur d'Avaaz et président de MoveOn.*
- ◆ Antoine Petit, *Directeur du Centre national de la recherche scientifique (CNRS).*
- ◆ Navi Pillay, *ancien Haut Commissaire des Nations Unies aux droits de l'homme et ancien président du Tribunal pénal international pour le Rwanda.*
- ◆ Maria Ressa, *journaliste et PDG du site d'information Rappler.*
- ◆ Amartya Sen, *économiste, philosophe et lauréat du prix Nobel de sciences économiques en 1998.*
- ◆ Joseph E. Stiglitz, *économiste, lauréat du prix Nobel de l'économie en 1998.*
- ◆ Mario Vargas Llosa, *écrivain, homme politique, journaliste, professeur à l'université et lauréat du prix Nobel de littérature 2010.*
- ◆ Marina Walker, *journaliste, directrice adjointe du Consortium international des journalistes d'investigation.*
- ◆ Aidan White, *président et fondateur de l'Ethical Journalism Network, ancien secrétaire général de la Fédération internationale des journalistes.*
- ◆ Mikhail Zygar, *rédacteur en chef fondateur de la chaîne de télévision d'information indépendante Dozhd, lauréat 2014 du Prix international de la liberté de la presse*

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION ET LES MEMBRES DU FORUM SUR L'INFORMATION ET LA DÉMOCRATIE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

- ◆ Christophe Deloire, *secrétaire général de Reporters sans frontières (RSF), président*
- ◆ Nighat Dad, *directrice exécutive de la Digital Rights Foundation, vice-présidente*
- ◆ Leon Willems, *directeur de Free Press Unlimited, trésorier*
- ◆ Bruce Girard, *chercheur principal à Observacom*
- ◆ Sasha Havlicek, *PDG fondatrice de l'Institute for Strategic Dialogue*
- ◆ Alexa Koenig, *directrice exécutive du Human Rights Center à la Berkeley School of Law*
- ◆ Joe Powell, *directeur général adjoint d'Open Government Partnership*
- ◆ Aaron Shull, *directeur général du Center for International Governance Innovation*
- ◆ Henrik Urdal, *directeur exécutif de l'Institut de recherche sur la paix d'Oslo*
- ◆ Anri van der Spuy, *associé principal du Research ICT Africa*
- ◆ Susan Wilding, *responsable du bureau de Genève chez Civicus*

SECRÉTARIAT PERMANENT*

- ◆ Camille Grenier, *chef de projet*
- ◆ Charlotte Caillaud, *chargée de projet junior*

* En plus de l'équipe du Forum, la gestion du Secrétariat permanent est actuellement déléguée à Reporters sans frontières (RSF).

ÉQUIPE DES RAPPORTEURS

- ◆ Delphine Halgand-Mishra, *directrice exécutive de Signals Network, rapporteure principale.*
- ◆ Iris de Villars, *responsable du tech desk, Reporters sans frontières (RSF)*
- ◆ Jenny Domino, *conseillère juridique associée, Commission internationale des juristes (pour le chapitre 2 : Méta-Régulation de la modération des contenus)*

TRADUCTEUR

- ◆ Martin Kemp, *consultant pour le Forum sur l'information et la démocratie*

Ce groupe de travail a été soutenu financièrement par la Délégation Société Civile du Ministère des Affaires Étrangères de France, et la Gesellschaft für Zusammenarbeit (GIZ), l'agence de développement de la République allemande.

Contact : contact@informationdemocracy.org



Forum
Information
& Démocratie

WORKING GROUP ON THE SUSTAINABILITY OF JOURNALISM

A NEW DEAL FOR JOURNALISM

JUNE 2021



Forum on
Information
& Democracy

ABOUT THIS REPORT

This report has been produced by the Working Group on the Sustainability of Journalism of the Forum on Information and Democracy, in response to a worsening international crisis facing the economic viability of independent professional journalism everywhere.

The report calls for immediate and sustained action from, and collaboration between, governments and other influential actors to improve the policy, funding, and enabling environment for independent professional journalism – a New Deal for Journalism amounting to up to 0.1% of GDP annually in direct and indirect funding worldwide. The measures we outline in this report are evidence-based and can already point to broad support in many countries around the world.

The gravity of the crisis facing journalism is severe, but, if policymakers and decision-makers can find the political will and imagination to take these choices now, and to build on them over the next decade, we believe this has the potential to be an inflection point for the sustainability of journalism, and for the health of open societies everywhere.

STEERING COMMITTEE MEMBERS:

- **Rasmus Nielsen**, chair. Director, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. He is also Professor of Political Communication at the University of Oxford.
- **Julia Cagé**, co-director, Laboratory for Interdisciplinary Evaluation of Public Policies. As a professor of Economics, she published *Saving the media: Capitalism, crowdfunding and democracy*.
- **Prem Chandran**, co-founder and CEO, Malaysiakini. He also serves as non-executive director of KiniTV and FG Media, and he is the Chairperson of Asia Mobiliti.
- **Styli Charalambous**, publisher and CEO, Daily Maverick. He is a reformed accountant now working in media entrepreneurship.
- **Naresh Fernandes**, editor, Scroll. He is also on the editorial policy board of the World Policy Journal. He was previously the editor-in-chief of Time Out India and The Wall Street Journal in New York.
- **Elizabeth Hansen Shapiro**, Senior Research Fellow at the Tow Center for Digital Journalism at Columbia University.
- **Kwame Karikari**, professor in journalism and mass communication, School of Communication Studies, University of Ghana. Previously, he was the Executive Director of the MFWA.
- **Arne H. Krumsvik**, Rector and Professor of Media and Communication, Kristiania University College. He is considered to be one of the founders of media innovations studies.
- **Nishant Lalwani**, Managing Director, Luminare. He also leads the organization's work in narrative change across all its impact areas and oversees Luminare's strategy, and partner support teams.
- **Mira Milosevic**, executive director, GFMD. She authored the World Press Trends reports, managed Media Development Programmes at WAN-IFRA, and was the director of Media Center Belgrade.
- **Tania Montalvo**, Executive editor, Animal Político. She started out as a reporter for Animal Político in 2013, with a focus on corruption, organized crime, violence and conflict.
- **Henri Pigeat**, former president, AFP. He is currently a press editor. Previously, he was the animator of the Quality of News and Information Task Force of the WAN.
- **Sibylle Rizk**, public policies director, Kulluna Irada. She is an expert of Lebanese challenges as the former Editor in Chief of the leading Lebanese monthly *Le Commerce du Levant*.
- **Natalya Sindeyeva**, founder and CEO, Dozhd. Dozhd is a Russian independent television channel. Natalia has twice won the 'Russia's media manager' award for her work on radio and in television.

- **Olaf Steenfadt**, head of the “Journalism Trust Initiative” at RSF. Olaf is a member of the “Committee of Experts on Quality of Journalism in the Digital Age” at the Council of Europe.
- **Kirstine Stewart**, head of Shaping the Future of Media, Entertainment and Information. Previously, she was the Vice-President, Media, Twitter after launching the Twitter Canada office.
- **Patricia Torres-Burd**, Managing Director – Media Services, Media Development Investment Fund. Previously, she was the vice-president of UBC International.

REPORT TEAM:

Lead Rapporteur: Sameer Padania

Rapporteurs: Emma Goodman, Louise Anglès-d’Auriac

Forum team: Camille Grenier

RSF team: Thibaut Bruttin, Iris de Villars

ACKNOWLEDGEMENTS:

We would like to thank the dozens of experts and organizations across the globe who generously contributed their time and insights for this report – through interviews, submissions, leads and publications. We also thank those whose analysis, evidence and research we have cited.

LICENSING INFORMATION:

The Forum grants a Creative Commons license – [Attribution-ShareAlike 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) (CC BY-SA 4.0) – to this report. Under the terms of this license, anyone may copy, adapt and widely distribute the material in any format without charge, provided that they indicate clearly where any changes have been made from the original material, that they credit the Forum on Information and Democracy as the creator, and that they provide a link to the report on the Forum’s website.

TO CITE THIS DOCUMENT, PLEASE USE THE FOLLOWING FORM:

Forum on Information & Democracy. (2021). A New Deal for Journalism.

<https://informationdemocracy.org/working-groups/sustainability-of-journalism/>

PREFACE

HISTORIC ACTION FOR AN HISTORIC TIME



By Christophe Deloire, Chair of the Forum on Information and Democracy

Historic time requires historic action.

The time has come for a New Deal for Journalism, a major commitment on a national and international scale to foster journalism worthy of the name, public-interest journalism, and journalism of quality: free, independent and reliable.

The International Declaration on Information and Democracy, published in 2018 by the Commission on Information and Democracy, declared: 'Journalism's social function is that of a "trusted third party" for societies and individuals.' The role has a particular responsibility, through its professional practices and ethical rules.

It is the pinnacle of journalism, the justification for its existence, to provide a methodology to seek and impart information and ideas. Considering that journalism is composed, even defined, by rights and duties, Freedom of the press is an indispensable condition for this social function, as are editorial independence and a pluralist context. However, this freedom cannot remain theoretical. It needs a way of putting it into effect.

This report lays the foundations of this New Deal for Journalism, which involves an effort by democratic governments and also media organisations themselves, as well as digital stakeholders. This effort should facilitate the exercise of journalistic freedom and responsibility. Its purpose is to strengthen the social function of the 'trusted third party'.

In the information chaos of the globalised digital public domain, the New Deal for Journalism consists of linking together various points that up to now have been separate, i.e. how the market is organised, the technological environment, and the work of journalists, with its working practices and ethics.

In other words, the New Deal assumes that regulation and off-market policies link issues that have so far been treated separately. This amounts to rebuilding journalism, not as a 'media sector', but as an essential element of freedom of opinion and expression, predicated on the right to information.

As the philosopher Hannah Arendt observed: 'Freedom of opinion is a farce unless factual information is guaranteed and the facts themselves are not in dispute.'

The potential for deep fake-style manipulation, disinformation on a world-wide scale, the spread of rumours and claptrap has reached an unprecedented level, creating an emergency for democracy and human rights. A secondary effect of the Covid epidemic has been to help 'infodemics' and also to undermine the best vaccine against disinformation, namely journalism.

Even if we wanted to, we shall not return to the old world. For the future we need an impetus and a plan, based on innovation and idealism.

For U.S. President Franklin D. Roosevelt, the New Deal was a political commitment, an economic investment and a call to action by each and every citizen. There were three principles behind the plan: relief, recovery and reform. The plan put forward here deals with these three aspects in a dynamic vision of the media sector. The New Deal for Journalism is driven by the need for regulatory as well as self-regulatory initiatives.

According to the Declaration on Information and Democracy: 'The social function of journalism justifies an effort by societies to ensure journalism's financial sustainability.' Democracies would be mistaken if they merely offered support to an industry in danger. The spirit of the declaration is that they must make an effort to restore, de jure and de facto, the social function of journalism which will be the most relevant for future generations.

The New Deal for Journalism will provide both an impetus and a plan.

Mitigate the poison, strengthen the antidote

Let's go back a little.

Gutenberg's invention of printing in the 15th century, a fundamental event of the Renaissance, was a major step forward for humanity, while at the same time inflaming minds and setting the stage for later wars of religion. Journalism was a vehicle for the ideals of human rights and progress, bringing the notion of citizenship to fruition once these ideas were in place, but newspapers also aroused passions to the point where destructive warfare erupted.

'Means of communication' carries the two-fold significance of pharmakon, distilling both the poison and its antidote. This is clearly the case in the digital world. The digital revolution that began in the late 20th century provides humanity with an almost unlimited ability to communicate. The communication explosion has nonetheless had seismic effects, upsetting the balance that allowed democracies to enact freedom of opinion and expression.

It is up to us to mitigate the poison and strengthen the antidote by being aware of the potential for tragedy in the exercise of freedom of expression, but without imposing restrictions on it. It is trying to square the circle, but it is a guiding principle of democratic systems to manage contradictions. That is behind the International Initiative on Information and Democracy which we launched in 2018, together with its commission comprising 25 figures and from 18 different countries.

The initiative aims to rebuild a system of democratic guarantees in the public domain, adapted for the digital age, since the guarantees established in the history of democracies have been overtaken by technological upheavals. Inspired by the declaration produced by the Commission, the International Partnership on Information and Democracy was launched during the United Nations General Assembly in 2019. So far 42 countries have signed up to it.

The Commission on Information and Democracy has built on the doctrine's past development, stating: 'The right to information consists of the freedom to seek, receive and access reliable information.' As communication has exploded and anyone can take full advantage of it without assuming any sense of responsibility, it is vital to coordinate the rights of providers and recipients of information, who face uncontrolled capability for manipulation and disinformation.

A paradigm shift requires a new judicial balance in order to be truly faithful to basic principles. The

Commission has stated: 'Information can only be regarded as reliable when freely gathered, processed and disseminated, according to the principles of commitment to truth, plurality of viewpoints and rational methods of establishment and verification of facts.'

Journalism increasingly fulfilled this social function, from the turn of the 19th century and throughout the 20th, through its professionalization with the creation of journalism schools and the establishment of a body of ethics at the instigation of organizations representing journalists.

Note that tragic conflicts often bring new awareness. In the course of the history of democracy, parliaments have brought in media regulations to promote, in various forms, pluralism, independence and honesty of information.

Ideals can, of course, be corrupted. A considerable section of the media has been (and is still) able to focus on trivial facts in the guise of entertainment or to promote pointless arguments. Some media organizations in the pay of governments or wealthy industrialists serve partisan or individual interests. It would take an encyclopedia to list the cases where such criticism would be legitimate. Nevertheless, if we weigh up the advantages and disadvantages of journalism, it is clear there would be no democracy without journalism.

Crises and a decisive decade

We have entered the digital era but, on a historical scale, we are just at the dawn. News media have lost their monopoly over the flow of information and communications and there is no use crying over it. The problem is that journalism is now in direct competition with content of all kinds, from government propaganda to advertising, from rumors to disinformation campaigns, and competitive pressure threatens content quality.

Journalism has been weakened by a potentially devastating series of major crises: a geopolitical crisis (growing power of despotic anti-models), a crisis of democracy (polarization and condemnation), a crisis of conscience (widespread mistrust), a technology crisis (information chaos) and an economic crisis (financial issues leading to a downward spiral). The Covid epidemic has amplified all these.

When the 2020 edition of the World Press Freedom Index was published, Reporters Without Borders (RSF) noted that the 2020s would be a decisive decade for journalism, particularly for its sustainability. Journalism's future existence is at stake. In order to avoid the decade becoming a disaster, grand words and piecemeal actions will not be enough.

End of the road for journalism?

The figures are dismal and dismaying, made more serious by the effects of the economic crisis triggered by the COVID-19 pandemic. In 2020, the Reuters Institute for the Study of Journalism at the University of Oxford worked with members of the Independent News Emergency Relief Coordination (INERC) on an initiative to support news media affected by COVID-19. The responses and interviews paint a somber picture: news media alone could be looking at losses of US\$30 billion in 2020.

According to Ken Doctor, a news industry analyst with Newsonomics, the toll of the coronavirus on the news media could be worse than the 2008 financial crisis, which saw newspapers experience a 19% decline in revenue. This trend was confirmed by an analysis by PricewaterhouseCoopers, which forecasts

that the global newspaper industry's revenue will fall from US\$108 billion to US\$86 billion between 2019 and 2024.

An additional factor is the change to the way that the younger generation consumes information. Just 12% of Americans aged between 18 and 29 use television as a means of accessing news and information, compared with 43% of people aged over 65. Almost half of all millennials never read a daily newspaper. In France, 1% of those aged between 15 and 29 buy daily newspapers and 20% of them use their cell phones to access news and information (5% more than the national average). Journalism must be reinvented urgently to encourage the creation of a more sustainable way of operating.

The death of pluralism

The danger concerns not just the information industry but, more broadly, citizen communities, since the seeds of division have been sown. Extreme polarization of the media, and consequently society, is in progress. During Donald Trump's presidency, public debate was confined to just a few publications and TV channels which embodied entrenched political positions and preached to the converted, galvanized by increasingly radical interpretations of the facts.

It's not just algorithms that create filter bubbles, news media (or discussion groups, talking shops and claptrap forums) can also do so. Editorial staff can also harden their position. It is to be feared that the diversity of opinions is shrinking among opinion formers themselves. Such polarization strategies are unfortunately financially profitable. Even in the main democracies, media organizations that take part in partisan squabbling enjoy record audiences and can be highly profitable.

Another worrying phenomenon is the increase in information deserts. Studies show that local journalism is particularly at risk. A growing feeling of mistrust and criticism of the lack of representativeness among journalistic stakeholders and content can be seen as a direct consequence of such desertification. Journalism is an art that decentralizes and brings together, of distance and proximity, and its narrative must cover what happens everywhere, locally and globally.

If things continue as they are, societies will soon be faced with a pluralism of unsupported partisan visions, of propaganda, i.e., diversity of content consisting only of public relations and institutional communications. Democracy is underpinned by the pluralism of media organizations with distinct editorial policies that follow the rules of honesty, such as fact-checking and adhering to ethical rules.

Funding and more

When asked what kind of support would benefit their business, a sample of news media organizations quoted funding support (84%), product development and innovation support (61%), and technical training in digital media skills (39%).¹

How to develop resources and stimulate demand are among the subjects covered in this report. But our work goes further and proposes practical ways of creating an environment that favors journalism and focuses on enabling the press, which is struggling to adjust to the new digital order, to steer its way through the technologies of the future.

All parts of the equation must be taken into account to ensure the survival of the social function of journalism, which is essential for societies and individuals. The report's recommendations are intended to meet this deficit in resources and investment by proposing innovative solutions that foresee up to 0.1% of GDP a year worldwide guaranteed for news organizations.

If this is part of what democracy costs, and it is, 0.1% of GDP a year is not too high a price to pay.

The need for an historic commitment

On behalf of the Forum on Information and Democracy, I express our gratitude to all those who helped in the development of this initiative, especially the Alliance for Multilateralism, under the leadership of the French and German Foreign ministers, Jean-Yves Le Drian and Heiko Maas.

We also thank the steering committee of the working Group on the Sustainability of Journalism, chaired by Rasmus Kleis Nielsen, director of the Reuters Institute for the Study of Journalism at the University of Oxford and the team of rapporteurs, led by Sameer Padania.

We expect the leaders of democratic countries to square up to these historic issues. The New Deal for Journalism needs leadership. It must have international scope and must be implemented at all levels, global as well as local.

The summit on the International Initiative on Information & Democracy, due to take place in New York during the UN General Assembly in September this year, will be the ideal place to announce such a commitment.

CONTENTS

About this Report	2
Preface – Historic Action for an Historic Time	4
Foreword by Rasmus Kleis Nielsen	10
Executive Summary	12
A ‘potential extinction event’	12
The need for a New Deal for Journalism	12
Our methodology	13
What governments can do to help independent journalism	13
Key Recommendations	15
Introduction	18
<hr/>	
CHAPTER 1: Freedom	23
CHAPTER 2: Funding	27
CHAPTER 3: Environment	44
CHAPTER 4: Future	56
<hr/>	
Appendices	66
List of interviewees and submissions	66
Consultation in Africa in partnership with Canal France International (CFI)	67
Notes	70

FOREWORD

BY RASMUS KLEIS NIELSEN

Professor Rasmus Kleis Nielsen, director of the Reuters Institute for the Study of Journalism at the University of Oxford, and chair of the working group of the Forum on Information and Democracy on the Sustainability of Journalism.

Less talk, more action?

“Quality, clear, and truthful information is essential for a democratic society based on the values of honesty and respect, fairness and justice, freedom and dignity,” Canadian Prime Minister Justin Trudeau said on World Press Freedom day this year, thanking journalists everywhere who “give us the facts to make better sense of the world, contribute to our communities, and lead freer, richer lives.”²

This is more than just words. While journalism is imperfect, and sometimes problematic, years of research have documented how independent, professional journalism helps people stay informed, take part in political processes, and engage with their local communities, just as it can help hold power to account and reduce corruption and malfeasance in both the public and the private sector.

But journalism’s ability to do this is threatened on several fronts today, by powerful people all over the world waging war on journalism as media freedom erodes, and by the inexorable decline of the traditional business of news as people abandon print and broadcast in favor of digital media and platforms, a challenge sometimes compounded by journalism’s unwillingness to reckon with its own shortcomings or adapt to a changing world.

If governments want to do more than talk about the value of journalism, and actually help the journalists and news media who are leading on forging new ways forward for the profession and the industry, they will need to step up and take real action.

Whether this is a priority is for the public and its elected officials to decide, but one thing is clear. Speeches alone will do little to help journalists. They need action, and the reality is that, at best, most governments have done little or nothing.

What can governments do? One place to start is with existing policies that have proof of concept, command broad-based support in the countries where they are in place, and are oriented towards the future of journalism. Blue-sky thinking is always welcome, but it should not distract us from proven tools already at hand. This report identifies a range of the most important steps governments could take – right now – to help ensure the freedom, funding, and future that journalists need to do their job. None of them is perfect, but all of them are practical, and all can be structured so they avoid simply privileging incumbents or lining the pockets of proprietors and shareholders.

They include, perhaps most importantly:

- > **Supporting private sector news media through indirect forms of support** such as tax exemptions, direct support specifically tied to investment in professional journalism and structured to prioritize local media and media serving minorities, and supporting innovation, without tying these forms of support to increasingly marginal forms of distribution like print. Such an option is demonstrated in Denmark.

- > **Supporting public service media with a clear remit and ability to serve the public across all media**, not just broadcasting; strong insulation from political pressure to ensure their editorial independence from government, sufficient funding to deliver on their mission, and a clear focus on serving those communities least well-served by private sector media. Such an option is demonstrated in the United Kingdom.
- > **Supporting the creation of nonprofit news media by easing the creation of journalistic nonprofit organizations**, whether from scratch or by converting legacy titles, and creating incentives for both individuals and foundations to support nonprofit news media, is a third option. Non-profit media are already making important contributions in some countries.
- > **Supporting independent news media globally by committing at least some official development assistance (ODA)** to journalism in other countries is a fourth option, whether done bilaterally or through joint vehicles. We can all benefit from stronger journalism, not just at home, but also abroad – if anyone needs a reminder that our futures are tied together in an age defined by the climate emergency and intertwined economies, the coronavirus pandemic has certainly provided it.

None of these policies is a silver bullet, but they can all make a difference for the better, as long as they are deployed within a framework of fundamental rights and respect for free expression and media freedom (otherwise they can quickly turn into instruments for state capture).

They all also come with proof of concept, and avoid the uncertainty of betting on opaque arrangements that can entrench dominant players and risk primarily benefiting a few large publishers who are often already doing relatively well.

All these policies, and more reviewed in the report, can offer inspiration for governments who are serious about supporting independent journalists and news media as they carve out a new sustainable future for themselves. They offer a chance to break with years of inaction, and an opportunity to reform inherited arrangements tied to waning media, such as print or broadcast.

A few countries already have some of these policies in place; many countries at least a few of them, but no country has done all it can to help ensure journalists can continue to do their indispensable work, so central to the functioning of democracy. The United States, for example, has long been an outlier among democracies in terms of how little it does to actually support independent news media, and of course also illustrates the vitriol with which some politicians attack news media that seek truth and report it. President Biden has at least changed the tone. But will he and other political leaders around the globe who recognize the real public value of journalism take more tangible steps to support news reporting at home and abroad?

If governments are seriously committed to creating an enabling environment for independent professional journalism, they will commit real resources. Journalists – and the public they serve – don't need comforting speeches. They need concrete steps. This report identifies some of what can be done. Now it is up to elected officials and the public to decide if they want less talk, and more action.

EXECUTIVE SUMMARY

A 'POTENTIAL EXTINCTION EVENT'

Independent journalism is an essential force for democracy and open societies, but is facing an existential threat from a set of interlocking challenges that, in their scale, complexity, and systemic nature, is akin to its own version of the climate emergency. A hostile political environment at best, and an authoritarian resurgence at worst; declining revenues as a result of the move to a more digital, mobile, and platform-dominated media environment; and fraying public trust has left journalism in a precarious state.

The crisis facing independent journalism is of historic proportions, and it requires those with the power and foresight to act to confront this crisis with an historic response. The industry is experiencing a 'potential extinction event' as the certainties (chiefly the advertising-supported model) under which journalism operated for 40 to 50 years fall away.

The challenges journalism is facing in many societies are the result of failures, notably by the news industry itself, in which many have failed to serve significant parts of the public, to truly reckon with why many people do not trust the journalism they see, and to adapt to the realities of the new environment. Policymakers, too, have largely continued to apply 20th-century policy and regulation to 21st-century media and communication environments, and may value incumbent or vested interests over the broader public interest. And governments, political and private interests are waging a war on journalism symptomatic of broader democratic failures.

THE NEED FOR A NEW DEAL FOR JOURNALISM

The COVID-19 pandemic has worsened the sustainability crisis of journalism and accelerated the impact of these still unsolved systemic issues. The need for concerted action to overcome these challenges – for a New Deal for Journalism – is urgent, across societies from rich to poor, from the international to the local level, from cities and suburbs to villages and rural areas: in short, for all communities. Ensuring the sustainability of independent journalism will require action by governments, as well as by journalists, news media, platform companies, investors, funders, civil society and others.

This report focuses particularly on what governments can do to help ensure sustainable journalism for the future. As with the climate emergency, there is an urgent need for action, but no single, easy, quick solution. There are just two alternatives. Governments can do nothing, or, worse still, follow the path of those governments who are undermining media freedom or dismantling policies already in place to support independent journalism. The cost of inaction, or of actively weakening journalism, is incalculable, as this will weaken our societies and put our political systems at risk.

Alternatively, governments can show their commitment to enabling independent journalism by protecting fundamental rights, by committing financial and institutional resources, and by convening collaboration among diverse and even competing stakeholders for the common good.

Acting now will require a commitment of public resources, but will deliver a significant democratic and societal return on investment.

