

Contrôle des politiques mises en place par les plateformes

Résumé de l'élément livrable D3.3.1.

Trisha MEYER, Claire PERSHAN, Samuel CIPERS



Ce projet est financé par l'Union européenne au titre de la convention de subvention n° INEA/CEF/ICT/A2020/2394296. Ce rapport reflète le point de vue des seuls auteurs et la Commission ne peut être tenue pour responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qu'il contient.

EDMO BELUX est le hub belge et luxembourgeois consacré à la recherche sur les médias numériques et la désinformation (EDMO BELUX). Il réunit un réseau étendu et expérimenté de fact-checkers, de médias, d'analystes de la désinformation, d'organisations d'éducation aux médias et d'universitaires chargés de détecter, d'analyser et de mettre au jour les campagnes de désinformation nocives émergentes. Au moyen d'alertes rapides via son réseau, EDMO BELUX transmet ses fact-checks et ses rapports d'enquête aux premiers intervenants en matière de désinformation (médias, société civile, gouvernement) afin de minimiser l'impact des campagnes de désinformation. En outre, EDMO BELUX organise des campagnes d'éducation aux médias destinées à sensibiliser les citoyens et les médias et à renforcer leur résilience en vue de lutter contre la désinformation. Enfin, le hub inscrit le contrôle, l'analyse et la sensibilisation à la désinformation dans un cadre de recherche multidisciplinaire visant à surveiller l'impact de la désinformation et des réactions des plateformes sur les processus démocratiques.

Au sein d'EDMO BELUX, le pilier de recherche cherche à évaluer l'impact de la désinformation et des réactions à la désinformation.

Analyse de la politique de recours sur Facebook, Instagram, YouTube et Twitter : il y a une marge d'amélioration par *Trisha Meyer et Claire Pershan*

<https://belux.edmo.eu/room-for-improvement-analysing-redress-policy-on-facebook-instagram-youtube-and-twitter/> (juin 2022)

Cet article examine les voies de recours des utilisateurs face aux (in)actions de quatre grandes plateformes de médias sociaux à l'encontre de contenu et/ou de comptes. Il donne des conseils politiques en vue des prochaines étapes de la législation de l'UE sur les services numériques, en particulier en ce qui concerne son article 17 relatif au système interne de traitement des réclamations et aux voies de recours. Nous nous sommes plongées dans les politiques et les directives communautaires de Facebook, Instagram, YouTube et Twitter pour comprendre comment les utilisateurs peuvent introduire des réclamations contre les décisions de modération de contenu des plateformes, y compris en cas de « sous-modération » ou d'inaction de la plateforme. Nous en avons conclu qu'il existe une large marge d'amélioration en ce qui concerne les voies de recours actuelles, surtout du point de vue de l'information de la personne qui a signalé le contenu ou le compte et des possibilités qui s'offrent à elle d'introduire une réclamation contre les (in)actions de la plateforme.

Est-on privilégié d'habiter le BELUX ? Réactions des plateformes face à la désinformation en Belgique et au Luxembourg par *Samuel Cipers et Trisha Meyer*

<https://belux.edmo.eu/tough-luck-if-youre-in-belux-platform-responses-to-disinformation-in-belgium-and-luxembourg/> (octobre 2022)

Ce bref article examine les mesures prises par les plateformes pour lutter contre la désinformation en ligne en Belgique et au Grand-Duché de Luxembourg. Nous avons analysé les rapports publiés par les plateformes de médias sociaux signataires du Code de bonnes pratiques de l'UE contre la désinformation, parmi lesquelles Meta (Facebook et Instagram), Google (y compris YouTube), Twitter et TikTok, entre août 2020 et avril 2022, et nous avons identifié les initiatives de ces plateformes prises dans ces deux pays. Nous avons constaté que les plateformes concentraient leurs efforts sur la priorisation et l'amplification de contenu, qui sont des initiatives peu coûteuses pour informer le public. Par ailleurs, la plupart des réactions des plateformes visant un pays en particulier ont été enregistrées au moment de la pandémie de coronavirus en 2020, à l'exception de Twitter, qui se démarque positivement. Nous en concluons que les plateformes font peu d'efforts pour apporter des réactions spécifiques lorsque les pays constituent de petits marchés.

Qu'est-ce qui est d'ordre politique ? Les efforts non coordonnés des plateformes de médias sociaux en matière de publicité politique par *Samuel Cipers et Trisha Meyer* (en attente de publication, décembre 2022)

Cet article se penche sur les politiques et les directives des plateformes à propos de la publicité politique. Ces entités sont signataires volontaires du Code de bonnes pratiques de l'UE contre la désinformation. Sur la base de nos précédentes études relatives aux actions des plateformes face à la désinformation, nous avons analysé les

initiatives de Meta, de Google, de TikTok et de Twitter en matière de publicité politique. Nous avons découvert que, si certaines choisissent d'autoriser et de contrôler les publicités politiques, d'autres les interdisent tout simplement. Nous avons également creusé les politiques des différentes plateformes pour essayer de comprendre comment elles définissent le contenu et la publicité politiques. Les différences constatées d'une plateforme à l'autre nous ont permis de conclure que la publicité politique n'est actuellement pas définie dans leur contenu ou champ d'application, ce qui permet aux plateformes de médias sociaux de déterminer à leur guise ce qu'elles considèrent comme un contenu (ou discours) d'ordre politique.