It is, we believe, a matter of choice.

OUR METHODOLOGY

This report identifies a set of policy options for governments that want to act to improve the sustainability of independent journalism in their country. It also provides a basic outline for those who want to assess how their government is doing relative to established international examples of good practice. The response requires governments to make financial investments, but also investment in institutions and fundamental rights.

We focus on policy options that are evidence-based or at least have demonstrated proof-of-concept, that command broad-based political and public support in the countries where they are already in place. We look at policies that are oriented towards ensuring the future sustainability of independent journalism, and not towards protecting the specific interests of any one incumbent industry or organization.

WHAT GOVERNMENTS CAN DO TO HELP INDEPENDENT JOURNALISM

These options are structured around four areas for action. First, ensuring the freedom that is a necessary precondition for genuinely independent journalism. Second, enhancing the funding that enables independent professional journalistic work by supporting independent private sector, public service, and nonprofit news media. Third, creating a more enabling future environment for independent journalism in part through institutional reform. Fourth, highlighting solutions that point to a more sustainable future for journalism.

- 1. Freedom comes first on our list**, because without respect for fundamental rights and media freedom, no amount of funding or focus on the future will ensure genuinely independent journalism and, without respect for human rights, government support to media would turn into the means of media capture. Conversely, freedom without funding and an enabling future would leave journalism, and by extension our societies, diminished and vulnerable. Governments that do not respect free expression and media freedom typically do more harm than good when they intervene in other parts of the media environment. Media freedom, domestically and internationally, is the bedrock for the sustainability of journalism.
- 2. One substantial indication of whether governments are serious about ensuring the sustainability of independent journalism is their willingness to commit real resources.** If governments globally committed just 0.1% of GDP – half of what some countries already do through direct and indirect measures – the total figure could amount to several tens of billions of dollars annually. To put this in perspective, this is just 20% of what governments spend worldwide every year on subsidizing fossil fuels. Public commitments of that order among, for example, the countries that make up the G7, G20, the Media Freedom Coalition, the International Partnership on Information and Democracy, and participating states in the Summit for Democracy would be utterly transformative and could greatly enhance the quality, diversity, and equity of news coverage globally.

While these funds should ideally come from general taxation rather than hypothecated taxes, those worried about the potential additional pressures on public finances can take heart from the fact that public expenditure on journalism may be offset by receipts from new sources. The OECD estimates, for example, that addressing the tax challenges arising from multinationals and digitalization (e.g., from companies such as Alphabet, Amazon, Apple, Facebook, and Microsoft) can help raise at least US\$100 billion in tax revenue annually.

3. By contrast, if governments do not act to strengthen the enabling environment for independent journalism, and if market forces are allowed to play out on their own, there will be few winners and many losers. The winners will primarily be the platform companies who have grown to enormous size in the digital media environment, as well as a limited number of up-market, elite-oriented national and international news media serving already well-served audiences. The losers will include not only the already threadbare independent news media struggling to deal with the impact of the pandemic on top of the already considerable pressures of a more digital, mobile, and platform-dominated media environment, but also the citizens they serve across the world, especially in poor countries, at the local level, and in underprivileged communities.

Acting to ensure the sustainability of independent professional journalism in this situation is not about propping up ailing incumbents, handing money to proprietors and shareholders, or collapsing back into outdated forms of state aid trying to preserve industries in terminal decline, but about creating an enabling, competitive environment where it makes sense to invest in news production. That includes favoring nonprofit journalism, developing competition and platform policies that enable journalism to thrive in digital markets, and opening multiple routes through which journalism can find support.

4. The report highlights other areas for support that can help journalism transition at speed and at scale to a new and more equitable future. While the challenges the field faces are real, there are also positive signs in many places that point to a future in which independent journalism can have a greater say over its own future.

Internet users have access – where barriers or controls are not put in their way – to more diverse news and information than ever before in human history, and new ways to access content, express themselves, connect and communicate with others, and organize. We are also seeing the rise of collaborative journalism; open source investigation and data journalism; a strong growth in reader revenue and donations among high-quality news publishers; improving business practices; new forms of engagement with audiences, including through membership and co-operative ownership; and increased donor and investor interest.

This report provides a list of recommendations for those who prefer action over inaction, a list that provides policymakers with options that already have evidence or proof of concept, and that provides citizens and others who hold policymakers to account with a simple scorecard for assessing how their government is doing.

Acting now, by funding journalism, comes with a cost. But the cost of inaction is incalculably greater.

KEY RECOMMENDATIONS

TO ENSURE THE SUSTAINABILITY OF INDEPENDENT PROFESSIONAL JOURNALISM AND NEWS MEDIA, THERE ARE A NUMBER OF MEASURES THAT GOVERNMENTS SHOULD TAKE.

FIRST, **ENSURE THE FREEDOM THAT IS A NECESSARY PRECONDITION** FOR INDEPENDENT PROFESSIONAL JOURNALISM AND NEWS MEDIA AND THEIR SUSTAINABILITY:

- > **Honor all their domestic and international commitments to fundamental human rights** and close the implementation gap between treaties and the situation on the ground when it comes to freedom of opinion and expression, media freedom, and the safety of journalists.
- > **Enlarge, deepen and implement the Partnership on Information and Democracy**, which is a framework for the creation of democratic safeguards in the global information and communication space, including for the right to information.
- > **Domestically**, they should ensure:
 - **full transparency of media ownership** as part of broader transparency, anti-corruption and financial integrity measures – especially disclosure of the beneficial (ultimate) owners of media outlets – so citizens can form their own view about any potentially undue political or commercial influence.
- > **Internationally**, they should ensure that:
 - the international community uses the instruments and means at its disposal to push all states to progressively realize their obligations: to counter regression, this will require new levels of cooperation through existing and emerging bilateral, plurilateral and multilateral relationships, instruments and mechanisms, including trade & aid;
 - online content moderation, whether done entirely unilaterally by individual for-profit private companies, under some form of self-regulatory or co-regulatory oversight, or done on the basis of regulation and/or at the behest of governments submitting requests to companies, is done on the basis of Community Standards/Terms of Service and/or a legal basis that is fully compliant with international standards, and is consistent, transparent, and provides due process.

SECOND, PROVIDED CITIZENS CAN BE CONFIDENT GOVERNMENTS ARE DEMONSTRABLY COMMITTED TO THE FREEDOM AND NOT THE 'CAPTURE' OF INDEPENDENT JOURNALISM AND NEWS MEDIA, CONSIDER IMPLEMENTING **DOMESTIC AND INTERNATIONAL POLICIES THAT HAVE A PROVEN TRACK RECORD** OF ENHANCING THE PLURALITY AND SUSTAINABILITY OF FUNDING, AND CAN **COMMAND BROAD POLITICAL AND PUBLIC SUPPORT** TO ENSURE A STABLE ENVIRONMENT, INCLUDING:

- > **Direct domestic support** for independent professional journalism and news media, on a legal, fair, transparent and equitable basis, and with safeguards against real or perceived ways of influencing editorial content, such as:
 - **direct subsidies, whether direct or through independent intermediaries**, in ways that do not privilege old-fashioned forms of distribution and that are tailored to support local journalism and journalism serving underserved, underprivileged and marginalized communities;
 - **full transparency of government advertising**, and ensure, through consultation, legislation and regulation, fairness, equity and transparency in how, by whom and to whom it is allocated, in order to prevent market distortion, the strengthening of government-friendly media and the 'soft censorship' of independent media;
 - **ensuring that public service media are genuinely independent** from political interference or control in their governance, operations, finance, and editorial, with a clear remit, ability to operate across all relevant platforms, and appropriate, stable, long-term public funding.
- > **Indirect support** for independent professional journalism and news media, offered with safeguards against real or perceived ways of influencing editorial content and not tied to specific forms of distribution, such as:
 - VAT and tax exemptions, tax relief on editorial roles, and other forms of tax credit;
 - mechanisms for citizens to support independent media of their choosing through media vouchers, tax relief on subscriptions, or income tax designations.
- > **Direct international support** for public interest journalism and its enabling environment by committing publicly a substantial, increased part of official development assistance (ODA) budgets as part of broader support for democracy, transparency and good governance, ensuring the proper independent, fair and transparent governance and allocation of such funds, and improving data standards and knowledge-sharing around such funding.
- > **Supporting the growth of mission-driven investment** for journalism businesses by:
 - supporting and underwriting national and international blended finance vehicles or other social investment mechanisms;
 - providing specific incentives (e.g., write-offs) to investors who sell or transfer local media to public-interest/mission-driven investors;
 - incentivizing investors to provide greater access to capital for public interest journalism founders and investors from diverse or marginalized backgrounds.
- > **Ensuring that philanthropy has the freedom to operate** within and across borders, and that regulatory frameworks enable philanthropy to fund for-profit as well as nonprofit media.

THIRD, BEYOND IMPLEMENTING ONE OR MORE OF THESE POLICIES, GOVERNMENTS COULD FURTHERMORE **CREATE A MORE ENABLING FUTURE ENVIRONMENT FOR INDEPENDENT JOURNALISM AND NEWS MEDIA BY:**

- > **Easing the creation of and incentivizing support within and across borders for nonprofit news media**, through, where relevant, reform of tax codes, charitable frameworks, company formation and international equivalence, in order to enable the emergence of a class of independent professional media focused solely on public interest goals.
- > **Supporting, adopting and improving proposed international measures on taxation** such as a minimum global corporate tax rate (including the proposed OECD, G7 and METR [Minimum Effective Tax Rate] models), and supporting independent journalism out of the increased tax take.
- > **Acting to ensure commercial digital markets are competitive, by examining the need for measures on**, for example:
 - data access, portability, and multihoming/interoperability;
 - increased focus on data and non-price competition in competition enforcement;
 - greater scrutiny of mergers and acquisitions, including considering data collection and other issues that may not raise traditional red flags;
 - and greater scrutiny of situations where there are dominant players who may both be the market and be in the market.
- > **Instructing independent regulators in media, internet, communications, privacy, & competition** to examine the interplay of privacy, digital ad markets, social media and related fields.
- > **Funding and supporting the domestic and international field infrastructure** that can carry out policy and advocacy work to defend the rights of journalists and news organizations, and advocate for policy and regulations in line with those rights and standards.
- > **Lowering the costs of independent journalism and open-source intelligence, through:**
 - respect for and implementation of freedom of information access laws;
 - adoption and implementation of international open government standards, including on public procurement and contracting, and publicly accessible open data.
- > **Providing structural support to the knowledge infrastructure of the field**, such as funding for:
 - lifelong training of journalists and updating of curricula and methods;
 - increased resources for industry-relevant applied research and industry data;
 - increased funds and incentives for R&D for innovation;
 - the inclusion of journalism and media as a strategic sector in national AI strategies, and as a component or focus of centers of expertise in AI/ML and other advanced computation methods.

INTRODUCTION

The world is in the grip of multiple crises: the climate emergency, a global pandemic,³ a democratic recession,⁴ an authoritarian resurgence,⁵ growing inequality,⁶ gender inequity,⁷ labor rights and automation,⁸ and mis- and disinformation.

Solving these crises will be exponentially harder unless we solve a crisis that weaves through them all: the crisis facing independent professional journalism, a crisis that the Secretary-General of the United Nations says could result in an ‘extinction event’.⁹

Independent journalism is essential to democracy and open societies. But journalism is facing an existential threat in the form of interlocking challenges that in their scale, complexity, and systemic nature are akin to its own version of the climate emergency. Responding to this emergency requires immediate, sustained, and substantial action, collaboration among diverse, even competing stakeholders, and the commitment of financial and institutional resources – within and across borders.

As with the climate crisis, if those with the power to act do nothing, delay taking action, or worse, actively harm journalism, the consequences for society and democracy are likely to be catastrophic. Allowing – or causing – independent journalism to atrophy is already increasing information inequality, undermining democratic participation, and even, as we have seen during the COVID-19 pandemic, threatening public health and national security.

To avert this crisis, tens of billions of dollars over the next decade are needed worldwide to secure and stabilize the journalism and high-quality information that our societies need. This report sets out ways in which this challenge can be met.

An essential service at risk of extinction

In the early stages of the pandemic, some governments took the opportunity to further weaken and control independent journalism.¹⁰ Others, however, chose to recognize the centrality of journalism to open, healthy societies by designating it an essential service, and journalists as key workers,¹¹ defending freedom of expression.¹²

Independent journalism is essential to how societies establish and make accessible shared facts and trusted information, so that citizens can make sense of and participate in the world around us, and make better informed decisions about our lives¹³ – never more crucial than in a global health emergency. Independent journalism in its various forms – whether from broadcasters or podcasters, newspapers or YouTubers, fact-checkers or cartoonists – contributes to a more informed and active public, serves the public interest, not just the interests of those who use the news, and is as a result a cornerstone of democracy and open societies.

Academic research provides evidence that following the news helps people stay more informed about public affairs, participate in the political process, and engage with their communities.¹⁴ Independent journalistic scrutiny also serves the public interest above and beyond the value it provides to those who follow the news. Research suggests investigative journalism can help hold government and private institutions accountable to the public by exposing abuse of power by politicians or corporations, can reduce the risk of corruption and misuse of resources, and help ensure elected officials represent their constituents’ views.

Civil society¹⁵ and citizens can of course contribute to these things too, but they can't replace the role of journalistic scrutiny. Many have come to realize that the extinction of independent journalism will damage the wider democratic ecosystem irreparably.

Why is independent journalism under pressure in a changing market?

The market dynamics that underpinned the advertising-enabled model of journalism for 40 to 50 years have undergone radical disruption and erosion in the last 20 years.¹⁶ The trends driving these changes have only intensified and sped up across the globe – at different speeds and with different effects depending on local conditions – as a result of the pandemic, digitalization and the 'war on journalism'.¹⁷ One interviewee described this as a 'slow-motion car-crash'.

This leaves independent journalism in an incredibly precarious position, with negative impacts on citizens' ability to access quality information. Policymakers and decision-makers need to understand how this has come about in order to reach for the right levers in this time of crisis.

An attention economy

In short, journalism, newspapers in particular, used to be an attention business. Those who could meet the high barriers to entry had fewer competitors, and were able to bundle together many types of content and services – including journalism – as 'news' for their captive audiences, whose attention they could package and sell at high rates to advertisers who wanted to reach them. The healthy profits they were able to make from giving the advertisers access to their audiences gave the impression that journalism itself was a profitable business, but merely masked the fact that advertising revenues paid for the bulk of journalism because advertisers had fewer other options. This was important because in many societies, newspapers did and still do produce most original reporting.¹⁸

Print circulations were already in decline in many societies when news was unbundled – undercut as services once bundled together as a newspaper, such as weather, sports scores, classified ads, have each been done better, faster and cheaper by digital upstarts. Barriers to entry have dropped sharply, making the market more crowded and more competitive. The share of media use represented by news – 10% to 15% during the offline world – is no more than 3% to 5% of users' time in the digital, mobile and social era.¹⁹ Just 17% of respondents to another study were highly engaged news users,²⁰ making news media even less attractive to advertisers, and former advertising rates and profits impossible to regain.

Winners take most in advertising and in journalism

Advertisers will follow users' attention to venues where they get more value for money, and many clearly prefer the cheap, targeted advertising offered online, where publishers compete with platforms for both users' attention and advertisers' budgets. The platform economy is a winner-takes-most market, characterized by economies of scale, network effects, and data network effects – the big get bigger, attract more users, stockpile more valuable data, and attract advertisers. A few big platforms now dominate digital advertising: nine of top ten sellers of digital advertising globally are platforms and one media-owning telecommunications company.²¹ For independent news media, the considerable pressures produced by the rapid move to a more digital, mobile, and platform-dominated media environment are now combined with intense – and in some contexts cross-border – competition for attention, advertising, and consumer spending.

Similar winner-takes-most dynamics are playing out within journalism, in which a handful of already successful media become more so, and thus are able to invest across their businesses, attract ever-greater paying audiences, produce high-quality content, and entrench their dominance over the market. The English-language New York Times, for example, has driven a tenfold increase in its digital subscribers (now 6.7m internationally) between 2012 and 2020.²² In most national markets, a few upmarket titles, often legacy newspapers, account for a majority of digital subscriptions, and a limited number of new digital-born entrants are doing well.²³ But even in wealthy markets, other independent news media – especially at the local level – are fighting over scraps.²⁴

The cost for open societies

These dynamics mean that the journalism most crucial in open societies – public interest, investigative, local – can no longer be paid for in the same quantities as in the past, and if journalism is not to disappear, new and diverse ways of financing must be found. If market forces are allowed to play out on their own, there will be few winners and many losers, with widely documented negative impacts for democracy, scrutiny, and social cohesion, especially at the local level.

While a few winners manage to succeed, most cannot. Many independent media shrink or close; already threadbare public interest reporting shrinks further; news deserts continue to grow, and, as nature abhors a vacuum, other forms of less reliable information take their place. The gap between the haves and have-nots is worsening, both in terms of those who can afford to access high-quality journalism, and those who are producing it. A privileged minority of affluent, highly educated news lovers have more choice than ever, with many different publications catering to their interests and needs. But most of the public in most places around the world risk being worse off in terms of news provision and coverage. Because of the public value of independent journalism, we will all suffer as a consequence.

The rationale for intervention to meet citizens' information needs

Independent journalism is crucial to meeting the evolving information needs of societies and citizens. But the equation of how this gets paid for cannot be solved with magical thinking. As with the climate emergency, resources should focus on urgently supporting measures that are already shown to improve the sustainability of independent professional journalism – by which we do not mean positive topline revenues, but models that prioritize investment in editorial, have diversity of provision, and reach and equity across the population at large (as well as addressing their own climate impact).

Acting to ensure the sustainability of independent professional journalism in this situation is not about propping up ailing incumbents, handing money to proprietors and shareholders, or collapsing back into outdated forms of state aid trying to preserve industries in terminal decline. It is about creating an enabling, competitive environment where it makes sense to invest in news production.

Ultimately, investment in journalism, not media industry revenues, is the central issue. The percentage of industry revenues going to news production varies hugely by sector – from a low 4% in television and a somewhat higher 23% in newspapers, according to one UK estimate, to more than 50% in many digital-born news media.²⁵ There are no guarantees that a set portion of advertising or consumer spending will go to specific companies (revenues are not a right – they have to be earned). Instead, the focus should be on incentivizing investment in journalism and ensuring that news media have a fair chance to compete in the marketplace. What matters from a public interest view is not whether proprietors and shareholders

get rich or what industry topline revenues are, but whether money is invested in independent professional journalism, and whether journalism serves the whole public, not just affluent, educated, urban elites.

As with the climate emergency, which affects all of us but disproportionately impacts on the poor and marginalized, addressing the challenges facing journalism and helping it to adapt and transition to new models is urgent for all of us at all levels and in all sectors. No single actor or measure can 'save journalism' alone – responding to the crisis will take many years and multiple steps, and will involve many different actors with different interests and incentives.

The role of governments

Governments are one such actor and have an important role to play. The pandemic has shown that, when circumstances demand, governments can choose to recognize the scale of the challenges, forget business as usual, and take decisive action. The crisis facing journalism calls for similarly bold decisions.

The working group does not believe that governments can on their own avert all the challenges independent professional journalism faces, or that governments should try to act to avert all these challenges on their own. They can do more harm than good, especially in countries where neither citizens nor journalists can have confidence that government interventions are in the public interest and will respect fundamental rights, journalistic independence, and media freedom. But, as with the climate emergency, governments must decide where they stand – as part of the problem, or as part of the solution.

The purpose of this report is to enumerate evidence-based, broadly supported steps that policymakers in rights-respecting governments could take to create a more enabling environment for independent professional journalism to thrive. These steps that governments could choose to take – alone and together – would make a meaningful difference without distorting the market, creating perverse incentives, or undermining fundamental rights. It is important to identify and describe positive examples of such steps so that elected officials and other policymakers can consider their options, and adapt these measures in their specific settings to stabilize, unshackle and grow their independent journalism sectors, because this is beneficial to society. And it is important to recognize that continued inaction is a political choice too – and brings its own costs.

This report highlights the most promising and feasible steps that can help to unlock substantial and transformative resources for independent professional journalism. What this report identifies is that, while many actors can take actions that could make an incremental and material difference to the sustainability of journalism, systemic change will only come when underpinned by concerted government action, domestically and internationally.

This report encourages those who can to muster the political will and know-how to act.

Approach

In the following sections, we set out the principal interventions that meet the central criteria for this report: that they are future-focused, and not seeking to restore a romanticized or anomalous past; that they are evidence-based; and that they might be able to command broad support. The working group

approached this in two ways – by extracting general, high-level types of action that governments and others can take, in the expectation that these need to be discussed and set within a local context; and by spotlighting a few specific examples of good practice that merit closer examination.

There are few countries and markets that are not affected by the dynamics described above, or some combination of them. What kinds of principles and values are essential parts of fostering an environment in which independent professional journalism can thrive, can be sustained, in the context of this changing market and changing audience preferences, and the implications this has for the way journalistic work is organized and paid for? If the aim is to ensure that the overall enabling environment for independent professional journalism has access to a diverse range of potential sources for revenue, governments and other actors have a range of levers that they can pull in order to create better conditions for this to happen – and a range of indicators against which to score progress.

Alongside the work of press freedom organizations to document abuses and violations (for instance through the World Press Freedom Index published by Reporters Without Borders [RSF]), the media development sector has built media viability indicators – notably [UNESCO](#)²⁶ and a related set by [Deutsche Welle Akademie](#)²⁷ – to help diagnose healthy or unhealthy media environments that support the viability and sustainability of journalism organizations. These evolving approaches encompass the full range of factors bearing on independent media, from the political, legal and regulatory, to the financial and technological, and are a key tool for assessing whether media environments would foster sustainable journalism. Wider industry research includes [World Press Trends](#) (and other reports) from WAN-IFRA (the World Association of Publishers).²⁸ The unevenness and lack of reliable open data constrains the range of options that can be presented to policymakers. We have seen little evidence of combination of these kinds of data with data on, for example, inequality, gender, health, digital inclusion, and other public interest factors. For policymakers working on the sub-national level, however, there is work of increasing sophistication emerging on local media ecosystems.²⁹

Other relevant research includes the European University Institute's [Media Pluralism Monitor](#), the [Media Ownership Monitor](#), initially launched by RSF, which evaluates ownership of media companies in a selection of countries around the world, the forthcoming [EU Media Ownership Monitor](#), and research emerging on financial flows in a number of media environments, conducted by the Center for Data, Media and Society at Central European University.³⁰ We point to relevant indices and data sources on the Enabling Environment – such as greater government transparency – in more detail in the Appendices.

The interventions outlined below are only appropriate in countries that have established their credibility in this area through high media freedom and low corruption, or are demonstrably on a direction of travel towards these benchmarks. The risk of undertaking these measures in countries that do not meet these criteria is that either they will be used to advance media capture, or citizens will perceive them as illegitimate and being used for media capture.

Where states have not taken these measures or ones like them, and find their media sectors in crisis and the information needs of their citizens poorly met, this has to be considered in part the result of political or ideological choices, rather than of rational consideration of the evidence, and the most appropriate course of action to protect and promote journalism (in accordance with their international obligations). There are also numerous risks for governments embarking on such measures and reforms, some of which have been on display already this year.

Chapter 1: **Freedom**

WITHOUT MEDIA FREEDOM, THERE IS NO JOURNALISM SUSTAINABILITY

Without media freedom, journalism cannot be sustainable, because there is no journalism worthy of the name. And without financial viability and sustainability, media cannot be free.

There are, however, a number of factors threatening independent professional journalism, and there are many things governments and others can – indeed must – do to address them.

Governments and policymakers are aware of their positive obligations³¹ under international and national law to protect and promote freedom of expression and of information, media freedom, and the safety of journalists (including the disproportionate impacts for women online and offline).³² Despite this, it has long been a challenge getting states to live up to those obligations, and to find effective enforcement mechanisms when they don't.

A growing number of governments, politicians, judiciaries,³³ and sometimes private interests³⁴ actively undermine free expression, independent professional journalism, and media freedom. From crude physical and personal threats, through more insidious financial and economic measures,³⁵ judicial and legal harassment ('lawfare'), and digital attacks, these all occupy the time, energy and resources of independent journalism, leaving it less able to pursue its core mission of serving the public interest. This severely curtails the sustainability of journalism at the level of individual journalists, of the outlets they work for, and of the independent sector overall. The COVID-19 pandemic has exacerbated the financial and operational fragility of thousands of already precarious journalism organizations worldwide, a situation which some governments have exploited to enact more restrictive and punitive measures.³⁶

This is occurring both within and across national borders, is often disproportionately targeted at women and minorities, and comes within a wider context of erosion of democracy and rising authoritarianism. These methods are now being used *by* democracies and institutions of democracy, making backsliding hard to spot and push back against.

Initiatives through the Council of Europe³⁷, the Media Freedom Coalition³⁸ and the High-Level Panel on Media Freedom³⁹ are attempting to tackle this. States in these and other forums like the Initiative on Information and Democracy,⁴⁰ the Community of Democracies, and the Summit for Democracy must back up the symbolism of their participation and endorsements with concrete measures to protect and resource independent journalism.

Other multilateral and plurilateral venues in which media freedom and sustainability are standing or emerging issues include the [Alliance for Multilateralism](#), the [G7](#), (most firmly in its Foreign & Development Ministers [Communiqué](#) on 5 May 2021), the [G20](#), [OECD](#), the [Open Government Partnership](#), the [Internet Governance Forum](#), and the World Trade Organization (WTO).⁴¹ As noted below in the section on Taxation, recent reports from the UN's FACTI panel and the 2025 Declaration of the Addis Taxation Initiative particularly note the enabling role that media, and investigative journalism in particular, play in combating illicit financial flows, and in upholding financial integrity – something that international and regional development banks ought also to pay attention to.

Our research tells us that a key limitation of progress in media freedom is the burden on understaffed and overstretched policymakers and public servants, outside a handful of better-resourced jurisdictions, to:

- > understand the complexity, and interlocking parts of the new environment and what policy can do;
- > have the actual tools and instruments to do something about it, including in concert with colleagues in related departments, or regulators;⁴²
- > operate within the right combination of law, policy and regulation that responds to both the current and future environment;
- > have independence from or capacity to face off against lobby interests.

This leaves these policymakers reliant in part on trickle-down analysis and legislation from the EU, USA, UK, Australia, Scandinavia and similar jurisdictions, although these are fundamentally different societies, markets and journalism cultures. One interviewee said that a lack of strategic action and support by major democracies for policymakers in low- and middle-income countries, and in smaller countries, had left the terrain free for “the competition”: off-the-shelf legislation and other measures from Russia and China.

There are many current and recent analyses of media freedom, with many recommended steps that states can take to come into compliance with these standards, as well as promoting them. We will not retrace these here, beyond providing recommendations on this area that bear directly on the sustainability of journalism.



RECOMMENDATIONS TO STATES

- > **Enlarge, deepen and implement the Partnership on Information and Democracy, which is a framework for the creation of democratic safeguards in the global information and communication space, including for the right to information.**
- > **Honor their commitments and obligations under international human rights law to respect, protect and promote freedom of expression and other fundamental rights.**
- > **Close the implementation gap between treaties to which they are signatories and the actual situation on the ground in terms of freedom of expression and of information, media freedom, and the safety of journalists (e.g., by developing a multistakeholder National Action Plan for the Safety of Journalists), and ensure that domestic policy and foreign and development policy on these rights are aligned.**

States should also take regulatory measures that strengthen media sustainability and independence, including:

- > **As part of broader transparency, anti-corruption and financial integrity measures, implement and publish transparency of direct and beneficial ownership of media, in order to facilitate full transparency of media ownership and true measures of media concentration as a key enabler of citizen and democratic scrutiny of commercial and political influence in society.**

- > Ensure transparency around advertising markets, including digital and political advertising markets, and specifically, an independently governed and operated, transparent, fair and equitable system of oversight and allocation for government advertising in media, including transparency of related data.
- > Ensure the transparent operation and governance, operational independence, adequate funding and staffing, and financial autonomy of regulatory bodies overseeing these and related areas.
- > Ensure sufficient and stable funding for the work of Representatives and Rapporteurs for international institutions (e.g., UN, OAS, Organization for Security and Co-operation in Europe [OSCE], African Commission) and of the High-Level Panel of Legal Experts on Media Freedom, to document abuses of press and media freedom (including under COVID-19), develop solid, practicable responses to evolving threats, and reaffirm and rearticulate the value of journalism.
- > Engage in plurilateral and multilateral forums focused on media freedom, and in other international and regional forums such as the G7, G20, OECD, Organization of American States (OAS), Association of Southeast Asian Nations (ASEAN), the Alliance for Multilateralism, the Open Government Partnership, the Community of Democracies, and the WTO, in order to engage, influence and collaborate with other governments, and to hold to account governments violating their obligations.

Chapter 2: Funding

Contents

2.1 REACH 0.1% OF GDP ANNUALLY FOR A DECADE TO ENSURE JOURNALISM'S SURVIVAL AND TRANSITION

2.2 PUBLIC FUNDING

A note on public resources for journalism

2.2.1 Direct subsidies, funds and incentives

Direct domestic subsidies through independent intermediary funding bodies

Direct international subsidies through independent intermediary funding bodies

2.2.2 Public service media

2.2.3 Direct international subsidies: Aid, trade and democracy assistance

2.2.4 Indirect subsidies and incentives

Indirect subsidies for news media

Indirect subsidies via citizens

Limitations of indirect measures

2.2.5 Transparent, fair government advertising

2.2.6 Investment – including public/private agreements

2.3 PRIVATE PHILANTHROPIC FUNDING

2.1 REACH 0.1% OF GDP ANNUALLY FOR A DECADE TO ENSURE JOURNALISM'S SURVIVAL AND TRANSITION

Why are we calling on rights-respecting governments to intervene to support independent journalism when the orthodoxy of recent decades has been that – in general – governments should be kept as far from journalism as possible? The new market conditions in which journalism – even nonprofit journalism – lives mean that it is all but impossible to achieve independence, stability, pluralism, diversity, and quality without a major reset.

The commercial advertising-driven model that was held to be the cornerstone of independence for so long is under great pressure in many societies. The vacuum left by commercial advertising revenue has been in part replaced in many societies, especially lower-income countries, by government advertising. Often untransparent and politically aligned, this funding is directed away from independent media, towards politically loyal media, strengthening the latter, and further weakening the former.

Some governments – and private media – are aggressively pushing for cuts to funding for independent public service media at the same time as their universal service obligations require stretching into new platforms: never more crucial than during a global health emergency. With independent journalism weakened and public service media spread ever thinner or co-opted, pushing back on information disorders⁴³ becomes ever more difficult – especially when politicians and media are playing a role in fueling and manipulating that disorder, often against independent media themselves.

The result for citizens is an ever-deepening information inequality – some superserved with high-quality journalism, others reliant on an unpredictable mix of distributed sources – and greater vulnerability and volatility. Of course, journalism is not sitting on its hands during this crisis. We have seen countless examples (highlighting some in Chapter 3) of great entrepreneurialism and reinvention, in addition to the creativity, commitment, and public value that are core to journalism, which offer hope to the field.

As with other complex emergencies, however, it is now clear that the nature of the crisis facing journalism is so extensive that governments need to play a role – beyond usual political cycles and calculations – in confronting and overcoming it. The size of the crisis, and the potential impact of not addressing it, merits thinking on the scale of the New Deal, and the Green New Deal. The consensus in our research is that this will take multiple steps and the combined effort – over a decade or more – of governments, regulators, industry bodies, investors, funders, the tech sector, civil society and independent journalism itself to arrest and move beyond this crisis.

Accordingly, we believe that, for the next ten years, rights-respecting governments globally should commit 0.1% of GDP to confronting this emergency both at home and abroad. Some governments already do, and if more governments honored their commitments to fundamental rights and made similar support, the value directly and indirectly to the journalism field could amount to tens of billions of dollars a year.

Tens of billions of dollars a year appears to be a large, unattainable figure – but taking into account the value of many measures already in place, aspiring to reach it begins to seem less fanciful:

- > Direct funding, such as direct subsidies, as in Denmark (0.21% of GDP) or in France (€1.7 billion), competitive or selective funds, as in New Zealand, and through the funding routed through public service broadcasters (PSB) to the wider independent sector, which collectively would amount to perhaps the low hundreds of millions of dollars.
- > Indirect measures, such as reduced or zero value-added tax (VAT) for news publications, which can amount in some countries to hundreds of millions of dollars, and if applied more consistently, could represent many billions globally; tax relief on digital subscriptions, or even media voucher schemes, would represent further hundreds of millions globally as reader revenue grows in importance and advertising revenue diminishes.
- > Philanthropic grantmaking to and private investment in the journalism and news media sector is nascent and/or constrained in many markets and across many borders – with more conducive and consistent rules, with wider possibilities for funding for-profits and nonprofits, and with more options for blended finance vehicles, these would only grow.
- > ODA for media currently amounts to just US\$450 million worldwide, of which just 17% is spent on journalism, and against the backdrop of the larger domestic assistance given in some countries, raising this to US\$1 billion annually appears persuasive.
- > Any public expenditure on journalism could perhaps be offset by the revenues raised through global tax agreements related to multinationals and digitalization, and aside from any global corporate tax changes, platform companies might also be persuaded to upscale and systematize their corporate giving to journalism.

For comparison, in Europe, the European Broadcasting Union (EBU) estimates⁴⁴ that total operating revenues for public service media are approximately €35 billion, and while this is declining year-on-year, it still represents 0.16% of GDP in the 56 countries of the EBU. Reaching 0.1% to fund the wider independent professional journalism ecosystem through other measures seems, in that context, less unrealistic and more achievable.

Making a concerted effort across dozens of countries to approach this figure would represent a huge and transformative leap in funding to the field, and the best possible chance for societies around the world to protect and grow pluralism in the journalism sector, in its sources of finance and funding, and in its future directions.

Rights-respecting governments have numerous tried-and-tested levers that they can choose to pull to start to make a difference. Some involve structural or systemic changes, some involve compliance with international processes and standards, and others are measures that would have a cost, but in all these cases, such measures cannot come too soon. Inaction, delay, timidity, and short-termism⁴⁶ have tangible and damaging costs too. Taken together, we believe these measures offer a springboard from which governments and other stakeholders can launch a New Deal for journalism, in their own countries and internationally, so that, by 2030, independent professional journalism will be in good health.

2.2 PUBLIC FUNDING

There is widespread precedent⁴⁷ for governments using subsidies to reduce the costs of market entry, production and distribution for journalism. Subsidies⁴⁸ can be direct, to individual businesses and organizations, including public service media, or indirect, by removing or reducing costs at the system level, for example, through tax exemptions or relief.

Research has found that in high-income countries, indirect subsidies such as VAT exemptions for private print media and newspapers match and sometimes outweigh direct subsidies to public service media.⁴⁹ The nature of the support needs reinventing for the new environment, however, as 'public support remains, first, heavily weighted in favor of legacy organizations and industry incumbents, most importantly public service media organizations and print publishers; and, secondly, is overwhelmingly built around inherited media platforms like broadcasting and print.'⁵⁰

The multiple crises facing journalism are forcing even countries with a supposed history of non-intervention to consider targeted measures, and those with existing schemes to re-evaluate their effectiveness. Governments can anchor, convene, underwrite and catalyze broad efforts to address a wide range of seemingly intractable problems like the crisis in the sustainability of journalism.⁵¹ Two experts specifically justified such good-faith government interventions in the sector domestically and through foreign aid (see section on ODA below) as a means of defending not only democracy (including electoral integrity), but also national security and sovereignty, with the caveat that this is an argument also employed by governments with more authoritarian tendencies, like Poland and Hungary in the EU.

Research indicates that there are a number of measures that have been taken in some countries, regions and cities that, with appropriate analysis and localization, could be applied elsewhere – with a number of caveats about the credibility, independence and arm's-length relationship with such measures being of paramount importance. Such measures could have a material impact on the viability and sustainability of journalism businesses and organizations across the sector, as well as those most specifically focused on the public interest.

The Recommendations focus on five particular means of direct and indirect subsidy to media organizations, which are broadly speaking transparent and accountable to the public (though, if improperly applied, noting the risk of media capture).

1. Direct domestic subsidies from governments to journalism and infrastructure organizations.

A few governments (e.g. Denmark) provide direct ongoing transfers of funds to all qualifying journalism organizations within certain public interest criteria – this has also occurred during the pandemic in the form of emergency relief funds (e.g. New Zealand). (See 2.2.1)

2. Direct domestic subsidies through independent intermediary funding bodies.

Governments at the national, regional and local levels have begun to provide sums to independent intermediaries – nonprofits, philanthropic foundations, and other expert bodies – for selective, competitive grants and investment schemes to support journalism. (See 2.2.1)

3. Direct subsidies to public service media

through a range of mechanisms. At their best, these provide a government-legislated, publicly-paid, long-term settlement for public service media, anchoring public interest values and information, and enabling them to play a catalytic and commissioning role in the wider creative economy. (See 2.2.2)

4. Direct international subsidies

including through independent intermediary funding bodies. Government departments focused on aid and trade may choose to supporting journalism and media freedom internationally through development and democracy assistance, by providing funds to independent intermediaries to disburse locally, regionally or internationally, or in rare cases, through direct grants to larger organizations and incentives in the trade system. (See 2.2.3)

5. Indirect domestic subsidies

through the tax system and other means. Governments, and finance ministries in particular, provide significant support to publishers through indirect means, such as lower or zero VAT rates, and other taxation or fiscal benefits, although these are often designed for legacy rather than contemporary media environments. (See 2.2.4)

The report also highlights the pivotal role played by:

- > Investment capital and mission-driven investors (See 2.2.6)
- > Philanthropy (See 2.2.7)
- > The wider enabling environment (See 2.3)

A NOTE ON PUBLIC RESOURCES FOR JOURNALISM

Any commitment of public resources to enhance the sustainability of independent journalism should ideally come from general taxation. While hypothecated taxes (also known as ring-fenced or earmarked taxes) are widely advocated and tempting to include in policy options, partly because they appear transparent and must be spent on the area to be financed, they have long been considered ineffective, can fluctuate wildly, and are vulnerable to unintended consequences.⁵²

That said, in situations where public trust in government is low, and where the public finances can ill afford additional pressures alongside other pressing needs, it is possible that public resources may be offset by receipts from new sources. Momentum generated by the June 2021 G7 agreement on a 'minimum level of global taxation' will carry forward into wider discussions and frameworks at the G20 and OECD. The OECD estimates, for example, that addressing the tax challenges arising from multinationals and digitalization (in large part associated with platform companies such as Alphabet, Amazon, Apple, Facebook, and Microsoft) can help raise U\$100 billion in tax revenue annually⁵³, although what this will look like in lower- and middle-income countries is still uncertain.⁵⁴ (See also section 3.1.3.)

2.2.1 DIRECT SUBSIDIES, FUNDS AND INCENTIVES

DIRECT SUBSIDIES FROM GOVERNMENT

Direct subsidies from government out of general taxation have a range of benefits – particularly that, in rights-respecting countries, they are transparent, publicly accountable, and relatively predictable. Direct general ongoing subsidies for private news media (whether for-profit or nonprofit) make a direct contribution to organizations that are providing public value through their journalism.

Direct subsidies are generally allocated on a proportional basis for a particular purpose against certain criteria (e.g., level of editorial investment, nonprofit status, membership of an official industry body, geographic location). These require multistakeholder consultation, so as to ensure that they do not provide perverse or unbalanced incentives to particular market participants, and that they incentivize the kinds of journalism provision that delivers public value over and above the sum of the subsidies.

Such subsidies are provided in Denmark⁵⁵ according to clear criteria,⁵⁶ including investment in editorial, and are capped at a very low bottom threshold and at a medium-sized top threshold to avoid over-supporting bigger market players and to concentrate their focus on local and smaller niche publishers. The Danish model, which emerged partly from a 2011 report advocating a shift from funding based on circulation,⁵⁷ has succeeded in commanding widespread support partly due to the multistakeholder negotiations, between the government, the news industry at large, and the unions. The EU has examined and praised the Danish settlement for not violating State Aid rules. That said, this came against a backdrop of a 20% cut in 2023 for Danish public broadcasters.⁵⁸

In France, direct support to the media, in the form of *les aides de la presse* amount to €1.8 billion a year (almost €6 billion including audiovisual and a grant to Agence France Presse),⁵⁹ but are widely felt to require urgent reform, as they particularly focused on print distribution, which privileges media serving predominantly older audiences, rather than being more equitably distributed through the contemporary media system. In April 2021, the French Ministry of Culture announced a proposed set of changes to the scheme, including linking eligibility to the number of editorial posts.⁶⁰

Canada's package of support⁶¹ has received both praise for the scale of its ambition (CA\$600 million), and criticism for its preferential treatment for certain kinds of organizations that qualify for support.⁶² New entrants have criticized it and have been spurred into creating a [new association of smaller independent publishers](#) in response.

During the early stages of the COVID-19 pandemic, some journalism sectors were able to persuade their governments to release emergency relief funds to journalism organizations, including [Australia](#), [Canada](#), [Denmark](#),⁶³ [New Zealand](#), [Norway](#), and [Sweden](#). A number of these were renewed as the pandemic continued to create ever more adverse conditions for media organizations.

DIRECT DOMESTIC SUBSIDIES THROUGH INDEPENDENT INTERMEDIARY FUNDING BODIES

Governments (including local and city governments) have frequently set up or provided funds to set up funding bodies and schemes to achieve particular public purposes, often through public tender. At their best, and to guard against capture, these are fully independent from government in governance, operations, decision-making, and allocation, and can be administered by trusted third-party organizations in business, investment, the charity sector or philanthropy. In respect of journalism, however, some governments have been wary of building such domestic funds, even when passed through independent expert intermediaries, to avoid the impression, [in one recent example](#), that directing government funds to the media is perceived as interference in the media, and a violation of press freedom.

A growing number of governments have recognized that some of the most societally important forms of journalism, and the ones that help deliver better democratic outcomes, need additional targeted support, through dedicated selective funding instruments or programs. They can also – and increasingly appear to – address an equity rationale, such as imbalances in distribution or structural inequalities in access to representation, capital, or ownership for historically or systematically marginalized groups, such as women, people of color,⁶⁴ rural communities and so on. These can range in timescale from a one-off program, through medium-term innovation or catalytic funds,⁶⁵ to the establishment of large and long-term funds (including ‘patient finance’),⁶⁶ or dedicated funding for one-off public support, whether for editorial projects, innovation or investigative journalism. A unique example to which governments at the national, state and city level in many countries might take note of is the State-funded [Civic Information District in New Jersey, USA](#), which has a grants program.⁶⁷

There is also an increasingly strongly expressed preference in the public interest and nonprofit field for core or unrestricted funds that can be used flexibly, including on organizational development, rather than for more instrumental funds that focus on one-off projects or on the production of editorial content. Philanthropic funding in some regions is [moving in this direction](#), for example, when funding more precarious organizations such as investigative journalism centers.⁶⁸ However, government donor preferences are still largely towards project funding.

DIRECT INTERNATIONAL SUBSIDIES THROUGH INDEPENDENT INTERMEDIARY FUNDING BODIES

Direct subsidies also factor in the provision of public interest news internationally, in (small) parts of international aid budgets⁶⁹ among nations notably in the OECD-DAC grouping – e.g., Canada, USA, UK, Sweden. For more detail on this, see section 2.2.3.



RECOMMENDATIONS TO **STATES**

> Direct ongoing support packages to the news industry should involve direct cash transfers to particular kinds of journalism-producing organizations, tied to organizational size (small and medium-sized enterprises [SME], not large groups, for example), turnover, editorial investment, and potentially other factors including diversity of staff/board/ownership, and aspects of democratic governance.

- > Governments ought to establish and endow independent intermediary bodies with large-scale, stable, long-term funding that can act as independent sources of patient finance for the independent professional sector, and to support transformation and innovation in the sector. These must be independent of political, corporate or other interests in their governance and administration, should have field and technical expertise, and should have at least a 5-year, if not 10-year funding commitment.
- > Governments, international organizations and other bodies engaged in the media freedom and sustainability field may consider establishing internal units that can bring stronger in-house expertise on issues pertaining to journalism and the digital economy.
- > Support to field infrastructure organizations, both focused on the financial and operational sustainability and development of the sector, and on the media freedom aspects of the sector.

2.2.2 PUBLIC SERVICE MEDIA

The COVID-19 pandemic revealed how central to healthy societies truly independent public service media (PSM) can be. PSM are, in many countries, an essential part of meeting citizens' information needs⁷⁰ – at their best, they provide editorially independent, high quality information on a universal and platform-agnostic basis,⁷¹ are required to represent all parts and diverse levels of society, are independently and transparently governed, predictably and stably funded through a society-wide mechanism, for example a. licence fee (BBC), media tax (Germany, Finland), or from the state budget (Denmark). This provides a powerful counterbalance to other, more niche or paywalled media, a counter to information disorder,⁷² and an anchor for quality information for the widest possible public.

Public service media are, however, under pressure and attack from multiple angles in many societies. Already pressured budgets are being cut further, there is political interference in management, appointments, and even editorial. In Europe – in Central and Eastern Europe in particular, in [Poland, Hungary and Slovenia](#), for example – respective governments are co-opting, undermining and weaponizing public service media, using and misusing a variety of legal and other instruments.⁷³ Swiss public service media only retained its license fee (with concessions) after a bitter public and political campaign – NO BILLAG – and referendum, with a narrow margin of victory.

There is a wealth of research⁷⁴ about public service media internationally – though where they truly meet the criteria of independence from state and other interests biases this towards a smaller subset of high-income democracies. For some, PSM are seen primarily as a way of remedying a market failure, providing something that the market cannot. Some policy responses are rooted in this response, and can lead to helpful outcomes, such as the way the BBC has been mandated to subsidize 'democracy reporters' in 150 local independent newsrooms across the UK, a model that has been replicated in New Zealand and Canada.

However, recent research finds little evidence, for example, that PSM unfairly 'crowd out' private commercial media,⁷⁵ indeed sometimes the opposite.⁷⁶ An interesting experiment in the USA saw [local PSM take over struggling or failed commercial digital media startups](#).⁷⁷ Attempts to re-conceive and re-

articulate the public value that public service media provide are not yet widespread, though one example receiving some international attention⁷⁸ is a BBC-commissioned [scoping report](#) in which economist Mariana Mazzucato presents a framework⁷⁹ that shifts away from the market failure analysis towards one in which the BBC and other PSM provide essential public value as market shapers. PSM can also act as a catalyst of wider change in industry practices – in respect of gender diversity, for example, as the BBC’s 50:50 project has attempted to do.⁸⁰

Many interviewees – including those from a purely commercial media background – believe that truly independent public service media answering to the description above, whether in the Americas, Africa, Asia or Europe, can be both a good in itself, and a potential engine for the sustainability of other parts of the media ecosystem. But they cautioned against measures that – as in some EU countries particularly – appear to meet minimum standards of policy measures, but are in fact ways of bringing PSM further under state control.

Threats to PSM:

There are many other countries in which state budget or license fee funded media do not live up to the ideals of public service media, as a result of a number of threats:

- > Political capture and politicization of PSM,⁸¹ despite apparent regulatory or legislative protections either to blunt or to weaponize it, as in Poland and Hungary, but also a risk factor identified even for the BBC.⁸²
- > Inefficiencies or failures in their funding model, which, if state-derived, risks government interference, and if fee-based, is dependent on the efficiency of their collection system and on compliance levels.
- > The failure to evolve into the new communication and media environment, and to connect with and adequately serve younger demographics, storing up a cliff-edge in public support or consent.
- > PSM’s independence was partly intertwined with their control of their technology and transmission networks. Some are advocating for a ‘Public Interest Internet’ that partly restores this control, though the Working Group did not find workable or widely applicable proposals for anything in this domain.



RECOMMENDATIONS TO STATES

- > **Governments should ensure that PSM have full institutional, editorial and financial independence, and independent, transparent governance, guaranteed in law and/or regulation, to reduce the possibility of political interference.**
- > **Governments should develop locally appropriate means of providing PSM with sufficient, stable, autonomous, collectively based funding that meets international standards of independence and freedom from interference.**
- > **Consult widely and transparently on the contemporary meaning of universal reach and access on all relevant carriers and platforms, with consideration given to possible prominence requirements.**



RECOMMENDATIONS TO **PUBLIC SERVICE MEDIA**

- > **PSM to continue to provide and commission high-quality content, both internally and across the independent sector, where this exists.**
- > **PSM should have fully transparent policies, procedures and finances, in order that the public can see into their practices, and assess the extent to which they are representing all parts of society.**
- > **PSM should earmark a portion of its funding to enable research and development (R&D), contribution to standards development, and experimentation and innovation that benefits the wider sector.**

2.2.3 DIRECT INTERNATIONAL SUBSIDIES: AID, TRADE AND DEMOCRACY ASSISTANCE

Official Development Assistance (ODA) – alongside democracy assistance – is a key part of supporting and developing healthy environments for independent journalism in aid-recipient countries, where some of the other measures outlined in this report may not yet be as feasible. Yet according to the most recent research, the annual percentage of ODA dedicated to supporting journalism and media freedom worldwide is just 0.3%, or US\$450 million.⁸³

Most funders, government departments, international institutions and other non-specialist organizations – apart from small specialized units at the European Commission⁸⁴ and Council of Europe,⁸⁵ for example – do not have in-house expertise, especially of the interdisciplinary kind that understands the new media environment, to advise on or build strategies, often relying instead on external consultancies, peer funder networks, or expert consultations and meetings.⁸⁶

In order to persuade donors to increase their levels of support, experts, such as advocates for international media development, have in the past presented evidence that a healthy independent journalism sector is not only a good in itself, but is also linked with poverty reduction, effective trade, good governance, transparency and accountability, public health, election integrity, national security and a range of other desired outcomes. Yet aid flows have not increased. In the last five years, however, a wider range of actors in many societies have understood that independent journalism is facing an ‘extinction event’ and needs support on its own merits, and there are signs that this is filtering through to key donor governments (particularly as their domestic journalism sectors are threatened by the same interlocking challenges as those in recipient countries).

Emerging funding instruments at the international level, such as the proposed [International Fund for Public Interest Media](#)⁸⁷ (IFPIM) and the [Global Media Defence Fund](#) (GMDF),⁸⁸ are now arguing both for increased levels of ODA to support independent media and its enabling environment, and for this increased funding to be channeled through independent, specialized structures (including IFPIM and GMDF) at the international, national and local levels.

As noted elsewhere in this report, these efforts come during a period of democratic recession and of a ‘war on journalism,’ including in countries with which rights-respecting states trade and to which they

provide aid (and to which development banks provide investment, loans and support). Views differ in interviews and the literature on whether and how existing instruments and incentives to encourage better behavior from trading partners and recipient governments, such as the EU's Generalised System of Preferences-Plus system⁸⁹ or anti-corruption requirements, can be used more purposefully and effectively to help protect and strengthen independent journalism.

In the absence of an equivalent of the International Panel on Climate Change (IPCC) for the journalism and information sector, the upcoming Summit for Democracy in the USA,⁹⁰ and the roadmap of international summits and conferences leading up to it, such as the G7 in the UK, G20 in Italy, the UN Special Session on Anti-Corruption, and the UN General Assembly, offer an unprecedented opportunity both for donor governments to lock in firm, measurable and increased commitments themselves, and to encourage peer governments to do the same.

With a fundamental pillar of democracy and open societies at stake, it is time for governments to decide where they stand.



RECOMMENDATIONS TO STATES

- > **Commit to spending 1% of ODA (circa US\$1.5bn) on support for independent media and their enabling environment – ensuring that this goes through distinct and independent avenues.**
- > **Engage diplomatically in multilateral forums and other bodies (e.g., development banks), which can be important allies for incrementally setting standards, providing incentives, encouragement and pressure – and where necessary, create bespoke coalitions to address particular media freedom and sustainability.**
- > **Engage with IFPIM and other national, regional and international funds (including philanthropic funders, mission-driven, social and impact investors, and intergovernmental funds like EEA/Norway Grants) as viable routes for providing support at scale, mobilizing large new funds, visibility and subsidiarity of fund strategies, and convening in-country and cross-border coalitions.**
- > **Governments, international organizations and other bodies engaged in the media freedom and sustainability field should consider establishing specialized internal units that can bring stronger in-house expertise on issues pertaining to journalism and the digital economy.**
- > **Improve data, coordination, learning on ODA and democracy assistance spent on media development and journalism support.**
- > **Build partnerships on funding independent journalism between established and emerging donors, especially if in same region as recipient.**
- > **More agile, uncertain development contexts mean different and more agile approaches are needed – including, for example, partnerships with local-level, locally owned labs and other stakeholders (e.g., the research and tech sectors).**

2.2.4 INDIRECT SUBSIDIES AND INCENTIVES

Indirect general ongoing subsidies are applied at the system level, and are less obviously visible than actual transfers of funding, but provide equally significant value to private news media (whether for-profit or nonprofit). Such indirect subsidies can make a decisive and cumulative difference to the viability of individual businesses and are far outweighed by the public value such organizations provide. The OECD has cited the work of such organizations as an ‘essential—albeit untapped—source of detection in corruption cases’.⁹¹

INDIRECT SUBSIDIES FOR NEWS MEDIA

- > VAT exemptions or reductions are widespread for print publications, but have been introduced only unevenly for digital publications. There is a perception in some countries that subsidies to private media are low or non-existent, but the actual value to newspapers of the VAT exemption in several European countries is considerable.⁹²
- > Business rates, tax reductions or exemptions for particular kinds of journalism businesses, including nonprofit media, startups, or in particular business zones or districts (sometimes time-bound). Tax rebates were offered by the Ghanaian government as part of a COVID-19 package of relief to arts and creative businesses, including journalism.
- > Tax credits or relief on editorial roles focused on the production of journalism, to reduce the cost of hiring journalists ([Canada](#))⁹³ though some critique this as benefiting larger organizations. Other proposals to provide tax rebates or R&D-style credits⁹⁴ merit further exploration by governments, regions and cities in many jurisdictions.
- > Tax breaks and other benefits (such as business loans) for journalists, especially freelancers (alongside other essential professions). With the growth in freelancing, there is a greater need for support for freelancers in the gig/creator economy, and the need for new forms of protections outside of institutional media, access to insurance, healthcare, and legal support.⁹⁵
- > Spectrum allocation was regarded as a subsidy, and now, with demand for spectrum continuing to grow rapidly, the Australian government has proposed that freed-up spectrum from TV broadcasters could be auctioned off to help fund a Public Interest News Gathering fund.⁹⁶

INDIRECT SUBSIDIES VIA CITIZENS

- > Tax relief on digital subscriptions, as in [Canada](#).⁹⁷
- > Tax designations for citizens to direct a portion (1–2%) of their income tax to a journalism organization, as in a number of Central and Eastern European countries.⁹⁸
- > Relief on legacy/bequests.
- > Media vouchers to cover or subsidize the cost of a subscription⁹⁹ in France and proposed in the USA.

LIMITATIONS OF INDIRECT MEASURES

- > They are hard to design in ways that do not reinforce existing market dynamics, including ‘winner-takes-most’, or line the pockets of shareholders, or bypass public scrutiny.

- > They can generally only be applied domestically, and are less relevant to low income countries where public revenues would not prioritize such subsidies – reinforcing the need for ODA, philanthropy and other funding.
- > In many countries, the organizations at which these might most likely be targeted – independent, nonprofit, investigative or other public interest journalism organizations, for example – are also less likely to have sufficiently strong finance and operations capacity to be able to take intended advantage of such benefits. Other actors, such as infrastructure and industry bodies and philanthropic foundations, could reinforce the impact of such measures by supporting these kinds of capacities through technical assistance and grantmaking. Governments and regulators would need to make significant efforts to ensure that such measures are clearly communicated to those who might benefit from them.



RECOMMENDATIONS TO STATES

- > **Governments should explore or expand indirect subsidies, including allocation mechanisms that empower citizens to freely make choices about which media they want to support with public money.**
- > **Governments and regulators should consult inclusively on, and set transparent, fair and administratively manageable eligibility criteria for indirect subsidies.**
- > **Industry bodies or other advocates should consult with experts in taxation locally to explore weaknesses and loopholes in proposed measures, and to test them in sandboxes.**

2.2.5 TRANSPARENT, FAIR GOVERNMENT ADVERTISING

As noted in section 3.1.2, there has been a groundswell of scrutiny of digital advertising markets. In many markets, however, government advertising is one of the most prevalent sources of funding for media. During the pandemic, government advertising has been crucial for disseminating important public health messaging to wide publics, and to keeping media afloat while other sources of revenue dry up. In an ideal world, this advertising would be allocated by an independent agency, using clear and consensual eligibility criteria, based on up-to-the-minute data, and allocated in transparent, fair and equitable ways, without privileging legacy or incumbent media.¹⁰⁰

In practice, a growing number of governments, particularly where other sources of revenue are weak or scarce, are using government advertising as a tool of control over independent media, and as an indirect form of capture.¹⁰¹ Watchdogs are punished with the withdrawal of advertising revenue, and lapdogs are rewarded with even larger budgets.¹⁰² In the wake of the COVID pandemic, this is a particularly dangerous and ruinous tactic. In other countries, the system is not so much actively abused, as tacitly accepted, in spite of its weaknesses. This may be as it favors incumbent recipients, and there are few incentives to change it.

A decade ago, the Organization of American States (OAS) and the Inter-American Commission on Human Rights (IACHR) published a set of principles for regulating government advertising,¹⁰³ in response to the actual state of affairs in Latin America – ‘arbitrary and discriminatory allocation of government advertising’

as a method of ‘indirect censorship.’ More recently, a legal think-tank in India has proposed reform of the way government advertising is overseen by the Ministry of Information & Broadcasting’s Department of Advertising and Visual Publicity (DAVP),¹⁰⁴ and provides a national example of how principles like those of the OAS/IACHR could be applied within a national context.



RECOMMENDATIONS TO STATES

> Government advertising must have:

- > principles set out in legislation, including the promotion of media pluralism;
- > clear, transparent and objective allocation criteria;
- > independent oversight;
- > open data on allocations and contracting made available publicly through an independently governed registry;
- > specific rules for public procurement related to government advertising and other forms of media financing, in order to be able to see total budgets and allocations across all departments, subsidiaries and related businesses.

2.2.6 INVESTMENT – INCLUDING PUBLIC/PRIVATE AGREEMENTS

An emerging model in the for-profit independent media sector, which investors are beginning to use – and governments and philanthropic organizations are becoming aware of – is blended finance vehicles bringing finance, expertise and stable governance to viable media. Examples drawing on philanthropic, investor, and field expertise include [SAMIP](#) in South Africa and [Velocidad](#) in Latin America, and the newly launched [MDIF Ventures](#) – these are not government-underwritten, but as initiatives like the European Union’s multi-billion Euro [InvestEU programme](#), which includes media as a qualifying sector for which it will underwrite investments,¹⁰⁵ come on stream, we can hope to see new funds emerge.

Financial rates of return in the independent media sector are low compared to the returns in other potential investment sectors. Rather than seeking a tenfold or even fivefold return, patient capital in the independent journalism sector needs to be extremely patient, with a decade or more as the minimum outlook. Public funds could be used to incentivize and de-risk investments from smaller mission-driven investors,¹⁰⁶ or to partner with investors who align with public interest. Interviewees cited returns of 4%, where this is supplemented by submarket rate of return (RoR) philanthropic capital, and where, for example, risk for institutional investors is underwritten by government guarantees. Media freedom is a factor, as countries where investments are made must be chosen carefully, to avoid sudden shifts in policy targeting international investors, or where media capture is rampant, such as in parts of Central and Eastern Europe.

Engagement with impact investors is nascent in a few countries, including the UK and South Africa, but this can be expected to grow. The Global Impact Investing Network estimates the size of the global impact investing market in 2019 to be US\$502 billion managed by more than 1,340 organizations. One in four dollars of professionally managed assets (amounting to US\$ 13 trillion) now consider sustainability

principles and this share will continue growing in the next decade.¹⁰⁷ (See Section 3.1.3 on the use of dormant assets to fund social causes, including through endowing social investment funds.) One interviewee suggested that major market-leading media companies and conglomerates (the ‘winners’ in ‘winner-takes-most’) might be offered incentives to invest in smaller media in other parts of the sector, such as local or underserved communities, or for participating in public interest investment vehicles.

Much focus has fallen in recent years on the disproportionate availability of investment capital to men, often from particular communities, in major investment markets. Women and minority communities have much lower access to capital in many societies.¹⁰⁸ Investors can incentivize diversity, equity and inclusion among investees, for example, by setting up investment vehicles aimed specifically at founders from historically marginalized communities, or from underrepresented communities.¹⁰⁹

Investment can also act, if market conditions are stable and fair, as a bulwark against media capture or neglect. Mission-driven investment can be – through tools like the Golden Share or asset locks – a powerful guarantor of values and provider of business expertise to the independent journalism sector, while at the same time safeguarding the independence of their ownership. In the USA, two funds aim to raise enough capital, including from the US government, to be a competitive-enough investor to be able to acquire failing local media, or to liberate them from asset-stripping ownership. One such fund, the National Trust for Local News, made its first acquisition on World Press Freedom Day¹¹⁰ in 2021, and may provide an innovative new model for public interest investors in other countries.



RECOMMENDATIONS TO STATES

- > **Support the growth of mission-driven investment for journalism businesses by incentivizing the creation of, and participating as a guarantor in, national and international mission-driven blended finance vehicles or other social investment mechanisms, enabling such funds to leverage much higher amounts.**
- > **Incentivize and potentially temporarily underwrite private mission-driven and/ or ESG investment in the media sector – with the dual purpose of increasing the expert business support available to such organizations, and of helping to guarantee their independence of ownership and resistance to capture.**
- > **Support and incentivize investors – including from other, profitable or market-leading media companies – by underwriting costs for investment in independent media.¹¹¹**
- > **Provide specific incentives (e.g., write-offs) to investors who sell or transfer local media to public-interest/mission-driven investors.**
- > **Identify access to capital and specific incentives for journalism founders and investors from diverse, historically marginalized, systematically underfunded backgrounds, or with a public service or interest focus, and offer additional support.**
- > **Depending on local regulatory arrangements, similar options such as national or local government match-funding could be explored for crowd-equity or similar instruments.**

2.3 PRIVATE PHILANTHROPIC FUNDING

Philanthropic giving to journalism organizations is often cited as a potential solution to part of the crisis facing the sector.¹¹² This is particularly the case in many low- and middle-income countries, where the media market is captured, weak or threatened, and philanthropic giving or ODA are the only viable sources of independent funding. Initiatives like the [International Fund for Public Interest Media](#) are specifically designed to address these dynamics.

In terms of domestic philanthropy in democracies, giving to journalism in the USA dwarfs that of everywhere else, though it, too, is small in comparison to the sums spent by governments and their allies on government-friendly media in pursuit of media capture, for example, in Central and Eastern Europe, or other regions.¹¹³

Data in the sector is slowly improving, and it is possible to get some idea of the scale of philanthropic funding of journalism through databases like [Candid](#) in the USA and data standards like [360Giving](#) in the UK.¹¹⁴ While Candid's map details [304,384 grants to media totaling US\\$21.6 billion](#) over the decade from 2009,¹¹⁵ [it was estimated in 2017](#) that the vast majority of this was in the United States, and just 17% of media funding went towards independent journalism.¹¹⁶

Journalism-focused philanthropic vehicles and networks are beginning to take root at both the regional¹¹⁷ and national¹¹⁸ levels in Europe – but less so in other regions. In many jurisdictions around the world, philanthropy may be focused only on charitable works, such as poverty relief or health; it may be nascent, regarded with suspicion, or it may not even be present in society. In other jurisdictions where philanthropy does exist, philanthropic giving to independent causes like journalism can be seen as adversarial by governments, and has led to self-censorship, scrutiny, harassment, sanctions, and even closure. This can be complemented by restrictions on international or cross-border philanthropy, as a result of which recipients of such grants are dubbed 'foreign agents' or other deliberately polarizing terms.

While there is considerable potential for philanthropy to contribute to the advancement of independent professional journalism in the public interest, research indicates that, to do so, it needs to confront a series of challenges, including in its own practices:

- > An historic disinclination to fund for-profit businesses exists, although this is how the majority of news is produced globally.
- > This is compounded by the fact that many philanthropic organizations can only fund registered charities, a status, as the section on nonprofit media above shows, that is extremely complicated and costly for journalism organizations to acquire, if it is possible at all.
- > A focus on short-term or annual project funding (restricted to specific use) rather than core operating support over longer periods (usable however the recipient sees fit) – often out of a desire for control, or a fear of creating dependency.
- > A bias towards supporting the production of journalism content, or to editorial or technical training of journalists – sometimes specifically on the topics of interest to specific funders – rather than support for better organizational, management and business practices.

- > Reluctance to fund field infrastructure or systems orchestrator organizations that can help to build field collaboration, solidarity and advocacy, including on structural issues like media policy, as well as more direct issues.
- > A lack of direct or indirect field expertise among foundation staff, whether by working as a journalist or in the journalism sector, or in for-profit, investing or other relevant business areas.

These are not exclusive to philanthropic organizations, and some of these and other dynamics can manifest themselves in international institutions supporting the media, and even in the funding structures created by the tech platform companies Google and Facebook. (Google has most recently committed €25 million to [a new European Media and Information Fund](#),¹¹⁹ which will not support news companies directly but will contribute to a supportive environment). While some journalists and news media have welcomed financial support from technology companies, and the sums involved in cases such as the Google News Initiative and the Facebook Journalism Project are significantly larger than most governments have committed (as far as the data released by the companies appears to show), it is important to stress that unilateral corporate philanthropy is no substitute for public policy.



RECOMMENDATIONS TO **PHILANTHROPIES**

- > Focus on multi-year, core/unrestricted funding and reduce reporting burdens.
- > Increase access to funding for business and organizational development.
- > Find mechanisms to fund for-profit as well as nonprofit or charitable media.
- > Fund infrastructure, service and civil society organizations that grow, orchestrate and advocate for the field.
- > Make grants data available through Candid, 360Giving or other open data standards.
- > Involve and empower external independent experts in shortlisting and selection processes.
- > Participate in or start peer groups for journalism funders and investors at the local, national and international levels; pool research and learning.
- > Collaborate with and participate in other kinds of financing bodies, such as investors, pooled funds, and international and regional funds.

Chapter 3: Environment

Contents

3. ENABLING ENVIRONMENT

3.1 Nonprofit journalism

3.2 Competition and platform policy

Imbalances in digital markets, and the impact on journalism

Competition policy as a big stick

What impact will these measures have on the sustainability of journalism?

3.3 International taxation policy and financial integrity

3.4 Adjacent fields and issues

Access to Information legislation

Open data regimes

Research

Interfaces between journalism and other industries

Data about the market and the industry

3. ENABLING ENVIRONMENT

The wider enabling environment in which journalism sits and operates, and with which it is interdependent, also needs policy attention and, in some cases, similarly long-term funding. While this report will not go into these areas in detail as their impact on the *economic* sustainability of journalism is not as direct as the measures outlined in earlier sections, it is important for those devising ways to support journalism to make sure that these adjacent fields and issues also receive focus, as they can reinforce other freedoms and compound gains, as long as media freedom is also being respected and extended.

A number of areas that recurred in the working group's research and in expert interviews are highlighted here:

- > **Nonprofit journalism and charitable status** – how can enshrining these in law help the sustainability of public interest journalism?
- > **Competition and platform policy** – how might stronger regulation of search and social media platforms help journalism?
- > **International policy on taxation and financial integrity** – how might global minimum tax rates and other financial and anti-corruption mechanisms support media freedom?
- > **Right to Information legal frameworks** – how do the RTI and journalism sectors support and reinforce each other?
- > **Better access to high-quality industry data** – could more trustworthy and open data about media markets, in addition to better access to data from search and social platform companies, drive more and better transformation in journalism?

3.1 NONPROFIT JOURNALISM

In the past ten years, the number of nonprofit journalism organizations around the world – especially in investigative journalism – has grown steadily. Nonprofit news organizations – journalism-producing organizations founded with sole focus on the public interest, and in which profits are ploughed back into the business and the reporting – have emerged as a way of meeting society's need for public interest journalism, and of reversing news deserts. Governments should ease the path for the creation and funding of, and support systems for, such organizations through the tax system, innovation in business types, and updating of charities frameworks.

It is a principle recognized in law in a few jurisdictions – and in practice in many others – that public interest journalism provides public benefit. Many organizations provide some level of public interest news, but there is a growing class of private nonprofit organizations that exist primarily to do so. The provision of this kind of public benefit ought to [confer on the producer certain privileges and responsibilities](#), such as being able to take advantage of certain tax breaks, or to incorporate as a charitable organization, but this is, even in many democracies, a convoluted and costly legal process, with the outcome rarely guaranteed.¹²⁰

To incentivize the production of this kind of journalism, some countries have taken measures to ease the creation of nonprofit news organizations, and the recognition of journalism as a charitable activity. These open up the possibility both of being able to receive philanthropic grants, and for those who donate to such organizations to receive relief on the tax they pay, where such arrangements exist. Nonprofit organizations also benefit from other privileges such as low-cost services, and pro bono or ‘low bono’ legal support.¹²¹

The largest nonprofit journalism sector is in the USA, where a change in the law permitting the registration of nonprofit journalism organizations unlocked very large sums from philanthropy, giving rise to many national and local investigative journalism centers like ProPublica (though some have observed winner-takes-most dynamics in this field too).¹²² Other countries where this is a live and active discussion between the sector, philanthropy, legislators and regulators include Canada,¹²³ the UK,¹²⁴ Germany,¹²⁵ Australia¹²⁶ and France.¹²⁷ This relies on the integrity and independence of the charitable framework in each respective country – in some jurisdictions, charitable status is an invitation for closer scrutiny by the authorities, and therefore in these jurisdictions it may be more prudent to operate as a for-profit entity.

A secondary layer of organizations focused on the provision of support to the sector – infrastructure organizations domestically, and media development organizations internationally – are likely to have or be able to access charitable status already, and offer a viable option for the routing of government/ ODA or philanthropic funds. This includes other funds for public interest news that may represent a valuable additional source of potential income for some niche and local journalism organizations. Charitable status for these funds would incentivize donating to them (e.g., France, where two platforms – [J'aime l'info](#) & [Presse & Pluralisme](#) – allowed citizens to make regular or one-off tax-deductible donations to media organizations).¹²⁸ Crucially, ways must be found to marshal support internationally for the nonprofit journalism sector from the legal sector at pro bono or low bono rates, alongside practical business formation resources of the type once offered by the [Digital Media Law Project](#) in the USA.



RECOMMENDATIONS TO STATES

- > Governments and regulators should examine, support and act on the growing international research and analysis that recommends establishing or improving the regulatory framework for nonprofit and charitable media, and supporting the infrastructure bodies that service the independent and nonprofit sector, in accordance with the regulatory arrangements in their particular jurisdiction (e.g., centralized vs federal structures).
- > Revise or reform national – and where relevant, regional – rules permitting journalism as a nonprofit or charitable activity, including through the consultation on and creation of specific kinds of charitable or hybrid company form, and incentivizing philanthropic grants and personal donations, including through tax relief and diaspora donations.
- > Ensure equivalency of the regulatory frameworks for nonprofit and charitable media across borders and between jurisdictions.

- > Establish collaborative funds – co-funded or match-funded with other sources of funding, such as local philanthropy or mission-driven investment – for new journalistic enterprises and nonprofits in response to evidence showing gaps in news provision ('news deserts') for geographic or other communities.
- > Explore how nonprofit journalism frameworks might interact with parallel developments in community ownership or takeover of assets, or democratic governance mechanisms, including co-operative ownership, newsroom involvement in governance, golden shares, asset locks.



RECOMMENDATIONS TO THE NONPROFIT JOURNALISM SECTOR, PHILANTHROPY AND THE LEGAL SECTOR

- > The public interest, nonprofit and charitable journalism sector and its supporters should network and engage more effectively both domestically and internationally to better share expertise, experiences and common cause.
- > Philanthropic networks and organizations supportive of the nonprofit journalism sector should consider making collective representations to relevant government departments or regulators to indicate potential levels of support for the sector.
- > Media, tax and charity law experts in jurisdictions where nonprofit journalism is emerging or struggling should develop (and philanthropies subsidize) pro bono or low bono assistance programs to support the registration or incorporation of new nonprofit journalism entities.

3.2 COMPETITION AND PLATFORM POLICY

As noted in the introduction, much debate has centered on the relationship between the platforms and the journalism industry, and if and how the platforms can be made, through regulation or other means, to contribute financially to the sustainability of journalism.

The threat to the sustainability of journalism has been cited in a number of policy processes as evidence of the need for action to better regulate digital markets, including for advertising – including in the UK's [Cairncross Review](#) and the [Furman Review](#) which have led to the establishment of a [Digital Markets Unit](#) within the UK Competition and Markets Authority ¹²⁹, the European Commission's [Crémer Report](#), which has led to the EU's Digital Services Act [and Digital Markets Act](#) ¹³⁰, and in Senate and Federal Communications Commission (FCC) (hearings in the USA).

These issues are, however, extremely fluid. Journalism is not a key stakeholder or beneficiary, and responses are in their early days. The working group addresses these below, but largely points to the options being explored, and their relative merits and demerits, rather than advocating for any single approach at this point in time.

IMBALANCES IN DIGITAL MARKETS ,AND THE IMPACT ON JOURNALISM

Academic and regulatory focus has fallen on the outsized power of specific companies, especially Amazon, Apple, Facebook, Google (Alphabet) and Microsoft, the harms this dominant position can cause, and how to protect and promote competition in digital markets. Public perception and debate in many societies has centered on the idea that big tech platforms are too pervasive, too powerful, are not paying their way (in part driving proposed emerging global corporate tax agreements), and are unaccountable. Appreciation is growing worldwide that current regulatory arrangements in many societies are no longer coherent or fit for purpose for the digital economy, as how it creates and captures value has become decoupled from democratic oversight. In parallel, prosecutors and legislators are scrutinizing related market failures and underlying anti-trust issues, leading to court cases and regulatory initiatives to tackle them.

Societies are also recognizing the democratic and social value of journalism, which is particularly affected by the new market dynamics, and attempting to find new arrangements to route funding from the large tech platforms to the journalism sector.

While it is beyond the scope of this report to address AdTech and digital advertising markets, the working group did note that the phenomenon of blocklists used by advertisers and companies for brand safety reasons – preventing ads from being shown alongside stories on controversial public-interest topics like terrorism, sexual violence or racism – has had unintended consequences for journalism. In 2019, one study suggests US news publishers may have lost as much as US\$2.8 billion in revenues due to keyword blocking,¹³¹ and at the beginning of the COVID-19 pandemic, at a time when advertising revenues collapsed, Newsworks UK reported publisher revenue losses of up to £50 million due to brands pulling their advertising spend and blocking keywords associated with COVID-19.¹³²

A number of large-scale and collaborative initiatives are underway to try to address some of these issues (which intersect with similar challenges with mis- and disinformation),¹³³ including the Journalism Trust Initiative (JTI) by RSF. At the core of these efforts is a logic of redistribution of economic rewards, including ad-revenue, driven by compliance with professional norms. To that end, the JTI offers a unified list of criteria enshrined into an ISO-type standard (CWA17493:2019), an online self-assessment and transparency tool (the jti:app) to translate these datasets into machine-readable signals for algorithmic indexation of search, social media and programmatic advertising, and a compliance and accountability feature through independent, third-party certification.¹³⁴

Demonstrating the trustworthiness of their work is in the best interest of media outlets first and foremost, as it might not only remedy users' concerns, but also drive reach and revenues of news media. In addition, it is supposed to cater to the 'brand-safety' demands of the advertising sector and, last not least, to a healthier information ecosystem at large.

In a co-regulatory context, initiatives like the JTI fit into the current discourse around discoverability and due prominence of credible sources of information. Building on the "must-carry" legacy of broadcast regulation, it suggests to further it towards a "must-be-found" logic, which would not only incentivize ethical journalism, but could also help to turn credibility into sustainability.

While professional norms in journalism must remain a fully self-regulatory responsibility of the sector in order to safeguard its independence, state actors could foster an enabling environment through legal due prominence obligations for distributors and intermediaries.

COMPETITION POLICY AS A BIG STICK

In the last two years in particular, efforts by governments to regulate tech platform companies in search and social media, such as Google, Apple, Facebook and Amazon, commonly referred to as 'GAFA', have coalesced around both copyright and competition policy.

Antitrust, in particular, is a complex and fast-evolving area worldwide, with inquiries into digital markets being announced by governments and regulators in a growing list of countries, including [Japan](#), [Indonesia](#), [South Africa](#), [Korea](#), and [Turkey](#), and the appointment by the new US president of prominent antitrust scholars to key regulatory positions.¹³⁵

Analyses from various bodies, including competition regulators¹³⁶ and international organizations,¹³⁷ have focused less on specific companies (although such analyses are also prominent, especially in the US)¹³⁸ than on how to create better market ecosystems, in which concentrations of power – and the conflict of interest of some companies' dual roles, as both market/upstream and market participant/downstream – are reduced or removed, and in which other market participants (e.g., second position, new entrants) stand a better chance of competing. Remedies can range from requiring the tech platforms to reach negotiated settlements with particular industries, as attempted through the Australian News Bargaining Code and member state implementation of the European Union Copyright Directive, to discussion and analysis over whether these companies should be broken up like previous generations of corporate monopolies.

As regulators start to get to grips with the tools they need, they are finding that their work intersects with and must be coordinated with the work of other regulators: competition and markets, information and privacy, media and telecommunications, for example, as with the UK's Digital Regulation Cooperation Forum;¹³⁹ or around the EU's multi-faceted efforts to introduce new legislative and regulatory instruments across the region.¹⁴⁰ Not all regulatory bodies have this level of inter-disciplinary expertise or resources and capacity to act in this manner, yet.¹⁴¹

WHAT IMPACT WILL THESE MEASURES HAVE ON THE SUSTAINABILITY OF JOURNALISM?

The relationship between these companies and other sectors is complex, and equally so with the news and journalism industry. As we have noted, print was already in worldwide decline before the emergence of GAFA. In the attention economy, journalistic media have lost their cachet and their monopoly over attention, and this is where GAFA and other companies excel, in attracting, holding, and extracting value from our attention and collecting enormous amounts of commercially valuable data along the way, data that is often central to their lucrative businesses.¹⁴²

Analysts and researchers do not necessarily anticipate that corrections in digital markets achieved through the means described above would have *direct* impacts on the revenues of media organizations, but may provide them with a greater choice in respect of providers, counteract vendor lock-in effects, encourage open standards and interoperability of major players enabling journalism organizations to more easily switch, provide more data, and encourage the development of more niche and varied providers.

Where there is direct negotiation between the news industry and the platforms, it may require some form of process of enabling collective bargaining, which has manifested in a number of jurisdictions now – for example, in Spain, France, and Australia. The USA is getting close to a position where the news industry will be granted a [collective bargaining safe harbor](#) in its negotiations with big tech.¹⁴³ We suspect

that this cannot be (a) inalienable (i.e., you cannot opt out), and (b) mandatory (decisions are binding). This collective bargaining ought to be conducted on genuinely collective and transparent principles, with details and terms of any bilateral deals available to all, ensuring that sweetheart deals cannot be cut. The risk of poorly thought through or imbalanced policies in this space is that they benefit only a few already large publishers, or legacy incumbents at the expense of digital-born entrants; that they make it impossible to reach an agreement, leading to disruptive market exits; and/or that they give government more direct sway over the independent news media meant to hold power to account.

Since, however, journalism is a key part of the rationale for taking action, whatever mechanisms emerge, the outcome ought to involve the provision of substantial funds supporting independent, public interest and local journalism. If not, this may result in a poor outcome that involves monopolies strengthening other monopolies, reinforcing, as many analysts have observed, existing concentration dynamics, as is the case in Australia.



RECOMMENDATIONS TO **STATES, REGULATORS AND ONLINE SERVICE PROVIDERS**

- > We recommend to advocates as well as to governments that any commitment of public resources to enhance the sustainability of independent journalism should ideally come from general taxation, rather than from hypothecated (earmarked or Pigouvian) taxes. These have been considered ineffective, can fluctuate wildly, and are vulnerable to unintended consequences.
- > In rights-respecting states where additional pressures on public finances would ordinarily preclude funding journalism out of general taxation may wish to take into account that the OECD estimates addressing the tax challenges arising from digitalization (in large part associated with platform companies such as Alphabet, Amazon, Apple, Facebook, and Microsoft) can help raise \$100 billion in tax revenue annually, covering the investment.
- > In countries or regions where competition and other regulators require negotiations between the news industry (including independents, nonprofits and digital entrants) and the platform companies, collective bargaining arrangements ought to be conducted on genuinely collective, inclusive and transparent principles, with details and terms of any bilateral deals available to all, ensuring that sweetheart deals cannot be cut, and that the journalism at greatest risk is protected in any negotiated outcome.
- > Incentivize and reward professional journalism with due prominence by using transparently and independently developed, governed and enforced, self-regulatory industry standards to enhance discoverability and reach of trustworthy sources of information; implement the resulting data channels, for example the one provided by the Journalism Trust Initiative, to index content in news feeds and to build partnerships in news products with a particular focus on local media, vulnerable communities and the Global South; continue to contribute actively - like in the past - to the further R&D efforts in this field with a strong focus on impact assessment.

3.3 INTERNATIONAL TAXATION POLICY AND FINANCIAL INTEGRITY

Journalism is a key driver of greater domestic and international fiscal transparency and financial integrity, which in turn increase public trust, prosperity and open societies. Moves to develop global tax agreements should include discussion of funding (ideally out of general taxation) for such investigative and public interest journalism, spent through properly governed independent funding bodies at the national and local level. The proposed Global Pact for Financial Integrity should ensure that some of the funds it disburses are dedicated to SDG 16.10 of the United Nations Sustainable Development Goals, including to journalism. Growing efforts to use dormant assets, such as inactive bank accounts, to fund social causes should similarly include public interest and investigative journalism as eligible recipients.

Usually, when a report on journalism mentions taxation policy or financial integrity, it is likely to focus on the role that investigative journalists and whistle-blowers might play in tracking and exposing corruption and illicit financial flows. In the five years since the publication of the international collaborative investigation [The Panama Papers](#), for example, governments have recouped at least US\$1.36 billion, 80 countries have launched investigations¹⁴⁴, and laws have changed in at least 18 countries.¹⁴⁵ Another cross-border investigative journalism network, the Organised Crime and Corruption Reporting Project (OCCRP) estimated in 2016 the US\$5 million it had at that point received in grants had led to the recovery of US\$2.6bn in public funds.¹⁴⁶

The UN Panel on Financial Accountability, Transparency and Integrity (FACTI) recognizes in its final report the pivotal role played by journalists in anti-corruption, and calls for a legally binding international instrument for 'minimum standards of protection for human rights defenders, anti-corruption advocates, investigative journalists and whistle-blowers'.¹⁴⁷ The Addis Taxation Initiative's 2025 Declaration¹⁴⁸ includes a new Commitment 4, focused on support and protection for civic space and 'accountability stakeholders' such as the media. A [2020 UN report for the G20](#) on combatting corruption in the response to COVID-19 noted that '[t]he role of [...] the media, cannot be understated in times of crises. They remain crucial and vital actors to the achievement of any tangible results that are to reach the general public.' We also note that some recent reports¹⁴⁹ addressing the phenomenon of Russian-sponsored media capture in Europe specifically advocate that a 'solid, transatlantic, anti-corruption, and financial transparency response should be the first line of defense to anti-democratic media capture in Europe.'

Allied to such investigative and anti-corruption efforts, taxation policy, if carried out fairly, transparently and equitably, can be a driver of public confidence in government, and of more open societies: 'Where governments are more open and trusted, citizens are more likely to support and pay taxes. And where states tax more, and more openly, taxpayers are more likely to demand effective services in return.'¹⁵⁰ Recent evidence also shows that greater fiscal transparency is correlated with increased inward investment flows.¹⁵¹

Interviewees, and research carried out by the working group, suggest that there is scope, within the growing consensus on global tax agreements, for raising the issue of funding journalism. With proposals on how to tax the digital economy gathering momentum internationally, including ones such as the METR (Minimum Effective Tax Rate) that may more equitably benefit low- and middle-income countries,¹⁵² Finance ministries can and should consider – among the complex balance of interests and incentives in domestic tax regimes – how extra tax receipts mean that support for independent professional journalism can be funded out of general taxation. In limited form or perhaps as a short-term bridging measure, hypothecated taxes, while unsatisfactory, may be the only or most viable option in some jurisdictions in order to unlock such funding.

These are complex and technical areas, and with unique arrangements in each jurisdiction. The working group has noted the measures it believes are broadly globally relevant – for example, those advocated by the UN's [FACTI panel](#) (and [endorsed by the UN General Assembly](#)),¹⁵³ as part of the [OECD/G20 Inclusive Framework on BEPS](#) addressing tax avoidance, the [Global Forum on Transparency and Exchange of Information for Tax Purposes](#), and the [Addis Taxation Initiative's 2025 Declaration](#).¹⁵⁴ The national or regional solutions needed will require original research and impact studies (such as in this [South African proposal](#).)¹⁵⁵



RECOMMENDATIONS TO STATES

- > Adoption of an equitable minimum global corporate tax rate, and country-by-country reporting, would bring significant new revenues to exchequers worldwide, potentially enabling Finance ministries to provide resources for direct subsidies or to endow or fund properly governed independent journalism funding bodies at the national or international level.
- > The proposed UN Tax Convention includes new arrangements on digital platforms (12b) and a potential route to taxing them. UN ECOSOC and related bodies should actively explore whether the model laws provide an additional route to funding media.
- > The FACTI panel calls for a Global Pact on Financial Integrity, under which countries would use the proceeds recovered from illicit financial flows for UN projects related to the Sustainable Development Goals. Journalism and media come under SDG Goal 16.10, and, given the pivotal role played by journalism, and investigative journalism particularly, the Global Pact ought to consider journalism a priority area for support from funds derived through this route. (The OCCRP has proposed a similar idea for a fund specifically dedicated to investigative journalism.)¹⁵⁶
- > The Addis Tax Initiative's 2025 Declaration includes a new commitment to increase civic space for accountability actors, including the media, and member states should include consideration of how the economic sustainability of media can be better supported through the ATI's agenda.
- > As multilateral consensus approaches on taxes on online advertising (beyond unilateral approaches such as those implemented in Canada and India)¹⁵⁷ – additional resources could be used to create, as proposed in the USA,¹⁵⁸ independent funds for 'local, independent and noncommercial news and information'. Similar calls have been made for taxes on telecommunications companies (FTC, 2009).
- > A small group of countries has been leading international practice on the use of dormant assets unclaimed after 10 years to fund social causes, including the UK, Japan, the USA and Canada.¹⁵⁹ These and other governments implementing or considering such funds should include journalism as an eligible area of support.

> Some countries restrict donations to resident citizens and income taxpayers only, potentially cutting off a valuable source of income for local media nonprofit organizations from diaspora or migrant populations. The tax authorities in these countries should explore how to expand the range of permitted donors.

3.4 ADJACENT FIELDS AND ISSUES

ACCESS TO INFORMATION LEGISLATION

Access to information is a critical part of the transparency and accountability infrastructure for open societies, and more than 100 countries now have a Freedom of Information Act (FOIA) [law on the statute](#), but the quality of implementation and observance is extremely uneven.¹⁶⁰ Governments routinely frustrate and reject FOIA requests, whether from advocates, citizens, or journalists, even in democracies such as the UK.¹⁶¹ The [FOIA sector](#) itself is chronically underfunded across the world, and advocates in some jurisdictions have met with harassment, attacks and even disappearances and killings.¹⁶² Investing in the FOIA field and its capacity to strengthen and monitor the implementation of FOIA legislation, and its ability to work with media, will in turn strengthen independent professional journalism.



RECOMMENDATIONS TO STATES

- > Governments should implement not only the letter but the spirit of their FOIA laws, comply with response times, and set out clear penalties for non-compliance from official bodies.
- > Governments must protect FOIA advocates and users, including journalists, from attacks, reprisals and other forms of threat and harassment.
- > Philanthropic, aid, democracy and other funders should see the FOIA sector as part of the overall public interest information ecosystem and include it within their strategies and funding priorities.

OPEN DATA REGIMES

Independent journalism, especially emerging forms that are facilitated by new ICTs, such as data journalism and open source intelligence (e.g., [Bellingcat](#), [Forensic Architecture](#)),¹⁶³ benefits hugely from open data and openly available sources, some of which is driven by transparency and reporting obligations

on governments. Important sources for journalism include [OpenContracting](#), and legal information provided through [Legal Information Institutes](#), for example.¹⁶⁴ The aid transparency movement has brought about significant advances in how governments report on and release data of their expenditure, and organizations like [Publish What You Fund](#) are key in using and analyzing this data.¹⁶⁵ This is also quite widespread at the national and local levels in some countries (e.g., [IndiaSpend](#), [OpenBudgets](#)).¹⁶⁶ As the [Open Data Barometer](#) showed, and as its successor, the forthcoming [Global Data Barometer](#) will further investigate,¹⁶⁷ the state of policies and practice around open data is extremely uneven, and governments' approaches to open data can vary hugely. (Ironically, there is not that much open data available about the media.)



RECOMMENDATIONS TO STATES

- > Governments should adhere to and, where possible, exceed international standards on open government, transparency and open data.

RESEARCH

There is a need for better coordination around journalism and media policy research, nationally and internationally, and especially in the developing world, and to improve communication between researchers and the journalism industry. Government (and other funders) can consider supporting institutes that do directly practically relevant applied research, such as the Center for Media Engagement at the University of Texas-Austin,¹⁶⁸ and especially research directed at the needs and priorities of small- and medium-size publishers, who will not always have the resources to do their own research. Institutes for interfacing with new challenges like the rise of artificial intelligence and machine learning, should be established to develop applied research on, for example, the impact of automation on journalism content, labor, and coverage.¹⁶⁹ Such institutes are already being established in other sectors. Similarly, public funding can play an important role in enabling industry collaborations around innovation.



RECOMMENDATIONS TO STATES

- > Countries that have or are developing an [AI roadmap](#) should include journalism and media as a strategically important sector.¹⁷⁰
- > Support and fund applied research relevant for independent news media, especially small- and medium-sized news media.
- > Support and fund industry collaborations on research and innovation.

INTERFACES BETWEEN JOURNALISM AND OTHER INDUSTRIES

Journalism can benefit from more cross-fertilization with research, tech companies, and the creative economy. Examples of how to facilitate this include:

- > [AfriLabs](#) (Africa-wide), a network of 268 innovation centers across 49 countries which aims to encourage technology, innovation and entrepreneurship in an environment characterized by open collaboration and networking.¹⁷¹
- > [Baraza Media Lab](#) (Kenya) provides space and resources to enable media and entrepreneurs to collaborate, innovate and drive the growth and capacity of independent media.¹⁷²
- > [Clwstr](#) is a collaboration between universities and media in Wales, to create a platform for independent companies, SMEs, micro-businesses and freelancers to compete with global, highly integrated media companies.¹⁷³
- > [Digital Media Viability Lab](#) (MENA), which aims to be a leading provider of services, knowledge and exchange on media viability in the Arab region.¹⁷⁴
- > [Media City Bergen](#) (Norway) is the headquarters for a cluster of 100 companies including news publishers, broadcasters and tech companies, along with eight major universities.¹⁷⁵
- > [Media Lab Bayern](#) (Germany), funded by the Ministry of Economics and Regional Development, is a co-working and incubation space dedicated to media innovation startup companies, focused on enhancing digital journalism and developing media projects.¹⁷⁶
- > [WAN-IFRA's Global Alliance for Media Innovation](#) (global) seeks to build bridges between news publishers, academia, research centers, tech companies and start-ups, with the goal of bringing both new technological solutions and new mindsets to journalism.¹⁷⁷

DATA ABOUT THE MARKET AND THE INDUSTRY

Investors and philanthropists rely on high-quality data to know where to find opportunity and how to act once they do. For this, transparent and common standards on data on audiences are needed, as well as advertising market and rates, including government advertising. Licensing on fair, reasonable and non-discriminatory (FRAND) terms should be encouraged.

Projects that contribute to a better understanding of the wider environment in which journalism operates are useful, for example:

- > In some areas of the US, [researchers have mapped local news provision](#) to understand where 'news deserts' are located and subsequently where any efforts to fill the gaps should be targeted.¹⁷⁸ Far more systematic research about the nature and extent of 'news deserts' is needed outside the USA,¹⁷⁹ and philanthropic and other funders, including regulators or ministries with oversight of the media sector, should consider supporting or commissioning such research.
- > [A report from the Netgain Partnership](#) looks at the challenges of studying social media data and highlights approaches that encourage platforms to be more open to providing their data (ideally longitudinal) to researchers, in order to make this field more accessible and comprehensible.¹⁸⁰ Whether this figures as part of broader negotiations with the platforms remains to be seen.

Chapter 4:

Future

Contents

4. FIGHTING FOR THE FUTURE OF JOURNALISM

- 4.1 Putting readers at the heart of revenue strategies: subscriptions, memberships, donations, micropayments
 - Subscriptions
 - Membership
 - One-off contributions or donations
 - Experiential: Events, training, masterclasses
- 4.2 Improving the business of independent professional journalism
 - E-commerce
 - Reclaiming Media Ownership
 - Progressive, expert investors
 - Democratic ownership and governance
 - Increasing the diversity of founders and owners
- 4.3 Collaboration and sharing

4. FIGHTING FOR THE FUTURE OF JOURNALISM

The challenges facing the independent professional journalism field are real and urgent worldwide, and the cost to society, to democracy, to citizens worldwide, if these challenges are not met immediately, is equally real and urgent.

COVID-19 has caused already-declining revenue streams to dry up, and afforded governments and others opportunities to attack and weaken journalism further. It has exposed weaknesses that need immediate structural, policy and practical support. But this can also help to free journalism from its addiction to the fossil fuels of its old business model, and in doing so, more fully meet its public interest mission and its role in democracy.

Transition to the hybrid digital, mobile and social environment will not be easy, and not everything in the field will survive this necessary transition, but without large-scale, sustained intervention, far fewer will survive, especially at the local level. The measures outlined here to governments and others with power and resources to kickstart a New Deal for Journalism around the world, can make a tangible difference over the next two years, and can help journalism to start to turn the tide over the coming decade.

Meanwhile, journalism is not simply sitting on its hands, waiting passively for rescue.

Across the world, within and across borders, organizations, and networks, individual journalists have been launching, experimenting, learning, investigating, collaborating, organizing, and building. Many are producing exceptional journalism in every conceivable format and on every available platform. And many are embracing transformation¹⁸¹ by becoming more user-centric, product-focused,¹⁸² better skilled,¹⁸³ and more data-driven.

Advertising is and will remain a central source of revenue for many news media, whether legacy broadcasters and newspapers or digital-born entrants.¹⁸⁴ But as advertising moves to digital, and publishers have to compete with big platforms and a large number of smaller online competitors, advertising will in most cases become a relatively less important and less lucrative part of the business of news. It may bring in billions of dollars globally, but not the tens of billions that print and broadcast generated in a very different pre-digital market.

Looking beyond advertising, amid the broad sweep of revenue types that publishers can consider,¹⁸⁵ here the working group highlights four key fronts on which journalism is already advancing, and which, with the support of the measures in this report, could herald a brighter, more stable, equitable future:

- > Putting readers at the heart of revenue strategies.
- > Building stronger business and tech skills alongside editorial.
- > Pushing against capture by securing independent ownership.
- > Going further, faster and more efficiently through collaboration.

4.1 PUTTING READERS AT THE HEART OF REVENUE STRATEGIES: SUBSCRIPTIONS, MEMBERSHIPS, DONATIONS, MICROPAYMENTS

Journalism is in the midst of a transition from an advertiser-focused business to one focused on readers (and listeners and viewers). Advertising will remain important, but less so, and consumer revenues will become more important. In an incredibly competitive environment, generating this revenue will require a much clearer value proposition, and distinct, high-quality content that target audiences clearly recognize as relevant, useful, and important for them. Part of this is a rediscovery and refocusing of the value of public interest journalism, and its role in fulfilling the information needs of communities. This has been most recently thrown into relief through the literal life-and-death scenario of the pandemic, during which demand for trusted sources of news and information increased hugely. Core to this shift is reinventing relationships with audiences through, for example, engagement,¹⁸⁶ membership¹⁸⁷ and co-operative ownership.¹⁸⁸

The shift towards a focus on readers has come alongside a broader mindshift in much of the industry, that high-quality journalism needs to be paid for, and the most stable potential source of income to pay for that appears to be readers themselves. The [tens of millions worldwide subscribing to entertainment services](#) suggest that the public, and the young especially, are willing to pay for digital subscription products, a trend accelerating during COVID-19 lockdowns.¹⁸⁹ According to PwC's [Global Entertainment and Media Outlook: 2020-2024](#) report, spending on digital entertainment and media is shifting from being considered discretionary expenditure to being increasingly regarded by many as 'a utility on par with water or electricity, leaving it less susceptible to changes in macroeconomic conditions'¹⁹⁰ – but it remains to be seen whether the economic shocks caused by the pandemic, and other forces such as automation, reverse this trend. Even in wealthy countries, the number of media subscriptions each individual is prepared to pay for is not unlimited.

If and how this translates into the news industry –which is based on very different premises to entertainment-content businesses – is not yet clear, especially in middle- and lower-income countries.

For news organizations, this profound shift from an advertiser-supported, content-focused business to a reader-supported, customer-focused business needs not only new skills, knowledge and training, but often a reorientation and rethinking of an entire organizational culture. A 2019 study for the Lenfest Institute¹⁹¹ estimated that '1 new subscriber is worth [up to] 48,000 new page views', and that, especially for local and digital journalism organizations, providing value to these new subscribers through high-quality, distinctive journalism that 'helps them live better' is the key to attracting and retaining subscribers. Moving in this direction entails becoming far more focused on understanding what readers' needs are, as customers, users, citizens, inhabitants, and communities. It also requires an understanding not only of the obligations and costs of the first-party data that such direct relationships with audiences bring, but also how independent journalism could be at the forefront of learning how this data can be protected and managed productively and ethically, amid broader thinking on Personal Identity Management. Interviewees were concerned that the journalism industry lacks, undervalues, or cannot afford to hire in the strategic skills and the data and product experience required for such transformations.

The research focused on four main methods for acquiring reader revenue:

- > **Subscriptions** – paying for online access to content, resulting in recurring revenue.
- > **Membership** – paying to become a member of a media organization, with some ancillary benefits, and resulting in recurring revenue.

- > **One-off contributions or donations** – paying ad hoc amounts to a media organization or journalist, when motivated to, as part of one-off campaigns, through tax designations, or as part of wills, legacies or bequests.
- > **Experiential income** – paying to participate in talks, gatherings, conferences or other events created or curated by the organization.

SUBSCRIPTIONS

For many news outlets in wealthier countries, selling subscriptions to access online content has become the highest priority source of potential revenue. The [Reuters Institute's Trends and Predictions 2021 report](#), which surveyed 234 digital news leaders from 43 countries (weighted largely towards Europe and the US), found that driving digital subscriptions was rated as important or very important by 76% of those surveyed.¹⁹² This reinforces, for example, the policy option outlined in France and the USA of providing citizens with media vouchers to cover the cost of a digital subscription.

That said, the authors of the same institute's [2020 Digital News Report](#) were clear that although there had been significant increases in payment for online news in a number of countries, across all the markets they surveyed the majority of people are still not paying for online news, and many say that nothing could ever persuade them to pay.¹⁹³ There is some evidence that media and information literacy education might correlate with an increase in willingness to pay.¹⁹⁴

There are a number of high-profile success stories among upmarket, established print media, especially those able to grow subscribers internationally by being published in the English language, including, in the USA, *The New York Times* (6.7 million digital subscribers), *The Washington Post* (3 million) and *The Wall Street Journal* (2.5 million), and in the UK, *The Guardian* (0.9 million), *The Financial Times* (0.96 million) and *The Economist* (0.87 million).¹⁹⁵ Such dynamics can also play out in other global languages, such as Spanish.¹⁹⁶ These are all beneficiaries of the winner-takes-most dynamic described above, and with increased subscription revenues and reach, are able to command better advertising rates, sponsorship and other commercial opportunities, and therefore to grow, invest and scale further, including by offering free or heavily discounted – and potentially habit-forming – subscriptions to school and university students.

A similar dynamic plays out in other national media markets, where leading newspapers are able to drive similar market-leading rises in subscriptions, such as Dagens Nyheter (Sweden), Helsingin Sanomat (Finland), and Gazeta Wyborzca (Poland).¹⁹⁷

A second type of subscription – newer digital-born organizations serving niches, new markets or underserved communities or languages with specialized content and services – is also showing signs of success. [Stears](#) in Nigeria is growing its subscriber base and attracting investment because it provides original journalism and high-quality data in a market where these are hard to come by.¹⁹⁸ Factors for success noted by interviewees include strong brand identity, high-quality journalism, and providing hard-to-find niche services, such as market data, or information relevant to job-hunting or livelihoods, such as agriculture, that might be valuable in certain kinds of economies. The best among these niche media produce original reporting, or specialized investigations, contributing to wider coverage and debate.

Other digital-born organizations making a success of subscriptions to the point where they are also able to start offering more in-depth membership schemes include Malaysia's Malaysiakini,¹⁹⁹ Slovakia's Dennik N, and South Africa's Daily Maverick – all in countries where press freedom is not a given, where media capture is rife, and where subscriptions, memberships and donations can all act as a form of solidarity and support as well as a financial bulwark against attack. Many newspapers in India, Kenya²⁰⁰

and other democracies have been forced into enforcing hard paywalls, as other sources of income, such as government advertising, have become tools of political influence and capture. Subscriptions are a niche and quickly-saturated option in many poorer countries, and they are less likely to work for tabloids (which also provide public interest journalism) which prioritize wide reach and target demographics who are less likely to pay for news.

The risk to society of a mass introduction of 'paywalls' is the creation of a two-tier information system, where in those countries which lack a strong, independent public service media presence, quality information is only available to those who can afford to pay for it. Even those who do pay are likely to get news from a narrower range of sources as most are likely to take out a very small number of subscriptions, reinforcing the winner-takes-most effect.

MEMBERSHIP

The membership model²⁰¹ is similar in that it provides recurring revenue to the organization, but markedly different from subscription in that it centers less on providing the member with access to content than on inclusion within and solidarity with a community. What was once a novelty practiced notably by independent Dutch digital media organization De Correspondent is now a core strategy embraced by independent sites around the world, and mirrored by individual journalists through publishing platforms such as Substack. In some settings (e.g., Mexico), membership can be a way for communities to express solidarity with and protection of independent journalists serving their locality.

Some have used crowdfunding sites to build a core base of supporters, as a proxy form of membership, such as independent Spanish news site El Español, which raised €3 million, or newly independent Polish radio station [Radio Nowy Świat](#), which raised over 4 million zlotys (over US\$1 million) in the second half of 2020. But for every success, there have been myriad unsuccessful campaigns, and while crowdfunding markets in many countries are growing extremely quickly, the donation-based and reward-based crowdfunding relevant to most independent media represent just 0.5% or US\$1.5 billion of global crowdfunding volumes.²⁰²

ONE-OFF CONTRIBUTIONS OR DONATIONS

Attracting one-off payments from individuals in large enough numbers to make a difference to the mix of revenues is also time-consuming and requires expertise and experimentation, whether one is operating at the level of a major news organization or of an individual freelance journalist.

For-profit organizations might call these one-off direct payments contributions, where nonprofits might see them as donations, but the net effect is the same – unpredictable but flexible money that helps to offset and replace revenues that used to come from other sources.²⁰³ In a practice that is spreading rapidly through many global social platforms,²⁰⁴ many Asian digital media sites, content producers, and freelance journalists, taking advantage of the tight integration of payment solutions into so-called super-apps, enable 'tipping' functionality alongside their journalism, and interviewees report that this is a growing and important revenue stream for independent – particularly service – journalism in the region.

While voluntary payments, or 'tips', are growing, more systematic micropayment solutions – for example, paying a small sum to read an article -- have not yet made a major contribution to solving the revenue crisis by reaching wide adoption. The rebundling of media into a 'Spotify/iTunes/Netflix/SetApp for

journalism' that this would require still seems counter to the grain of the larger industry, although it might be a possible model for small local, independent or alternative media.

One-off campaigns fall into this category, including some crowdfunding efforts, such as appeals to cover legal costs that many independent sites face.²⁰⁵ Other routes for asking potential donors for one-off support include campaigns to persuade citizens to allocate a small percentage of their income tax (tax designations permitted in some Central and Eastern European countries) to their journalism outlet, and as part of wills, legacies or bequests.

EXPERIENTIAL: EVENTS, TRAINING, MASTERCLASSES

A way to take advantage of the expertise developed by journalists along with a trusted brand, events, training, and masterclasses can be stand-alone or coupled with access to content as part of a membership model, and could bring in revenue through a ticket price or sponsorship.

The pandemic forced many news organizations to make a quick pivot to online as a result of lockdown restrictions: online events can be put together more quickly and easily and can attract participants from a wider geographic area than in-person events, as well as far larger audiences for only a marginal increase in cost. It is harder to charge high prices, however, so might increase dependency on sponsorship. According to *The Financial Times*, which has a well-developed events business that swiftly moved online as the pandemic set in, virtual event ticket prices tend to be 30% to 50% of the cost of in-person event tickets.

Interviewees noted two other uses of expertise that could contribute to the sustainability of public interest journalism organizations.

Many independent media in the Global North and South, from Animal Politico in Mexico, or Follow The Money in the Netherlands, to Rappler in the Philippines, may conduct third-party work for clients, whether research, data, design, branding, content production or other services. This can be a steady and helpful source of commercial revenue. Other organizations can turn their own expertise into consulting work or products for other media organizations – such as *The Financial Times'* FT Strategies unit, or *The Washington Post's* Arc software suite.

A mission-linked source of potential revenue, mentioned by one interviewee, for public service media – but also for commercial media in some circumstances – could be to build on the early pandemic period by increasing educational experiences, and the increasing demand for lifelong learning.

4.2 IMPROVING THE BUSINESS OF INDEPENDENT PROFESSIONAL JOURNALISM

Media viability continues to be affected by the failure to act on journalists' safety online and off,²⁰⁶ lack of collective solutions on insurance, legal defense, and other protections, battles over worker organizing,²⁰⁷ and uncertainty over the freelance and gig economy. Several interviewees expressed concern about the news industry's lack of preparedness, lack of strategic competency and in some cases lack of motivation to make or advocate for the necessary changes in time.

Interviewees repeatedly underscored the need for media of all types - for-profit or nonprofit, co-operative or commercial, membership-driven or industry-focused - to invest in core business competencies, as well as in key editorial roles. The hybrid skills, roles and structures required to start, run and grow digital media businesses (especially member-focused ones) are markedly different than those needed for non-digital media businesses,²⁰⁸ and are still not part of journalism curricula in large parts of the world, although entrepreneurial journalism is being more widely recognized.

Interviewees reported that, for smaller journalist-led startups or ones operating in constrained environments, this kind of investment is crucial to sustainability, with the lack of financial management and planning expertise noted as a particular risk and brake on growth.²⁰⁹ Digital media leaders we consulted noted that many philanthropic organizations had, until recently, prioritized short-term grants for editorial functions or content, rather than longer-term grants to grow the resilience of the overall organization and business.

Awareness of the need for such skills as a key motor of sustainability is growing in the sector and its supporters, and opportunities both for education and training for individuals, and for assessment and support for organizational strategies are mushrooming around the world.

Tied to this is a widespread recognition among interviewees and in the literature that journalism education and training needs a significant reform and renewal in many societies and institutions in order to meet the present and future needs of the sector. This extends from those training to become journalists and media managers, to those undergoing on-the-job or mid-career training, and to those founding media startups.

Improved field infrastructure also helps to identify ways in which sustainability can be improved. The spread of a new generation of digital-native media support organizations including [SembraMedia](#) in Latin America, [jamlab](#) in Africa, [Fathm](#) in Northern Europe, [The Fix](#) in Eastern Europe, and [Splice Media](#) in Asia, alongside more established local and international media development organizations such as the [members of the Global Forum for Media Development](#) has brought greater diversity and new capacities to the field. Combined with open-access self-assessment tools such as Deutsche Welle Akademie's VAM360 canvas,²¹⁰ a wider range of organizations around the world can access some level of expertise to help them address organizational challenges, and to be better placed to take advantage of commercial opportunities – although extending such resources beyond global languages into local languages remains a persistent barrier to wider uptake of potentially useful and transformative methods.

E-COMMERCE

The COVID-19 pandemic has seen a huge increase in online spending, along with declines for physical stores. A McKinsey report suggested that [global e-commerce sales had effectively compressed 10 years of growth into 8 weeks](#).²¹¹

Journalism outlets can use their brand's credibility to review and recommend products or services while providing affiliate links to enable the audience to make purchases, or to offer specific discounts and benefits for an additional fee.²¹² This does come with a risk of losing reader trust when making money out of recommended products that might not live up to reader expectations. Some noted the particular value of trusted intermediaries and consumer advocates such as Consumer Reports in the USA and Which? in the UK; and in Asia, many individual consumer journalists working online.

RECLAIMING MEDIA OWNERSHIP

The quality of media ownership, as noted earlier, has important effects on the diversity and independence of the journalism field, which concentration of ownership can erode. This is also a significant problem in local journalism markets in some countries, where weakened local media are vulnerable to takeover and asset-stripping. This weakened state can be the result of market dynamics we described earlier, of government actions, of lack of skills, or of black swan events. Although a measure of concentration can act as a counterbalance to government power in some market situations, when compounded by state-sponsored media and/or regulatory capture, it facilitates attempts to control and silence dissenters, with the aim of prolonging a regime's survival.

Here we highlight three ways in which the sector and those that support it might begin to turn the tide in favor of independent ownership.

PROGRESSIVE, EXPERT INVESTORS

There are three principal roles that mission-driven investors can play in protecting the independence and sustainability of journalism through ownership.

- > Buying a controlling stake or a golden share in independent media organizations to prevent their takeover by or liberate them from other interests – for example, investment fund MDIF has taken stakes in South Africa's *Mail & Guardian*, and in Slovakia's *Petit Press*.²¹³
- > Buying a stake in larger, strategically important media organizations in order to safeguard their independence, and to veto unsuitable sales. The Dutch hybrid philanthropy/investor Stichting Democratie & Media owns a minority stake in Belgian-Dutch media conglomerate De Persgroep, but this 'golden share' ensures that any sale of the group can be vetoed by the SDM's nominated board representative.²¹⁴ A crowdfunded version of this idea was launched in France in 2021 by Professor Julia Cage, when her organization [Un Bout du Monde](#) crowdfunded €150,000 in order to be able to buy a potential stake in newspaper *Le Monde*.
- > Buying captured media from their owners to convert them to public interest journalism organizations, possibly nonprofits. MDIF's purchase of *Petit Press* in Slovakia has elements of this, but two initiatives in the USA – the [National Trust for Local News](#), and the [Replanting Newspapers strategy](#) – are arguing for a raft of larger-scale measures, including public and philanthropic funds, and tax incentives for potential sellers.

DEMOCRATIC OWNERSHIP AND GOVERNANCE

There has also been a steady increase in recent years in cooperatively owned and governed journalism organizations around the world,²¹⁵ and other forms of democratic involvement in and governance of media. This parallels other forms of community participation in ownership and management of other community assets, such as the [50+1 scheme](#) at German football clubs.

While there are numerous models of co-operative ownership, governance and participation among the currently existing media and journalism cooperatives around the world (ranging from photo agency Magnum to Egyptian investigative outlet Mada Masr), they all essentially seek to involve journalists and editors – and sometimes readers – in the ownership and democratic governance of the media house they work for. This is also the principle underlying the Un Bout du Monde fund mentioned above, and serves to protect the organization from being undermined or taken over. In 2016, after a bankruptcy following a decline in government advertising, *Tiempo Argentino* was relaunched as a cooperatively-owned newspaper.

Latterly, in the USA, co-operatives researcher and advocate Nathan Schneider has developed the concept of [Exit to Community](#), a method by which organizations, rather than seeking a financial exit, can choose to convert into a co-operative or other form of community ownership.

INCREASING THE DIVERSITY OF FOUNDERS AND OWNERS

Access to capital to start media businesses – whether for-profit or nonprofit – has historically been skewed overwhelmingly towards male founders. Ethnicity can also be a factor, meaning that founders from minority communities find it harder to access capital or funding too. This limits the diversity of minority- and female-owned businesses in the journalism field, which may compound the already large gender²¹⁶ and race pay gaps. This is mirrored in the largest markets (USA, Europe, Australia, India) by a lack of senior decision-making investors and funders from minority communities or that are women.

Structural interventions to redress and correct the imbalances in access to capital and funding are underway in many societies, but need to be scaled up for the public interest journalism sector specifically, as noted throughout Section 2 of this report.

4.3 COLLABORATION AND SHARING

There is growing momentum – driven partly by the rise of collaborative, cross-border investigative journalism – for editorial collaboration. While the report addresses editorial collaborations and their impact on sustainability elsewhere, the focus here is particularly on business collaborations.

As defined by the [Center for Cooperative Media](#) (CCM), the idea behind collaborative journalism is to work together to ‘supplement each organization’s resources and maximize the impact of the content produced.’²¹⁷ The [CCM lists more than 400 collaborative journalism projects in its database](#),²¹⁸ but is steadily expanding its database globally, most recently with a project researching collaborations between journalism organizations and civil society organizations.

The business-level collaborations that promise to support greater sustainability in the local news sector particularly involved shared infrastructure and services. These include the Canadian network of local

news sites, [Indiegraf](#), which provides a shared infrastructure for launching local news sites, including technology, accounting, marketing and other central services, leaving journalists and editors free to focus on developing local publications at low-cost. The [Tiny News Collective](#) in the USA has similar methods and ambitions, as does the German-British collaboration [beabee](#).

Now more than ever, with the journalism and media sector fragile, those who represent and advocate for the industry need to take a whole-industry approach in order to defend and advance its interests with other powerful bodies. It is no longer tenable for governments to interact only with the largest, and most powerful media organizations, just as it is not in the interests of the largest or the oldest media organizations to keep separate from the emerging independent or nonprofit digital sector. Coalitions built around common interests can defend media freedom, attract funding, and build towards the future.

APPENDICES

LIST OF INTERVIEWEES AND SUBMISSIONS

Interviewees

- Minna Aslama, docent, University of Helsinki, Media and communication studies
- Prof. Charlie Beckett, Polis, London School of Economics (LSE)
- Julia Cagé, associate professor of economics, Sciences Po Paris
- Premesh Chandran, CEO, Malaysiakini
- Styli Charalambous, co-founder and CEO, Daily Maverick
- Alex Cobham, chief executive, Tax Justice Network
- James Deane, head of policy, BBC Media Action (and written submission)
- Marius Dragomir, director of the Center for Media, Data & Society (CMDS), Central European University
- Naresh Fernandes, editor, scroll.in
- Stephen Fozard, project director, Global Alliance for Media Innovation (GAMI) at WAN-IFRA
- Elizabeth Hansen Shapiro, senior research fellow, Tow Center for Digital Journalism
- Dr C. Ann Hollifield, professor emerita, University of Georgia; media research and management consultant
- Nadine Jurrat, head of research and evaluation (maternity cover), Deutsche Welle Akademie
- Prof. Dr Arne H. Krumsvik, Kristiania University College, Oslo
- Prof. Dr Lucy Kueng, senior research associate, Reuters Institute, Oxford University
- Nishant Lalwani, managing director, Luminare.
- Amanda D. Lotz, professor, Digital Media Research Centre, Queensland University of Technology
- Harlan Mandel, CEO, Media Development Investment Fund
- Mira Milosevic, executive director, Global Forum for Media Development
- Tania L. Montalvo, deputy editorial director, Animal Político
- Prof. Rasmus Kleis Nielsen, director of the Reuters Institute for the Study of Journalism at the University of Oxford
- Peter Noorlander, Lead adviser, Global Rights Hub
- Ory Okolloh, impact investor and governance expert
- Jakub Parusinski, lecturer at the Stockholm School of Economics in Riga
- Rishad Patel, co-founder and head of product, and Alan Soon, co-founder, Splice Media (joint interview)
- Henri Pigeat, former president, Agence France Presse
- Corinne Podger, director, Digital Skills Agency
- Damian Radcliffe, Carolyn S. Chambers Professor in Journalism and Professor of Practice, School of Journalism and Communication, University of Oregon
- Sibylle Rizk, policy director at Kulluna Irada. Former editor-in-chief of Le Commerce du Levant.
- Patrice Schneider, chief strategy office, Media Development Investment Fund (MDIF)
- Ross Settles, adjunct professor, Journalism and Media Studies Centre, The University of Hong Kong
- Francesca Silvani, key expert freedom of expression, Media4Democracy
- Olaf Steenfadt, Head of the Journalism Trust Initiative at Reporters Sans Frontières (RSF)
- Kirstine Stewart, head, Shaping the Future of Media, Entertainment and Sport / executive committee member, World Economic Forum
- Dr. Damian Tambini, London School of Economics (LSE)
- Ramsey Tesdell, Executive Director, Sowt Media
- Patricia Torres-Burd, Media Development Investment Fund (MDIF)
- Jordi Vaquer, director, Foresight and Analysis / acting director, Strategy Unit, Open Society Foundations
- Sheetal Vyas, founding executive director, International Fund for Public Interest Media (and written submission)
- Lisa Witter, co-founder, Apolitical & CEO, Apolitical Foundation

Written submissions

The Forum issued an online call for evidence and submissions from around the world, and received 26 submissions via email and webform, including from those listed below:

- Patrick Boehler, head of digital strategy, Radio Free Europe/Radio Liberty
- George Brock, journalist, and chair, Public Benefit Journalism Research Centre
- Maria Catalina Colmenares-Wiss, media development and sustainability consultant
- Prue Clarke, executive director, New Narratives
- Mark Glaser, associate, Dot Connector Studio
- Luciana Gurgel, editor-in-chief, MediaTalks, and Eduardo Ribeiro, publisher, J&Co, Brazil
- Dr Mark Lee Hunter and Kevin J. Davis
- Prof. Dr Marlen Komorowski, guest professor and senior researcher at imec-SMIT-Vrije Universiteit, Brussel
- Jason Lambert, senior director, Media Business, Internews
- Una Murphy, co-founder/publisher, VIEWdigital Northern Ireland
- Dr Mary Myers, consultant and independent researcher
- Jean-Jacques Sahel, Google
- Dr Martin Scott, University of East Anglia, Dr Mel Bunce, Department of Journalism, City, University of London, and Dr Kate Wright, senior lecturer in Media and Communications, University of Edinburgh (joint submission)
- Dominic Young, founder, Axate

Consultation in Africa in partnership with CFI, the French media development agency



The Forum, in partnership with Canal France International (CFI), ran a consultation in 15 countries in Africa between November and December 2020. 82 media practitioners, researchers and representatives of civil society organisations were interviewed:

- Jean Eudes Mitokpè, Journalist, Les pharaons (Benin)
- Eric Azanney, Journalist, Awalé Afriki (Benin)
- Marcel Kpogodo, Journalist, Le mutateur & Stars du Bénin (Benin)
- Zouberou Koukou, Journalist, Union des Professionnels des Médias du Bénin (UPMB) (Bénin)
- Léonce Gamāï, Journalist, Banouto (Benin)
- M'ma Camara, Journalist, VOA Afrique (Côte d'Ivoire)
- Oumar Kobena, Journalist, Gbêkê FM (Côte d'Ivoire)
- Honoré Kokouda Adontui, Editor in chief, Le Correcteur (Togo)
- Fabrice Pétchézi, Chair, Observatoire Togolais des Médias (OTM) (Togo)
- Loïc Lawson, Chair, Union Internationale de la Presse Francophone section Togo (UPF Togo) (Togo)
- Tchagnao Arimiyao, chair, Conseil national des patrons de presse (Conapp) (Togo)
- Jerry Edouard, Journalist, Dream'in TV (Madagascar)
- Solondraibe Rajaonson, Freelance journalist (Madagascar)
- Ketakandriana Rafitoson, Jurist, Transparency international (Madagascar)
- Didi Ratsimbazafy, Journalist, Conseil de l'ordre des journalistes (Madagascar)
- Lova Rabary-Rakotondravony, Editor in Chief, 2424.mg (Madagascar)
- Rassin Vanier, Journalist, Seychelles News Agency (Seychelles)
- Clive Camille, Journalist, Radius Studios (Seychelles)
- Kamal'Eddine Saindou, Journalist, National Press Council (Seychelles)

- Moinadjoumoi Papa-Ali, Journalist, Office de Radio et Télévision des Comores (Comores)
- Hayate Abdou, Journalist, National Magazin Comores (Comores)
- Ngom Moussa, Director, Maison des reporters (Senegal)
- Ibrahima Ngom, Researcher on media business models (Senegal)
- Hamadou Tidiane Sy, Director, School of Journalism EJICOM, (Senegal)
- Abdou Diaw, economic journalist (Senegal)
- Daouda Mine, Director, digital media at Groupe Futurs Médias (GFM) (Senegal)
- Jean Meissa Diop, teacher, Center for the Study of Information Science and Technology of Dakar (Senegal)
- Dr Mamadou Ibra Kane, President, the Council of Publishers and Press Distributors in Senegal (CEDPS) (Senegal)
- Bamba Kassé, Secretary General of the Union of Information and Communication Professionals of Senegal (SYNPICS) (Senegal)
- Ibou Fall, director of publication, Le Petit'Railleur (Senegal)
- Mamadou Thior, President, Council for the respect of ethics and deontology in the media (CORED) (Senegal)
- Maké Dagnokho, Director, Alkuma Groupe (Senegal)
- Aristide BOUNAH, Developer, Afrik-inform.com (Cameroun)
- Guidai Gatama, Director of publication, l'Oeil du sahel (Cameroun)
- Evelyne, Owona Essomba, Journalist, CRTV News (Cameroun)
- Thierry Ndong Owona, Journalist, Journal Integration (Cameroun)
- Dipita Tongo Etonde, Journalist, STV (Cameroun)
- Corine Esse, Teacher, University of Yaoundé II, MINTP (Cameroun)
- Olive, Atangana, Journalist, lurgentiste.com (Cameroun)
- Jean Paul Tchoumdou, Owner, In&Out (Cameroun)
- Alain Denis Mbezele, Journalist, National Communication Council (Cameroun)
- Joseph Thierry Okala Ebode, Teacher, Movement for the Renaissance of Cameroon -MRC (Cameroun)
- Andzongo Sylvain, Journalist, Expression économique (Cameroun)
- Georges Alain Boyomo, Journalist, Mutations (Cameroun)
- Roland Tsapi Tatsitsa, Journalist (Cameroun)
- Guy Hervé Fongang, Director of publication, www.eurecanews.info (Cameroun)
- Rodrigue Tongue, Journalist, Canal 2 international (Cameroun)
- Martin Camus Mimb, Journalist, Radio Sport Infos (Cameroun)
- Augustin Armel Minka, Analyst (Cameroun)
- Louis Marcel Satou, Cameraman, Vision4 TV Congo (Republic of the Congo)
- Privat Tiburce Massanga, Journalist, Radio MUCODEC (Republic of the Congo)
- Blanche Ngokoumounga, Journalist, Radio Congo Pointe-Noire (Republic of the Congo)
- Laudes Martial M'Bon, Editor-in-chief, nouvellesducongo.info (Republic of the Congo)
- Arsène Severin, Journalist, Vox TV (Republic of the Congo)
- Jean Claude Afa'a, Chair, National network of independent journalists (Gabon)
- Achille Mouanda Moussotsi, Journalist, Radio Gabon (Gabon)
- Géraud Wilfried Obangome, CEO, Plusinfos.com (Gabon)
- Thomas René She, Journalist, Globe Infos (Gabon)
- Jean-Yves Ntoutoume, Journalist, Pyramid Media (Gabon)
- Sbu Ngalwa, chairman, The South African National Editors' Forum (South Africa)
- Branko Brkic, founder and editor, Daily Maverick (South Africa)
- Anton Harber, adjunct professor of journalism at the University of the Witwatersrand, author, former editor (South Africa)
- Sipho Kings, Editor-in-chief, Mail & Guardian (South Africa)
- Harry Dugmore, senior professor, Rhodes University's School of Journalism and Media Studies (South Africa)
- Izak Minaar, Media consultant (South Africa)
- Idris Akinbajo, Managing Editor, Premium Times (Nigeria)
- Dayo Aiyetan, Executive Director, International Centre for Investigative Reporting (Nigeria)

- Joshua Olufemi, Founder, Dataphyte (Nigeria)
- Soni Daniel, Head of Northern Operations, Vanguard Newspaper (Nigeria)
- Ibanga Isine, Managing Editor, The Next Edition (Nigeria)
- Anyenekpon Ukpong, Managing Editor of Guide News (Nigeria)
- Inibehe Effiong, Legal counsel (Nigeria)
- Balthazar Kitundu, Lawyer, Deutsche Welle (Tanzania)
- Paul Mbaraga, Director, Radio Salus (Rwanda)
- Innocent Musafari, Project Manager, ROJAPED (Rwanda Organisation of Journalist Advocating for Persons with Disabilities and other Vulnerable People through Media) (Rwanda)
- Jean Charles Kanamugire, Managing Director, Kigali Today (Rwanda)
- Jean Bosco Rushingabigwi, Independent media practitioner (Rwanda)
- Martin Semukanya, Independent Media Professional (Rwanda)
- Peacemaker Peacemaker, Executive Secretary, Peacemaker (Rwanda)
- Musafiri Mulopwe, Independent Media Professional (Rwanda)
- Jacques Kikuni, Journalist and Radio Director, Radio Tele Muungano (Rwanda)
- Clothidle Aziza, Program Manager, Diakona RDC (DR Congo)

NOTES

- [1] Nielsen, R. K., Federica Cherubini & Simge Andi, (2020). *Few Winners, Many Losers: The COVID-19 Pandemic's Dramatic and Unequal Impact on Independent News Media*. Reuters Institute Report, October 2020.
- [2] See, <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2021/05/03/statement-by-president-joe-biden-on-the-occasion-of-world-press-freedom-day/>
- [3] Radcliffe, D. (2020). *The Impact of COVID-19 on Journalism in Emerging Economies and the Global South*. London: Thomson Reuters Foundation. <http://covid-report.trust.org/>
- [4] Repucci S. & A. Slipowitz, (2021). Democracy under Siege. Freedom House. <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2021/democracy-under-siege>
- [5] Alizada, N. et al. (2021). *Autocratization Turns Viral. Democracy Report 2021*. Gothenburg: University of Gothenburg: V-Dem Institute. https://www.v-dem.net/media/filer_public/74/8c/748c68ad-f224-4cd7-87f9-8794add5c60f/dr_2021_updated.pdf
- [6] See, for example, World Inequality Lab: <https://wid.world/world-inequality-lab/>
- [7] See, for example, World Economic Forum, (2021). *Global Gender Gap Report 2021*. <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2021>
- [8] See, for example, International Labour Organization, (2021). *World Employment and Social Outlook 2021*. https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2021/WCMS_771749/lang-en/index.htm
- [9] United Nations Secretary-General, (2021). Secretary-General's video message: COVID-19: How do we prevent the pandemic from becoming a media extinction event? <https://www.un.org/sg/en/content/sg/statement/2021-04-28/secretary-generals-video-message-covid-19-how-do-we-prevent-the-pandemic-becoming-media-extinction-event%E2%80%9D>
- [10] International Press Institute, (2021). IPI Covid-19 Press Freedom Tracker. <https://ipi.media/covid19/> (accessed 21 April 2021).
- [11] See, for example, across Europe (<https://coronaneewsroom.org/stories/policy-reactions-from-news-media-to-covid-19-situation>), South Africa (<https://ewn.co.za/2020/03/26/mthembu-explains-why-media-s-classified-as-essential-service>), UK (<https://www.pressgazette.co.uk/government-gives-key-worker-status-to-all-journalists-reporting-on-coronavirus-pandemic/>), USA (<https://www.newsmediaalliance.org/important-news-publishers-essential-during-pandemic/>) and Zimbabwe (<https://www.newsday.co.zw/2020/04/government-includes-journalists-media-in-list-of-essential-services/>)
- [12] Columbia Global Freedom of Expression, (2021). Jurisprudence related to COVID-19. <https://globalfreedomofexpression.columbia.edu/updates/2021/03/jurisprudence-relating-to-covid-19/>
- [13] Snyder, J. M. Jr. & D. Strömberg, (2008). Press Coverage and Political Accountability. National Bureau of Economic Research (NBER) Working Paper No.13878. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w13878/w13878.pdf; Rubado M. E. & J.T. Jennings, (2020). Political Consequences of the Endangered Local Watchdog: Newspaper Decline and Mayoral Elections in the United States. *Urban Affairs Review*, 56(5), pp.1327-1356 <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1078087419838058?journalCode=uarb>; Bruns, C. and O. Himmler, (2011). Newspaper Circulation and Local Government Efficiency. *The Scandinavian Journal of Economics*, 113, pp.470-492. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9442.2010.01633.x>; Yazaki, Y. (2017). Newspapers and political accountability: evidence from Japan. *Public Choice*, 172, pp. 311–331. <https://doi.org/10.1007/s11127-017-0444-x>
- [15] Powers, M. (2018). *NGOs as newsmakers: The changing landscape of international news*. New York: Columbia University Press.
- [16] Nielsen, R.K. (2018) The Changing Economic Contexts of Journalism. *The Handbook of Journalism Studies*. <https://rasmuskleisnielsen.files.wordpress.com/2018/05/nielsen-the-changing-economic-contexts-of-journalism-v2.pdf>
- [17] See, for example, RSF on the 'unprecedented level of hostility towards media personnel' in 2018. <https://rsf.org/en/news/rsfs-2018-round-deadly-attacks-and-abuses-against-journalists-figures-all-categories>
- [18] For example, Mahone, J. et al. (2019). *Who's Producing Local Journalism?* News Measures Research Project, DeWitt Centre for Media and Democracy. https://dewitt.sanford.duke.edu/wp-content/uploads/sites/27/2019/08/Whos-Producing-Local-Journalism_FINAL-1.pdf
- [19] See, for example, Allen, J., B. Howland, M. Mobius, D. Rothschild & D. J. Watts, (2020). Evaluating the Fake News Problem at the Scale of the Information Ecosystem. *Science Advances* 6 (14): aay3539. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aay3539>
- [20] Newman, N. et al. (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018*. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ). <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf>
- [21] See, for example, Jasmine Enberg (2019). Global Digital Ad Spending. *eMarketer*. <https://www.emarketer.com/content/global-digital-ad-spending-2019>
- [22] Turvill, William. (2021). Mark Thompson interview: How New York Times defied 'scepticism' to build digital subscriptions powerhouse. *Press Gazette*. <https://www.pressgazette.co.uk/mark-thompson-new-york-times-interview>
- [23] Newman et al. 2020. *Op cit*.
- [24] Richard Fletcher (2020). *How and why people are paying for online news*. Digital News Report, University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ). <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/how-and-why-people-are-paying-for-online-news/>
- [25] See Mediatique, (2012). Ofcom report. *The Provision of News in the UK*. https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0030/54597/annex6.pdf.pdf, and Nielsen, R. K., F. Cherubini & S. Amdi (2020). *Few winners, many losers: the COVID-19 pandemic's dramatic and unequal impact on independent news media*. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ). <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/few-winners-many-losers-covid-19-pandemics-dramatic-and-unequal-impact-independent-news-media>
- [26] UNESCO (2017). Media Development Indicators (MDIs). <https://en.unesco.org/programme/ipdc/initiatives/mdis> (April 27, 2021).

- [27] Jurrat, N. & L. Moore (2020). Media Viability: New indicators show what is at stake. Deutsche Welle (DW) Akademie. <https://www.dw.com/en/media-viability-new-indicators-show-what-is-at-stake/a-47874028>
- [28] World Association of News Publishers (WAN-IFRA). World Press Trends. <https://wan-ifra.org/world-press-trends/>
- [29] Napoli, P. M., S. Stonbely, K. McCollough & B. Renninger. (2017). Local Journalism and the Information Needs of Local Communities. *Journalism Practice*, 11(4), pp. 373–395. <https://doi.org/10/gfkqzb>; Stonbely, S. (2021). What Makes for Robust Local News Provision? Looking at the Structural Correlates of Local News Coverage for an Entire U.S. State, and Mapping Local News Using a New Method. *Columbia Journalism Review*. https://www.cjr.org/tow_center_reports/what-makes-for-robust-local-news-provision-looking-at-the-structural-correlates-of-local-news-coverage-for-an-entire-u-s-state-and-mapping-local-news-using-a-new-method.php/.
- [30] European Commission. (2020). Call for Proposals: Media Ownership Monitor | Shaping Europe's Digital Future. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/funding/call-proposals-media-ownership-monitor>; Media Ownership Monitor. <https://www.mom-rsf.org/en/>; Centre for Media Pluralism and Freedom. Media Pluralism Monitor. <https://cmpf.eu.eu/media-pluralism-monitor/>.

CHAPTER 1

- [31] UN Special Rapporteur on Freedom of Opinion and Expression, OSCE Representative on Freedom of the Media, OAS Special Rapporteur on Freedom of Expression and ACHPR Special Rapporteur on Freedom of Expression and Access to Information (2018). *Joint Declaration on Media Independence and Diversity in the Digital Age*. <https://www.osce.org/files/f/documents/1/e/379351.pdf>
- [32] International Media Support. (2019) .The safety of women journalists: Breaking the cycle of silence and violence. <https://www.mediasupport.org/publication/the-safety-of-women-journalists/>; Chen, G. M. & al. . (2020). 'You really have to have a thick skin': A cross-cultural perspective on how online harassment influences female journalists. *Journalism*, 21(7), pp. 877–895 <https://doi.org/10.1177/1464884918768500>
- [33] The Rt Hon Lord Neuberger of Abbotsbury, Amal Clooney, Baroness Helena Kennedy QC, Can Yeginsu (2021). The Need for Independent Judges and a Free Press in a Democracy. International Bar Association. <https://www.ibanet.org/Article/NewDetail.aspx?ArticleUid=44be9e5d-1f05-4cf8-b8ac-b0f47ed50844>
- [34] Private sector entities have obligations towards independent journalism too, as the [UN Guiding Principles on Business and Human Rights](https://www.un.org/development/desa/en/news/press/2021-02-10-UN-Guiding-Principles-on-Business-and-Human-Rights-make-clear-and-which-are-noted-in-Bennett-Freeman-s-2021-report-for-Chatham-House-on-The-role-of-the-private-sector-in-protecting-civic-space/) make clear, and which are noted in Bennett Freeman's 2021 report for Chatham House on 'The role of the private sector in protecting civic space': <https://www.chathamhouse.org/2021/02/role-private-sector-protecting-civic-space>
- [35] Schiffrin, A. ed. (2017). *In the Service of Power: Media Capture and the Threat to Democracy*. Center for International Media Assistance. <https://www.cima.ned.org/resource/service-power-media-capture-threat-democracy/>; Dragomir, M. (2018). Control the money, control the media: How government uses funding to keep media in line. *Journalism*, 19(8), pp. 1131–1148. <https://doi.org/10.1177/1464884917724621>
- [36] See the International Press Institute's Covid-19 Press Freedom Tracker: https://ipi.media/covid19?alert_type=0&language=0&years=0&country=0; and RSF's #Tracker_19 project mapping press freedom violations under Covid-19: <https://rsf.org/en/tracker19-Coronavirus-Covid19>.
- [37] Council of Europe. (2019). Draft Recommendation of the Committee of Ministers to Member States on promoting a favourable environment for quality journalism in the digital age. Retrieved from: <https://rm.coe.int/msi-joq-2018-rev7-e-draft-recommendation-on-quality-journalism-finalis/168098ab76>; Boev, B. & B. Bukovska. (2011). Public Service Media and Human Rights. Council of Europe. <https://rm.coe.int/16806da766>
- [38] Gov.uk (2021). Media Freedom Coalition: An Overview. Retrieved from <https://www.gov.uk/government/publications/media-freedom-coalition-an-overview/media-freedom-coalition-an-overview>; Gov.uk (2019). Global Pledge on Media Freedom <https://www.gov.uk/government/publications/global-pledge-on-media-freedom/global-pledge-on-media-freedom>; Gov.uk (2021). National Safety Plan for Journalists. <https://www.gov.uk/government/publications/national-action-plan-for-the-safety-of-journalists/national-action-plan-for-the-safety-of-journalists>
- [39] International Bar Association (n.d.). IBAHRI Secretariat to the High-Level Panel of Legal Experts on Media Freedom. <https://www.ibanet.org/HRI-Secretariat/Reports.aspx#enforcement>
- [40] Forum on Information & Democracy. (2019). Principles on Information & Democracy. <https://informationdemocracy.org/principles/>.
- [41] Benequista, N. (2019). Confronting the Crisis in Independent Media: A Role for International Assistance. Center for International Media Assistance (CIMA). https://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2019/03/CIMA_Entry-Points-Report_web150ppi-1.pdf; Internet Governance Forum (IGF). (2019). Dynamic Coalition on the Sustainability of Journalism and News Media (DC-Sustainability). <https://www.intgovforum.org/multilingual/content/dynamic-coalition-on-the-sustainability-of-journalism-and-news-media-dc-sustainability>; Open Government Partnership (n.d.). Media Freedom and the Open Government Partnership (OGP). <https://www.opengovpartnership.org/wp-content/uploads/2019/07/Media-Freedom-and-OGP.pdf>; Theyworkforyou (2020). Press Freedom. <https://www.theyworkforyou.com/wrans/?id=2020-12-10.128312.h>; Alliance for Multilateralism (n.d.). What Is the "Alliance for Multilateralism"? <https://multilateralism.org/the-alliance/>.
- [42] Networks like Apolitical have emerged for public servants to address these skills gaps: <https://apolitical.co/>
- [43] Wardle, C. & H. Derakhshan, (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Harvard Kennedy School: Shorenstein Center for Media, Politics and Public Policy. <https://shorensteincenter.org/information-disorder-framework-for-research-and-policymaking/>
- [44] European Broadcasting Union (2020). The Funding of PSM 2020. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/MIS/login_only/funding/EBU-MIS-Funding_of_PSM_2020_Public.pdf
- [45] See OECD figures on fossil fuels: <https://www.oecd.org/fossil-fuels/>, and IMF 2019 estimates, which are even higher: <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2019/05/02/Global-Fossil-Fuel-Subsidies-Remain-Large-An-Update-Based-on-Country-Level-Estimates-46509>

[46] Such as innovation funds that are abandoned as quickly as they are established: <https://www.nesta.org.uk/report/future-news-pilot-fund-end-programme-report/>

CHAPTER 2

- [47] Živkovic, M. (2016). *Who will pay for journalism? Alternative Models for Independent Media Funding*. South East Europe Media Observatory. Retrieved from <http://mediaobservatory.net/sites/default/files/Alternative%20Models%20for%20Media%20Funding%20-Who%20Will%20Pay%20for%20Journalism.pdf>
- [48] Deane, J. (2021). Is independent media a public good and is public subsidy to support it realistic? PRIMED Working Paper 1. <http://downloads.bbc.co.uk/mediaaction/pdf/primed-pathways-media-sustainability-april-2021.pdf>
- [49] Schweizer C., et al. (2014). Public Funding of Private Media. LSE Media Policy Project, Media Policy Brief 11. <http://eprints.lse.ac.uk/56427/1/LSEMPBrief11.pdf>
- [50] Nielsen, R. K. & G. Linnebank (2011). *Public Support for the Media: A Six-Country Overview of Direct and Indirect Subsidies*. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ). <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-11/Public%20support%20for%20Media.pdf>
- [51] See, for example, the work of UCL's Institute for Innovation and Public Purpose (IIPP) and its Mission-Oriented Innovation Network (MOIN): <https://www.ucl.ac.uk/bartlett/public-purpose/about-moin>
- [52] See, for example, McCleary, W. (1991). The Earmarking of Government Revenue: A Review of Some World Bank Experience. *The World Bank Research Observer*, 6(1), 81–104. <https://doi.org/10.1093/wbro/6.1.81>
- [53] OECD (2020). Tax Challenges Arising from Digitalisation – Report on Pillar One Blueprint: Inclusive Framework on BEPS. OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/beba0634-en>.
- [54] International Centre for Tax and Development (2021). Taxing the Digitalising Economy. <https://www.ictd.ac/theme/taxing-the-digitalising-economy/>
- [55] Statistics Denmark. (2021). Budgets of General Government. <https://www.dst.dk/en/Statistik/emner/nationalregnskab-og-offentlige-finanser/offentlige-finanser/offentlig-forvaltnings-budgetter-finanslov>; Schrøder, K. C. & M. Ørsten, (2019). *Digital News Report: Denmark*. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ). <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/denmark-2019/>
- [56] Kultur Ministeriet. (2021). *Tilskudsmodtagere af redaktionel produktionsstøtte*. <https://slks.dk/omraader/medier/skrevne-medier-trykweb/redaktionel-produktionsstoette/tilskudsmodtagere/>.
- [57] Dyremose, H. (2011). *Demokratistøtte: Fremtidens Offentlige Mediestøtte*. Copenhagen, Denmark: Styrelsen for Bibliotek Og Medier. <https://slks.dk/fileadmin/publikationer/Rapporter/Demokratistoette.pdf>
- [58] Schrøder & Ørsten, *op. cit.*
- [59] Bastin, Gilles, (2019). Les aides à la presse peuvent-elles contribuer à promouvoir le journalisme d'intérêt public? *The Conversation*. <https://theconversation.com/les-aides-a-la-presse-peuvent-elles-contribuer-a-promouvoir-le-journalisme-dinteret-public-115510>
- [60] France24 (2021). Aides à la presse: le gouvernement annonce une concertation en vue d'une réforme. <https://www.france24.com/fr/info-en-continu/20210420-aides-%C3%A0-la-presse-le-gouvernement-annonce-une-concertation-en-vue-d-une-r%C3%A9forme>
- [61] Government of Canada. (2019). The Government of Canada Supports Canadian Journalism to Ensure the Vitality of Democracy. <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/news/2019/05/the-government-of-canada-supports-canadian-journalism-to-ensure-the-vitality-of-democracy.html>
- [62] The Canadian government's explanation of what kinds of organizations qualify for their various tiers of support is set out [here](#), for example.
- [63] Kaufholz, H. (2020). Denmark provides a survival kit for media outlets. European Centre for Press and Media Freedom. Retrieved from <https://www.ecpmf.eu/covid19-and-world-press-freedom-day-denmark-provides-a-survival-kit-for-media-outlets/>
- [64] In the wake of the unlawful killing of George Floyd in the USA in 2020, and the subsequent #BlackLivesMatter and associated protests across many parts of the world, one particular call for direct funding as a form of historic reparations was made in the USA: <https://mediareparations.org/>
- [65] See, for example, the Dutch Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, or Dutch Journalism Fund: www.svdj.nl
- [66] UCL Institute for Innovation and Public Purpose (IIPP). (n.d.). Patient finance and public banks. <https://www.ucl.ac.uk/bartlett/public-purpose/research/patient-finance-and-public-banking>
- [67] New Jersey Civic Information Consortium (n.d.). <https://njcivicinfo.org/>
- [68] Civitates (n.d.). Independent Public Interest Journalism. <https://civitates-eu.org/independent-public-interest-journalism/>; Padania, S. (2019). How to fund investigative journalism: Insights from the field and its key donors. Deutsche Welle Akademie. <https://p.dw.com/p/3iwD2>
- [69] Myers, M. & L. A. Juma, (2018). Defending Independent Media: A Comprehensive Analysis of Aid Flows. Center for International Media Assistance (CIMA). <https://www.cima.ned.org/publication/comprehensive-analysis-media-aid-flows/>
- [70] Council of Europe. (2019). Public Service Media: Public service media are 'an important public source of unbiased information and diverse political opinions [and] can contribute greatly to the promotion of social cohesion, cultural diversity and pluralist communication accessible to everyone'. <https://rm.coe.int/leaflet-public-service-media-en/1680735c27>

- [71] Research and policy work is underway to try to formulate new arrangements of how universality might work in the contemporary media environment, with some focus falling on the concept of 'due prominence.' See, for example, Mazzoli, E. M. & D. Tambini, (2019) *Prioritisation Uncovered: The Discoverability of Public Interest Content Online*. Council of Europe. <https://rm.coe.int/publication-content-prioritisation-report/1680a07a57>
- [72] Parliamentary Assembly of the Council of Europe, Resolution 2255 (2019). Public service media in the context of disinformation and propaganda. <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-EN.asp?fileid=25406>
- [73] Media Freedom Rapid Response. (2021). European Union Must Act on Media Freedom in Poland, Hungary and Slovenia. <https://www.mfrr.eu/european-union-must-act-on-media-freedom-in-poland-hungary-and-slovenia/> .
- [74] Lestón-Huerta, T., M. Goyanes & B. Mazza, (2021). ¿Qué Hemos Aprendido sobre la Radiodifusión de Servicio Público en el Mundo? Una Revisión Sistemática de la Literatura y Sugerencias para Investigaciones Futuras. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, pp. 65–88. <https://doi.org/10.4185/rlds-2020-1489>
- [75] Sehl, A., R. Fletcher & R. G. Picard, (2020). Crowding out: Is there evidence that public service media harm markets? A cross-national comparative analysis of commercial television and online news providers. *European Journal of Communication*, (4), pp. 389–409. <https://doi.org/10.1177/0267323120903688>
- [76] Donders, K., H. Van den Bulck & T. Raats (2019). The politics of pleasing: a critical analysis of multistakeholderism in Public Service Media policies in Flanders. *Media, Culture & Society*, 41(3), pp. 347–366. <https://doi.org/10.1177/0163443718782004>
- [77] Hansen, E. & E. Roseman, (2021). *The Public Media Mergers Playbook*. Harvard Kennedy School: Shorenstein Center for Media, Politics and Public Policy . Retrieved from <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2021/01/PMMP-Playbook-jan-21.pdf>
- [78] Deane, 2021. Independent media, *op. cit.*; Horowitz, M. & A. D'Arma. (2021). Dynamic Public Value. Lessons from the InnoPSM Research Network on Innovation in Public Service Media Policies. Unpublished Working Paper for the International Association for Media and Communication Research Conference.
- [79] Mazzucato, M. et al. (2020). Re-Imagining Public Value with the BBC. UCL Institute for Innovation and Public Purpose (IIPP). <https://www.ucl.ac.uk/bartlett/public-purpose/research/projects/re-imagining-public-value-bbc>.
- [80] See: <https://www.bbc.co.uk/5050>
- [81] Dragomir, M. & M. Horowitz. (2021). *Media Capture and Its Contexts: Developing a Comparative Framework for Public Service Media*; Tunes-Lopez, Miguel, Francesco Campos-Freire & Marta Rodriguez-Castro (eds.). (2021). *The Values of Public Service Media in an Internet Society*. London: Palgrave Macmillan.
- [82] UK Parliament (2021). *The Future of Public Service Broadcasting*. UK House of Commons DCMS Select Committee Report. <https://publications.parliament.uk/pa/cm5801/cmselect/cmcmds/156/15602.htm>.
- [83] Myers, M. & L. A. Juma (2018). Defending Independent Media: A Comprehensive Analysis of Aid Flows. CIMA. <https://www.cima.ned.org/publication/comprehensive-analysis-media-aid-flows/>
- [84] The EC's Technical Advisory Facility Media4Democracy provides advice and technical support to EU Delegations. <https://media4democracy.eu/about-us/>
- [85] The COE has a number of Expert Committees, supported by its Information Society Unit: <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/committees>
- [86] The Global Forum for Media Development has recently established IMPACT, a collective learning resource for the media development sector and its donors: <https://impact.gfmd.info/> and is also involved in the Dynamic Coalition on the Sustainability of Journalism and News Media at the Internet Governance Forum: <https://www.intgovforum.org/multilingual/content/dynamic-coalition-on-the-sustainability-of-journalism-and-news-media-dc-sustainability>
- [87] Deane, J. (2020). *Enabling Media Markets to Work for Democracy*. International Fund for Public Interest Media. <https://ifpim.org/resources/feasibility-study/>
- [88] UNESCO (2020). Global Media Defence Fund. <https://en.unesco.org/global-media-defence-fund>
- [89] Omer, Reema. (2020). GSP-Plus and Media Freedom. *DAWN*. <https://www.dawn.com/news/1548553/gsp-plus-media-freedom>
- [90] Brown, Frances Z., Thomas Carrothers & Alex Pascal, (2021). America needs a Democracy Summit more than ever. *Foreign Affairs*. <https://www.foreignaffairs.com/articles/world/2021-01-15/america-needs-democracy-summit-more-ever>
- [91] OECD (2018). The role of media and investigative journalism in combating corruption. <https://www.oecd.org/corruption/the-role-of-media-and-investigative-journalism-in-combating-corruption.htm>
- [92] Nielsen & Linnebank, (2011). *op. cit.*
- [93] Government of Canada. (2021). Canadian Journalism Labour Tax Credit. https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/tax/businesses/topics/corporations/business-tax-credits/canadian-journalism-labour-tax-credit/guidance.html#h_3.
- [94] Public Interest Journalism Initiative (PIJI) (2019-20). Research program into taxation. <https://piji.com.au/research-and-inquiries/our-research/taxation-reform-for-public-interest-journalism/public-interest-journalism-tax-rebate/>
- [95] See, for example, Marín-Sánchez, C-R., Miguel Carvajal & José-Luis González-Esteban, (2021). Survival Strategies in Freelance Journalism: An Empowering Toolkit to Improve Professionals' Working Conditions, *Journalism Practice*. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2021.1929414>
- [96] Government of Australia. (2020). Media Reform Green Paper 27 November 2020 <https://minister.infrastructure.gov.au/fletcher/media-release/mediareform-green-paper?web=1&wdLOR=c29BA68E6-6C08-0343-B7DE-1A91A6B5A9A7> (Cited in Deane, 2021, *op. cit.*)
- [97] Government of Canada. (2021). Canada Revenue Agency. https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/tax/businesses/topics/corporations/business-tax-credits/canadian-journalism-labour-tax-credit/guidance.html#h_4
- [98] On potential misuses of this allowance, see, for example, Center for Media, Data and Society (CMDS) (n.d.). *The Business of Misinform-*

mation. <https://cmds.ceu.edu/business-misinformation-final-report-how-misinformation-became-profitable-business-eastern-europe>

- [99] George J. Stigler Center for the Study of the Economy and the State, Committee for the Study of Digital Platforms, Media Subcommittee, (2019). *Protecting Journalism in the Age of Digital Platforms*, p.34. <https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/media---report.pdf>
- [100] Such as provided by the Korea Press Foundation, for example: https://www.kpf.or.kr/eng/intropage/intropageShow.do?page_id=5ebf-13c69783428e987e0ac1d2da8df3
- [101] Bátorfy, A. & Á. Urbán, (2020). State advertising as an instrument of transformation of the media market in Hungary, *East European Politics*, 36:1, pp. 44-65 [10.1080/21599165.2019.1662398](https://doi.org/10.1080/21599165.2019.1662398)
- [102] Thompson, Mark & Marius Dragomir, (2014). *Lapdogs vs. Watchdogs: State Advertising and Media*. Open Society Foundations. <https://www.opensocietyfoundations.org/voices/lapdogs-vs-watchdogs-state-advertising-and-media>
- [103] Inter-American Commission on Human Rights. Office of the Special Rapporteur for Freedom of Expression (2011). *Principios sobre regulación de la publicidad oficial y libertad de expresión/Principles on the regulation of government advertising and freedom of expression*. <https://www.oas.org/en/iachr/expression/docs/publications/ADVERTISING%20PRINCIPLES%202012%2005%2007%20reduce.pdf> [link doesn't work]
- [104] Gaur, A. et al. (2020). *The Future of News in India*. Vidhi Centre for Legal Policy. <https://vidhilegalpolicy.in/research/the-future-of-news-in-india/> See pp. 53-55.
- [105] InvestEU. European Union. https://europa.eu/investeu/home_en.
- [106] See, for example, the Zebra network: <https://zebrasunite.coop/our-vision>
- [107] See: <https://thegiin.org/research/publication/impinv-survey-2020>
- [108] See, for example, UNECA (2020). *Increasing women's access to capital critical in Africa's fight against poverty*. <https://www.un.org/africarenewal/news/increasing-women%E2%80%99s-access-capital-critical-africa%E2%80%99s-fight-against-poverty>, Fackelmann, S. & A. De Concini (2020). *Funding Women Entrepreneurs*. European Investment Bank. https://www.eib.org/attachments/thematic/why_are_women_entrepreneurs_missing_out_on_funding_en.pdf
- [109] Armeni, A. & W. Negrón (2020). *Investing in Equitable News and Media Projects*. Ford Foundation. <https://www.fordfoundation.org/media/5494/transform-finance-investing-in-equitable-news-and-media-projects-76.pdf>
- [110] Hansen Shapiro, Elizabeth. (2021). *A new form of community-focused capital for local news*. The National Trust for Local News. <https://medium.com/national-trust-for-local-news/the-national-trust-for-local-news-a-new-form-of-community-focused-capital-for-local-news-b7590407e428>
- [111] MediaPowerMonitor (2021). *Private Investors in Talks to Fund European Journalism*. <https://mpmonitor.org/2021/03/private-investors-in-talks-to-fund-european-journalism/>
- [112] Padania, S. (2018). *An Introduction to Funding Journalism and Media*. Ariadne Network & Transparency and Accountability Initiative. <https://www.ariadne-network.eu/introduction-funding-journalism-media/>
- [113] Schiffrin, *op. cit.*; Dragomir, *op. cit.*
- [114] *360Giving*. <https://www.threesixtygiving.org/>. *Candid*. <https://candid.org/>.
- [115] Media Impact Funders (2021). *Mapping the Field of Media and Philanthropy*. <https://mediainpactfunders.org/the-field/>
- [116] Karstens, E. (2017). *The Media Philanthropy Space in 2017*. *Alliance Magazine*. <https://www.alliancemagazine.org/feature/media-philanthropy-space-2017/>.
- [117] The grantmaking Civitates is a pooled philanthropic fund involving 17 philanthropies from across Europe, and in 2020 it provided 10 investigative journalism centers and networks with core funding for three years: <https://civitates-eu.org/independent-public-interest-journalism/>. The Journalism Funders Forum is a pan-European network for philanthropies giving to or interested in independent journalism: <https://www.journalismfundersforum.com>.
- [118] The Expertisekreis Qualitätsjournalismus und Stiftungen, or Expertise Circle for Quality Journalism and Foundations is part of the German Association of Foundations (Bundesverband Deutscher Stiftungen) and convenes over 100 foundations with an interest or expertise in funding journalism within or outside Germany. <https://www.stiftungen.org/arbeitskreise-expertisekreise/expertise-kreis-qualitaetsjournalismus-und-stiftungen.html>
- [119] Calouste Gulbenkian Foundation (2021). *European Media and Information Fund*. <https://gulbenkian.pt/en/european-media-and-information-fund/>

CHAPTER 3

- [120] Picard, R. G., V. Belair-Gagnon & S. Ranchordás, (2016). *The Impact of Charity and Tax Law/Regulation on Not-for-Profit News Organizations*. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-11/The%20impact%20of%20charity%20and%20tax%20law%20regulation%20on%20not%20for%20profit%20news%20organisations.pdf>
- [121] Such as Lawyers for Reporters in the USA: <https://lawyers4reporters.org/>, or the International Lawyers Project: <https://www.internationallawyersproject.org/media-freedom>
- [122] Bill Birnbauer (2019). *The biggest nonprofit media outlets are thriving but smaller ones may not survive*. *The Conversation*. <https://theconversation.com/the-biggest-nonprofit-media-outlets-are-thriving-but-smaller-ones-may-not-survive-109369>

- [123] Muttart Foundation. (2018). *Consultation on non-profit journalism*. <https://www.muttart.org/wp-content/uploads/2019/03/Consultation-on-Non-Profit-Journalism-Feb-2019.pdf>
- [124] The 2019 Cairncross Report recommended a review from the UK charities regulator of the [charitable status of journalism](https://charitycommission.blog.gov.uk/2020/01/27/read-all-about-it-when-can-journalism-be-charitable/); Thakor, A. (2020). Read All about It: When Can Journalism Be Charitable? *Charity Commission*. <https://charitycommission.blog.gov.uk/2020/01/27/read-all-about-it-when-can-journalism-be-charitable/>; see also Brock, G. (2020). Coronavirus Is Killing Quality Journalism – Here’s One Possible Lifeline. *The Conversation*. <http://theconversation.com/coronavirus-is-killing-quality-journalism-heres-one-possible-life-line-138627>.
- [125] The [Forum Gemeinnütziger Journalismus](https://www.forum-journalismus.de/) is a coalition of journalists, civil society, and funders advocating for the establishment of such privileges for non-profit journalism at both the Land and Federal level in Germany.
- [126] Dickson, G. (2021). A review of proposals to provide news organisations with access to tax deductible gifts in Australia. Public Interest Journalism Initiative (PIJI). <https://piji.com.au/research-and-inquiries/our-research/taxation-reform-for-public-interest-journalism/phil-anthropic-giving-for-journalism/>
- [127] Professor Julia Cagé and Benoit Huet argue in their 2020 book *L'Information est un bien public* (Seuil, 2020), for the creation in France of a new hybrid class of public purpose media organization that is able both to receive funding of this kind, and to make profits. To qualify for this status, outlets would need to invest a certain proportion of their budget in original news production, to include journalists and editors in governance bodies, and to guarantee the governance body a veto over ownership changes. <https://www.seuil.com/ouvrage/l-information-est-un-bien-public-julia-cage/9782021483154>
- [128] J'aime l'info. <https://www.jaimelinfo.fr/>; Presse & Pluralisme. <https://www.donssep.caissesdesdepots.fr/>.
- [129] Gov.uk (2019). *The Cairncross Review; a sustainable future for journalism*. <https://www.gov.uk/government/publications/the-cairncross-review-a-sustainable-future-for-journalism> ; Furman, J. (2019). *Unlocking Digital Competition*. Report of the Digital Competition Expert Panel. Gov.uk. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking-digital-competition-furman-review-web.pdf; Gov.uk (2020). Press Release: New Competition Regime for Tech Giants to Give Consumers More Choice and Control over Their Data, and Ensure Businesses Are Fairly Treated. <https://www.gov.uk/government/news/new-competition-regime-for-tech-giants-to-give-consumers-more-choice-and-control-over-their-data-and-ensure-businesses-are-fairly-treated>.
- [130] Crémer, J., Y. de Montjoye & H. Schweitzer, (2019). Competition Policy for the Digital Era. Publication Office of the European Union. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/21dc175c-7b76-11e9-9f05-01aa75ed71a1/language-en>; European Commission (n.d.). Shaping Europe’s Digital Future: The Digital Services Act Package. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>.
- [131] University of Baltimore (2020). *The economic cost of keyword blacklists for online publishers*. <https://info.cheq.ai/hubfs/Research/The%20Economic%20Costs%20of%20Keyword%20Blacklists%20covid%2019%20update.pdf>
- [132] Sweney, M., (2020). Newspapers to lose £50m in online ads as firms use coronavirus ‘blacklist’. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2020/apr/01/newspapers-to-lose-50m-in-online-ads-as-firms-use-coronavirus-blacklist>
- [133] In addition to the work of organizations like [First Draft](https://www.firstdraft.org/), there are numerous networks including the [Credibility Coalition](https://credibilitycoalition.org/), [Trust Project](https://trustproject.org/), [News Integrity Initiative](https://newsintegrity.org/), [Content Authenticity Initiative](https://contentauthenticity.org/), [Coalition for Content Provenance and Authenticity](https://coalitionforcontentprovenanceandauthenticity.org/), among others.
- [134] See: <https://www.journalismtrustinitiative.org/about>
- [135] Japan Fair Trade Commission (2021). Approaches in the Digital Market. https://www.jftc.go.jp/en/policy_enforcement/digital/index.html; Craig, E. (2021). Turkey Launches Online Advertising Market Study. *Global Competition Review (GCR)*. <https://globalcompetitionreview.com/digital-markets/turkey-launches-online-advertising-market-study>; *Global Competition Review (GCR)* (2021). Data Overload: The Asia-Pacific Tipline for 19 February 2021. <https://globalcompetitionreview.com/gcr-asia/data-overload-the-asia-pacific-tipline-19-february-2021>; Makunga, S. (2021). Press Release: Commission to Initiate a Market Inquiry on Digital Markets. The Competition Commission South Africa. <http://www.compcom.co.za/wp-content/uploads/2021/02/COMMISSION-TO-INITIATE-A-MARKET-INQUIRY-ON-DIGITAL-MARKETS.pdf>; Masson, J. (2020). Korea Set to Regulate Online Platforms. *Global Competition Review (GCR)*. <https://globalcompetitionreview.com/gcr-asia/digital-markets/korea-set-to-regulate-online-platforms>
- [136] [Germany's Bundeskartellamt](https://www.bundeskartellamt.de/EN/Economicsectors/Digital_economy/digital_economy_node.html) and the French Autorité de la Concurrence worked together on a series of papers in 2016, for example, Bundeskartellamt (2021). *Digital Economy*. https://www.bundeskartellamt.de/EN/Economicsectors/Digital_economy/digital_economy_node.html.
- [137] OECD (2020). Digital Economy, Innovation and Competition. <http://www.oecd.org/daf/competition/digital-economy-innovation-and-competition.htm>; United Nations Conference on Trade and Development (2019). Intergovernmental Group of Experts on Competition Law and Policy, Eighteenth Session. <https://unctad.org/meeting/intergovernmental-group-experts-competition-law-and-policy-eighteenth-session>
- [138] Khan, L. (2017). Amazon’s Antitrust Paradox. *The Yale Law Journal* 126 (3): pp. 564-907: <https://www.yalelawjournal.org/note/amazons-antitrust-paradox>; Srinivasan, D. (2019). The Antitrust Case Against Facebook: A Monopolist’s Journey Towards Pervasive Surveillance in Spite of Consumers’ Preference for Privacy. *Berkeley Business Law Journal* 16 (1): pp. 39. <https://lawcat.berkeley.edu/record/1128876>; Srinivasan, D. (2020). Why Google Dominates Advertising Markets. *Stanford Technology Law Review* 24 (1). <https://www-cdn.law.stanford.edu/wp-content/uploads/2020/12/Srinivasan-FINAL-Why-Google-Dominates-Advertising-Markets.pdf>; Nadler, J. & D. Cicilline (2020). Investigation of Competition in Digital Markets. United States House of Representatives, Sub-Committee on Antitrust, Commercial and Administrative Law of the Committee on the Judiciary. https://judiciary.house.gov/uploadedfiles/competition_in_digital_markets.pdf
- [139] Ofcom (2021). A joined-up approach to digital regulation. <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/latest/media/media-releases/2021/a-joined-up-approach-to-digital-regulation>
- [140] European Commission (2021). The Digital Services Act Package. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>
- [141] See, for example, World Economic Forum (n.d.) Agile Regulation for the Fourth Industrial Revolution. <https://www.weforum.org/projects/agile-regulation-for-the-fourth-industrial-revolution>
- [142] See, for example, Srinivasan, D. 2020, *op. cit.*, and 2019, *op. cit.*
- [143] McLaughlin, D. & S. Forden, (2021). Tech War With News Media Flares in U.S. With New Congress Push. Bloomberg.com. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-03-10/tech-s-war-with-news-outlets-flares-as-u-s-lawmakers-ready-bill>

- [144] McGoey, S. (2021). Panama Papers revenue recovery reaches \$1.36 billion as investigations continue. International Consortium of Investigative Journalism. <https://www.icij.org/investigations/panama-papers/panama-papers-revenue-recovery-reaches-1-36-billion-as-investigations-continue/>
- [145] Graves, L. & N. Shabbir, (2019). Gauging the Global Impacts of the ‘Panama Papers’ Three Years Later. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/resignations-reforms-and-backlash-im-pacts-panama-papers>
- [146] Kaplan, D. & D. Sullivan (2016). Investigative Journalism & Foreign Aid: A Huge Return on Investment. Global Investigative Journalism Network. <https://gijn.org/2016/03/17/investigative-journalism-and-foreign-aid-a-huge-return-on-investment/>
- [147] See Recommendation 7A, Financial Accountability, Transparency and Integrity (FACTI) (2021). Financial Integrity For Sustainable Development. <https://www.factipanel.org/explore-the-report>
- [148] See Commitment 4, Addis Taxation Initiative (2021). Declaration 2025. https://www.addistaxinitiative.net/sites/default/files/resources/ATI_Declaration_2025.pdf
- [149] Center for the Study of Democracy (CSD). (2021). Capture Proofing Media in Southeast Europe. Policy Brief No. 98. <https://csd.bg/publications/publication/capture-proofing-media-in-southeast-europe/>; Filipova, R. (2021). Tackling Kremlin’s Media Capture in Southeast Europe: Shared Patterns, Specific Vulnerabilities and Responses to Russian Disinformation. Center for the Study of Democracy (CSD). <https://csd.bg/publications/publication/tackling-kremlins-media-capture-in-southeast-europe/>
- [150] Mascagni, J., M. Moore & W. Prichard, (2021). Open Societies, Tax, and the British Aid Programme. The International Centre for Tax and Development (ICTD). <https://www.ictd.ac/blog/open-societies-tax-british-aid-programme/>.
- [151] Cicatiello, L., E. De Simone, S. Ercolano & G. L. Gaeta, (2021). Assessing the impact of fiscal transparency on FDI inflows. *Socio-Economic Planning Sciences*, Volume 73. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100892>.
- [152] See for example the resources gathered at the International Centre for Tax and Development (ICTD) website on Taxing the Digitalising Economy: <https://www.ictd.ac/theme/taxing-the-digitalising-economy/>; Rukundo, S. (2020). Addressing the Challenges of Taxation of the Digital Economy: Lessons for African Countries, ICTD Working Paper 105. The International Centre for Tax and Development (ICTD). <https://www.ictd.ac/publication/addressing-challenges-taxation-digital-economy-lessons-african-countries-rib/>; and Center for New Economy and Society, World Economic Forum. (2021) Building Back Broader: Policy Pathways for an Economic Transformation. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GFC_NES_Policy_Pathways_for_an_Economic_Transformation_2021.pdf
- [153] FACTI Panel, *op.cit.*; The General Assembly of the United Nations, (2021). Report of the High-Level Panel on International Financial Accountability, Transparency and Integrity for Achieving the 2030 Agenda (FACTI Panel). <https://www.un.org/pga/75/2021/02/26/report-of-the-high-level-panel-on-international-financial-accountability-transparency-and-integrity-for-achieving-the-2030-agenda-facti-panel/>.
- [154] Addis, *op. cit.*
- [155] Charalambous, S. (2021). The Ailing News Media Industry Needs to Do More than Just Survive (Part 2). Medium. <https://styli.medium.com/the-ailing-news-media-industry-needs-to-do-more-than-just-survive-part-2-c1f9a7f88aa9>.
- [156] Kaplan & Sullivan, *op. cit.*
- [157] Tripathi, A. & S. Mehta (2020). *Equalisation Levy 2020: The need to revisit India's new digital tax*. The Dialogue. <https://thediologue.co/wp-content/uploads/2020/12/Equalisation-Levy-2020-The-Dialogue.pdf>
- [158] Karr, T. (2021). Journalism won't be saved one link at a time. Free Press. <https://www.freepress.net/our-response/expert-analysis/insights-opinions/journalism-wont-be-saved-link-time>
- [159] Cabinet Office, Government of Japan (2019). International Symposium on Utilizing Dormant Assets for Social Issues, Information on Utilization of Funds Related to Dormant Deposits. https://www5.cao.go.jp/kyumin_yokin/english/symposium_index-en.html.
- [160] ‘Global Right to Information Rating’. <https://www.rti-rating.org/>.
- [161] Fitzgerald, M. & P. Geoghegan, (2021). Fleet Street Editors Unite to Demand “Urgent” Action on Freedom of Information. openDemocracy. <https://www.opendemocracy.net/en/freedom-of-information/fleet-street-editors-demand-urgent-action-to-protect-freedom-of-information/>.
- [162] Deshmukh, V. & P. Kesar (2021). Life and Death in the Time of RTI: Case Studies from Maharashtra. Commonwealth Human Rights Initiative. <https://www.humanrightsinitiative.org/download/1585041950Life%20And%20Death%20In%20The%20Time%20Of%20RTI%202020.pdf>
- [163] bellingcat. <https://www.bellingcat.com/about/>; Forensic Architecture. <https://forensic-architecture.org/about/agency>.
- [164] Open Contracting Partnership. <https://www.open-contracting.org/>; World Legal Information Institute (WorldLII). <http://www.worldlii.org/>.
- [165] Publish What You Fund. <https://www.publishwhatyoufund.org/>.
- [166] IndiaSpend: Data Journalism, Analysis on Indian Economy, Education, Healthcare, Agriculture, Politics’. <https://www.indiaspend.com/>; Open Government Partnership. <https://www.opengovpartnership.org/>.
- [167] Global Data Barometer. <https://globaldatabarometer.org/>; Open Data Barometer. https://opendatabarometer.org/?_year=2017&indicator=ODB.
- [168] See, for example: <https://mediaengagement.org/>
- [169] See, for example, the LSE’s JournalismAI collaboration project: <https://blogs.lse.ac.uk/polis/category/journalism-ai/>
- [170] See, for example, The UK AI Council, (2021). AI Roadmap. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/949539/AI_Council_AI_Roadmap.pdf
- [171] AfriLabs. The Largest Network of African Technology Hubs. <https://www.afrilabs.com/>.

- [172] Baraza Media Lab. About Us. <https://barazalab.com/about/>.
- [173] Welcome to Clwstwr. Clwstwr. <https://clwstwr.org.uk/>.
- [174] Digital Media Viability Lab. Mission and Vision. <https://digitalmediaviability.com/about-us/mission-and-vision/>.
- [175] Media City Bergen. (2015). <https://mediacitybergen.no/about/>.
- [176] Dulgheru, A.F. (2017). Media Lab Bayern. Global Alliance for Media Innovation (GAMI). <https://media-innovation.news/media-lab/media-lab-bayern-an-incubation-unit-for-digital-media-development-and-innovation/>.
- [177] Global Alliance for Media Innovation (GAMI). <https://media-innovation.news/>.
- [178] Stonbely, 2021, *op. cit.*
- [179] See, for example, the Atlas da Notícia in Brazil (<https://www.atlas.jor.br/>), Cartografías de la Información in Colombia (https://flip.org.co/images/Documentos/Results_presentation_Cartografas_FLIP.pdf), research into local Czech news deserts (https://www.irozhlaz.cz/zpravy-domov/regionalni-lokalni-noviny-media-denik-lenka-cisarova_2002030630_jab), and recent coverage in the Philippines (<https://adnchronicles.org/2020/11/01/news-deserts-emerge-in-pandemic-hit-philippines/>)
- [180] Hansen Shapiro, (2021). *op.cit.*

CHAPTER 4

- [181] Schulte, A. & R. Bonilla (2021) *Burn the Ships: A Guide to Igniting Cultural Change for News Media Companies*. World Association of News Publishers (WAN-IFRA)/Facebook Journalism Project. <https://wan-ifra.org/2021/04/new-guide-to-help-activate-cultural-change-for-news-publishers-launched/>
- [182] See the News Product Alliance: <https://newsproduct.org/about-us>
- [183] Kueng, Lucy (2020). *Hearts and Minds: Harnessing Leadership, Culture & Talent to Really Go Digital*. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-11/Kueng%20-%20Hearts%20and%20Minds%20FINAL.pdf>
- [184] Roper, Dean, (2019). World Press Trends 2019: The balancing act of publishers. World Association of News Publishers (WAN-IFRA). <https://wan-ifra.org/2019/11/world-press-trends-2019-the-balancing-act-of-publishers/>
- [185] Radcliffe, Damian, (2020). 231 ways publishers can make media pay. *What's New In Publishing*. <https://whatsnewinpublishing.com/231-ways-publishers-can-make-media-pay/>
- [186] Engaged Journalism Accelerator Resources: <https://engagedjournalism.com/resources/guides>
- [187] Rosen, J. & A. Zirulnick, (2020). Introducing the Membership Guide. The Membership Puzzle Project. <https://membershippuzzle.org/articles-overview/introducing-membership-guide>
- [188] UK Society for Co-operative Studies. (2021). Special Issue: Journalism and the co-operative movement. <https://www.ukscs.coop/pages/32-sj-journalism-and-the-co-operative-movement>
- [189] Fischer, S. (2021). Disney+ Races to Catch Netflix after Subscriber Numbers Surge in First Year. *Axios*. <https://www.axios.com/disney-plus-subscribers-netflix-a0c5d041-354e-4e04-87b7-aa0a4da36cc5.html>
- [190] PwC (2020). Pulling the Future Forward: The Entertainment and Media Industry Reconfigures amid Recovery, p. 33. <https://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/outlook-2020/perspectives.pdf>
- [191] Mele, N., M. Skibinski & M. Spector, (2019). *Digital Pay-Meter Playbook: How Today's News Publishers Can Use Data, Best Practices, and Test-and-Learn Tactics to Build Better Pay-Meters*. Harvard Kennedy School: Shorenstein Center for Media, Politics and Public Policy & the Lenfest Institute. <https://www.lenfestinstitute.org/wp-content/uploads/2019/08/Paymeter-Playbook-August-2019.pdf> (Report) & <https://www.lenfestinstitute.org/wp-content/uploads/2019/08/Skibinski-Lenfest-Reader-Revenue-Benchmarks-2019-1.pdf> (Data)
- [192] Newman, N. (2021). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2021*. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2021>.
- [193] Newman, N. et al. (2020). *Reuters Institute Digital News Report 2020*. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
- [194] Newman, N. et al. (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018*. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/overview-key-findings-2018/>: 'Those that were aware that digital newspapers are making a loss (10% of our sample) are more likely to pay for a news subscription or give a donation. More widely, this year we have identified different levels of news literacy within our online sample — and the next chart shows a clear link between knowledge about how the news industry works and likelihood to pay in the future.'
- [195] Turvill, Wiliam. (2021). 100k Club: Digital subscriptions top 23m, Press Gazette research finds. *Press Gazette*: <https://pressgazette.co.uk/digital-news-subscriptions-ranking-100k-club/>
- [196] Carvajal, Miguel. (2020). El País alcanza los 64.000 suscriptores digitales, solo cuatro meses después, y lidera una esperanzadora tendencia al pago por periodismo en España. Master en Innovación en Periodismo (MIP), Universidad Miguel Hernández (Elche). <https://mip.umh.es/blog/2020/09/04/suscripciones-medios-pago-espana/>
- [197] Flueckinger, Simone. (2021). How Poland's Gazeta Wyborcza tackled a tough media environment. World Association of News Publishers (WAN-IFRA). <https://wan-ifra.org/2021/01/how-polands-gazeta-wyborcza-tackled-a-tough-media-environment/>

- [198] Schütz, Elna. (2020). Nigeria's Stears is making data and media business work together. Jamlab. <https://medium.com/jamlab/stears-is-making-data-and-media-business-work-together-162103c3448>
- [199] Chowdhury, Miraj. (2021). Lessons in Transitioning from Legacy Media to Digital: Expert Tips from Asia. Global Investigative Journalism Network (GIJN). <https://gijn.org/2021/04/07/lessons-in-transitioning-from-legacy-media-to-digital-expert-tips-from-asia/>
- [200] Scire, Sarah. (2021). Daily Nation, the largest newspaper in Kenya, adopts a paywall – and predicts more African-owned publications will too. Nieman Lab. <https://www.niemanlab.org/2021/01/daily-nation-the-largest-newspaper-in-kenya-adopts-a-paywall-and-predicts-more-african-owned-publications-will-too/>
- [201] See the Membership Puzzle Project, which tracks and supports member-driven media worldwide: <https://membershippuzzle.org/>
- [202] Ziegler, T. (2020). *The Global Alternative Finance Market Benchmarking Report*. Cambridge Centre for Alternative Finance, University of Cambridge. <https://www.jbs.cam.ac.uk/faculty-research/centres/alternative-finance/publications/the-global-alternative-finance-market-benchmarking-report/>
- [203] Turvill, *op. cit.*
- [204] Nguyen, Terry. (2021). Virtual tips are helping content creators actually make money. Vox. <https://www.vox.com/the-goods/22301751/digital-tipping-creators-platforms>
- [205] Media Development Investment Fund (2021). Malaysiakini has successfully crowdfunded legal costs a number of times, most recently in 2021 as part of a defamation case. <https://www.mdif.org/malaysiakini-raises-124k-in-5-hours-to-cover-fine-after-conviction-for-contempt/>
- [206] Aldenrath, P. et al. (2021). Safe. Strong. Viable – The Symbiosis between Media Viability & Media Safety. Deutsche Welle Akademie. <https://www.dw.com/en/safe-strong-viable-the-symbiosis-between-media-viability-and-media-safety/a-57334604>
- [207] Cohen, N. S. & G. De Peuter, (2020). *New Media Unions: Organizing Digital Journalists*. Routledge & CRC Press. Retrieved from <https://www.routledge.com/New-Media-Unions-Organizing-Digital-Journalists/Cohen-Peuter/p/book/9781138327115> Fischer, Sara. (2021). Record numbers of journalists unionize during COVID pandemic. Axios. <https://www.axios.com/journalists-unionize-digital-media-5f38770c-e398-4a18-8e6a-7f8374caaa80.html> ;
- [208] Kueng, *op. cit.*
- [209] Oliinyk, E., E. Zaslavsky & J. Parusinski (2018). Independent Regional Media: A Fragile Existence . Media Development Foundation. <https://mediadevelopmentfoundation.org/research-regional/>
- [210] Jurrat, Nadine & Attila Mong, (2020). Taking a 360° view of your media outlet's viability! Deutsche Welle Akademie. <https://www.dw.com/en/taking-a-360-view-of-your-media-outlets-viability/a-55572484>
- [211] Fabius, V., S. Kohli, & S. Moulvad Veranen, (2020). Meet the Next-Normal Consumer. McKinsey & Company. <http://ceros.mckinsey.com/coronavirus-promo-video-mobile>.
- [212] See, for example, the negotiated discounts offered by India digital news publication Scroll: <https://scroll.in/theplus/>
- [213] See: <https://www.mdif.org/mdif-is-purchasing-a-34-stake-in-leading-slovak-publisher-petit-press/>
- [214] Venema, Nienke. (2017). Underwriting Independent Media. *Alliance Magazine*. <https://www.alliancemagazine.org/feature/underwriting-independent-media/>
- [215] UK Journal of Co-operative Studies. (2021). Special Issue on Journalism and the Co-operative Movement. <https://www.ukscs.coop/pages/32-si-journalism-and-the-co-operative-movement> [same as note 188]
- [216] See, for example, Equileap Gender Equality Global Report and Ranking 2021: <https://equileap.com/wp-content/uploads/2021/03/Global-Report-2021.pdf>
- [217] Murray, S. (2017). Center for Cooperative Media Identifies 6 Models of Collaborative Journalism, a “revolution” in Media. Center for Cooperative Media, *Montclair State University*. <https://centerforcooperativemedia.org/center-cooperative-media-identifies-6-models-collaborative-journalism-revolution-media/>.
- [218] Montclair State University (n.d.). Collaborative Journalism Database. <https://collaborativejournalism.org/data-base-search-sort-learn-collaborative-projects-around-world/>.

Forum on Information & Democracy

Contact: contact@informationdemocracy.org